



УДК 101.808

DOI 10.35433/PhilosophicalSciences.1(99).2026.97-107

ГОЛЯК У КАДРІ: RHETORIC STRIPPED BARE

В. С. Галстян*, Я. С. Галстян, П. В. Воловик*****

У статті здійснено філософське осмислення серіалу "Brassic" як феномену візуальної та цифрової риторики нового типу – риторики, що не просто виходить за межі класичної репрезентаційної парадигми, а з ледь стримуваним глузуванням її підриває. Йдеться про культурну інтервенцію, яка не просить дозволу на участь у дискурсі – вона ламає двері в ефір, роблячи шум новою формою аргументації. Актуальність дослідження зумовлена не лише цифровою фрагментацією світу, а й "втомою" гуманітарного знання від власної благопристойності. Образ більше не репрезентує – він діє: афективно, миттєво, поза семіотичною етикеткою. "Brassic" постає не як черговий маргінальний серіал про "життя на узбіччі", а як візуальний вірус, що вражає рецепторну систему глядача – без попередження, без пояснень, без шансів на відсторонений аналіз. У фокусі – механіки риторики вторгнення: глітч, надмір, тіло без алібі, зображення без ритуалу пояснення. Усе це функціонує не як сюжет, а як стан – афективна конструкція, що підриває логіку впізнавання, кидаючи глядача в естетичний колапс. Камера тут не дивиться – вона тіпає; монтаж не формує цілісність, а скидає кадри з траєкторії, як уламки з розбитого сенсу. Персонажі... вони не "герої" й не "антигерої" – це елементи алгоритмічного розгортання культурного збою та нового міфотворення. Стаття поєднує різні підходи для аналізу того, як сучасна візуальна культура перетворює репрезентацію на подію, а медіапродукт – на риторичну зброю. У цьому сенсі серіал "Brassic" не ілюструє маргінальність – він створює її як новий естетичний режим, як міф платформи, як гучну, липку, трохи брудну, але вкрай ефективну форму філософського жесту. Об'єктом аналізу стає тіло – позажанрове, нефільтроване, вивернуте в камеру; а також сам кадр, що функціонує не як вікно, а як травма. Усе це разом – не просто контент, а епістемологічний скандал, що вимагає нової мови, нового риторичного опису: мови, здатної існувати на межі між філософією образу, теорією афекту, критичною медіааналітикою та добірним культурним тролінгом.

* Владислав Галстян / Vladyslav Halstyan, аспірант кафедри теоретичної і практичної філософії імені професора Й. Б. Шада (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, м. Харків, Україна)
diroxik@gmail.com

ORCID: 0009-0009-5816-0879

** Ярослав Галстян / Yaroslav Halstyan, аспірант кафедри теоретичної і практичної філософії імені професора Й. Б. Шада (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, м. Харків, Україна)
aterdir@gmail.com

ORCID: 0009-0007-1193-2750

*** Поліна Воловик / Polina Volovuk, аспірант кафедри теоретичної і практичної філософії імені професора Й. Б. Шада (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, м. Харків, Україна)

aominel@gmail.com

ORCID: 0009-0002-2055-2286

Ключові слова: цифрова риторика, візуальна риторика, афект, глітч, міфотворення, маргінальність, репрезентація, культурне вторгнення, Brassic, платформа, шум.

BRASSIC IN THE FRAME: RHETORIC STRIPPED BARE

V. S. Halstyan, Ya. S. Halstyan, P. V. Volovyk

This article offers a philosophical reflection on the series Brassic as a phenomenon of a new kind of visual and digital rhetoric – one that not only transgresses the classical representational paradigm but undermines it with barely concealed mockery. We are dealing with a cultural intervention that doesn't ask permission to enter discourse – it kicks down the door to the airwaves, making noise a new form of argumentation. The relevance of the study lies not only in the digital fragmentation of the world but also in the humanities' growing fatigue with its own decency. The image no longer represents – it acts: affectively, instantly, beyond the etiquette of semiotics. Brassic does not come across as yet another marginal series about "life on the periphery" but as a visual virus that strikes the viewer's sensory system – without warning, without explanation, and with no chance for detached analysis. The focus is on the mechanics of rhetorical intrusion: glitch, excess, the body without alibi, the image without the ritual of interpretation. None of this functions as plot but rather as state – an affective construct that undermines the logic of recognition and throws the viewer into aesthetic collapse. The camera doesn't look – it twitches. The editing doesn't assemble continuity – it dumps frames off-course like shards of broken meaning. The characters... they're not "heroes" or "antiheroes" – they are algorithmic elements of cultural malfunction and emergent mythmaking. The article integrates multiple approaches to show how contemporary visual culture transforms representation into event, and a media product into rhetorical weaponry. In this sense, Brassic doesn't illustrate marginality – it constructs it as a new aesthetic regime, as a myth of the platform, as a loud, sticky, slightly filthy but highly effective form of philosophical gesture. The object of analysis becomes the body – genreless, unfiltered, exposed to the lens – as well as the frame itself, functioning not as a window but as trauma. Altogether, this is not mere content but an epistemological scandal that demands a new language, a new rhetorical vocabulary – one that can operate at the edge of image philosophy, affect theory, critical media analytics, and premium-grade cultural trolling.

Keywords: digital rhetoric, visual rhetoric, affect, glitch, mythmaking, marginality, representation, cultural intrusion, Brassic, platform, noise.

Постановка проблеми. Уявімо сучасну культуру як умовний публічний простір – структурований, репрезентативний, регламентований кодами видимості та легітимності. Простір, де мова підпорядкована логіці впізнаваного, а увага – логіці контролю [12]. І раптом у цей упорядкований каркас вривається фігура, що демонстративно ігнорує символічний дрес-код: босоніж, у спортивному костюмі з плямами соусу, в леопардовій шубі зі штучного хутра, без запрошення до слова, але з претензією бути подією. Вона підіймається на стіл і голосно артикулює те, що зазвичай витіснене на периферію культурного поля – маму, Бога та нову серію "Brassic" [15]. Цей жест не є девіацією в межах норми, це інтервенція, яка розламує саму рамку нормативного, відкриваючи простір афективного, тілесного, надлишкового [19].

Так сьогодні функціонує візуальна риторика в добу диджитал модерну: не як елемент репрезентації, не як структурна прикраса дискурсу, а як вибух, збій, "подія" в розумінні Бадью – те, що трапляється без попередження й змінює саму логіку бачення [4; 6]. Її поява – це не частина символічного обміну, а вторгнення у сам режим уваги, яка вже давно стала об'єктом економіки [27]. Її неможливо ігнорувати не через семіотичну насиченість, а через радикальну тілесність та безпосередність [10; 30]. Вона не намагається говорити "всередині", а створює інший тип простору, простір резонансу, що існує поза логікою консенсусу. У цьому сенсі візуальна риторика ближча до симптомів, ніж до повідомлень; до шуму, ніж до висловлювання [8; 22].

Ми живемо не в часи репрезентації, а в часи *міфотворення через глюки*. І от "Brassic" – це не просто серіал про маргінальних персонажів. Це механізм виробництва реальності з того, що ніхто не хотів би бачити поряд з собою. Камера там не фіксує події, вона їх зачинає. І поки академічна риторика ще сором'язливо дебатує, чи є зображення "носієм смислу" [22], "Brassic" вже кидає цей смисл об стіну, щоб подивитись, чи залишиться пляма. Проблема, яка рветься через кожен кадр – це розрив між тим, як гуманітаристика хоче бачити зображення (структурованим, чистим, репрезентативним), і тим, як воно реально функціонує в культурі шуму, мему, афекту [16; 19]. Ми більше не маємо справу з образом, який щось означає, а маємо справу з образом, який б'є. Б'є по увазі, чутливості, жанровій очікуваності. "Brassic" – це культурний удар ногою в об'єктив. Це зображення, яке не запрошує, а вторгається. І це не просто естетика. Це ритуальна дія. Це кадр, який працює як мем, як насмішка, як заміна досвіду. Він не намагається бути "як у житті" – він вже й є життя, тільки у версії, яку хочеться вимкнути, але не виходить.

Як цифрова риторика, "Brassic" не формує дискурс – він підриває дискурсивне [8]. Як візуальна риторика – не структурує кадр, а розливає його по екрану, як розбиту пляшку на підлозі бару. І отут наш вхід: ця естетика вторгнення, шуму, дисгармонії, блудної тілесності – це не збій системи. Це нова система, яка формує глядача іншого типу: не того, що хоче впізнати себе в герої, а того, хто раптом бачить, як виглядає світ, якщо не наводити фокус. Якщо не відвертати камеру, коли незручно. У цьому контексті "Brassic" – це не просто контент. Це онтологічний стрибок у тріщину репрезентації. Це культура після монтажу, після сюжету і логіки. Це те, що лишається, коли сюжет вигорів, а кадр усе ще горить.

Актуальність аналізу таких явищ зумовлена тим, що саме вони змінюють наші уявлення про межі репрезентації та способи культурної присутності в

полі зору. Утвердження зображення як доміантного каналу комунікації – не новина [13], але те, як саме трансформується його функція в цифровому середовищі, вимагає постійного перегляду аналітичних інструментів [4; 6]. Візуальна риторика сьогодні вже не виконує роль підпорядкованого мови елемента – вона сама творить правила гри. Особливо тоді, коли йдеться не про високі естетики, а про візуальні практики, що народжуються на перетині маргінального досвіду, цифрового шуму й серіального формату.

У цьому сенсі "Brassic" виступає не лише медіапродуктом, а симптомом культурного зсуву [9]. Серіал не імітує маргінальність – він виводить її в кадр як естетичну доміанту. Водночас його структура, стилістика, способи кадрювання й робота з тілом у просторі кадру апелюють до нових способів бачення, породжених цифровою культурою: гібридною, меметичною, гіперболізованою. Цікавість аналізу таких феноменів полягає в тому, що вони руйнують сталі уявлення про те, як виглядає "репрезентативне" зображення, хто має право на візуальну присутність і як ця присутність організовується в полі зору глядача.

Традиційні концепти візуальної культури – фокус, композиція, монтаж, гармонія – більше не працюють як критерії [5]. Натомість на перший план виходить фрагментарність, випадковість, перешкоди, глітч, вторгнення [17]. "Brassic" не підлаштовується під очікування – він глузує з них. І саме тому його аналіз стає нагальним: щоб зрозуміти не лише те, як змінюється образ маргінального в культурі, а й як сам культурний код переформатовує свою оптику, реагуючи на цифрові практики, риторичні жести й політичні афекти нового типу.

Водночас академічна аналітика часто не встигає за цими зсувами. Попри зростаючий інтерес до візуальної культури як поля інтерпретації, більшість досліджень й досі тяжіють до аналізу "впізнаваного" – естетик, які вже мають певну легітимність: артхаус,

документалістика, медіаінсталяції [7; 25]. Але "Brassic" – це не просто об'єкт, що чекає на легітимацію. Це хаос, який сам себе інституалізує, створюючи нову форму візуального впливу – міфотворчість із побутового лайна й мемів, із бруду, жарту, агресії та чутливості, яку не видно в центрі, але яка пульсує на периферії культурного поля.

Новизна підходу полягає у спробі розглядати "Brassic" не як маргінальний серіал з соціальною тематикою, а як візуальний механізм пострепрезентативного впливу, що функціонує не через логіку зображення, а через ритуал втручання. Це не просто текст, не просто кадр. Це подія зображення, яка працює як міф у цифровому середовищі: швидкий, повторюваний, нав'язливий, надлишковий, чуттєво впізнаваний, але семантично дикий.

Метою статті є аналіз серіалу "Brassic" як феномена візуальної та цифрової риторики нового типу – риторики, що не лише відображає, а й створює світ. Йдеться не про "відображення" маргінальності, а про перетворення її на естетичну подію, яка вже не потребує виправдань, бо сама диктує риторіку уваги. У цифровому середовищі, де візуальне повідомлення функціонує як імпульс, а кадр – як тригер, "Brassic" виявляється зразком риторичного втручання, що працює поза логікою наративу, зате у повній згоді з логікою алгоритмічної дистрибуції. Крізь призму міфотворчості, цифрових риторичних жестів і фрагментарної оптики серіалу пропонується осмислити, яким чином маргінальне тіло, уламок зображення і шум здатні трансформувати культурний порядок репрезентації в естетичну стратегію вторгнення.

Щоб розібратися в риторичі "Brassic", насамперед потрібно простежити, як саме серіал вибудовує свою візуальну агресію: які композиційні, стилістичні та жанрові рішення перетворюють зображення на інструмент тиску, а не лише на канал передачі змісту [13].

Методологічно дослідження ґрунтується на поєднанні кількох

взаємодоповнювальних оптик. Базовою виступає візуально-риторичний аналіз, що дозволяє розглядати зображення не лише як носій значення, а як дієвий жест. Його доповнює семіотико-дискурсивний підхід, спрямований на виявлення способів організації візуального матеріалу та риторики вторгнення в структурі кадру. Важливою є також перспектива теорій афекту й рецепції, яка дає змогу осмислити глядацький досвід як тілесно-реактивний, а не суто інтерпретативний. Нарешті, дослідження спирається на постструктуралістську філософію тіла та образу, що дозволяє розглядати маргінальне не як тему репрезентації, а як подієву форму візуальної присутності.

Увага зосереджується на тому, як маргінальне тіло стає центром кадру, не як умовна фігура чи метафора, а як подія, що вривається в оптику, змінюючи її фокус на ходу [10]. Водночас важливо дослідити, як цифрова риторика – з її логікою кліпу, мему, обривку – перетворює навіть найбільш буденний жест на афективний вибух, що не запам'ятовується, але діє [8; 16]. У межах цієї методології використовуються інструменти візуального аналізу, зокрема, читання фрейму, композиційної розтяжки, руху камери та його риторичної функції [6; 11]. І якщо зображення у *Brassic* не пояснює, а перебиває, то слід зосередитись на тому, як саме ця перебивка стає риторичним прийомом.

Окрему увагу приділено глядачеві, тому, як формується його позиція в умовах образу, що не запрошує до інтерпретації, а вимагає реакції [22]. Тут особливо продуктивно виявляється перспектива аналізу рецепції та афекту, що дозволяють побачити не лише структуру кадру, а й ті чуттєві механізми, які втягують глядача в досвід перегляду, що радше схожий на рефлекс, ніж на свідомий акт [30].

Симптоматично, що саме "Brassic", а не черговий канонічний текст, започатковує нову хвилю академічної рефлексії – від філософських статей до культурологічних есеїв, у яких ця естетика не просто аналізується, а

визнається повноцінним світотворчим механізмом. Це не жест інтерпретації, а реконфігурація горизонту мислимого: образ, що не просто репрезентує суб'єкт, а сам продукує умови його виникнення. Показовим є запуск міждисциплінарного проекту, де першою публікацією стане текст із виразною назвою: *"Банда онтологічних уленіпідгелів: образ людини у серіалі "Brassic"*, що досліджує пост(недо)просвітницьку суб'єктність у контексті цифрової маргінальності. У цьому сенсі *Brassic* не ілюструє філософські гіпотези – він функціонує як матеріальний фільтр, через який філософія переосмислює власні засоби бачення. Це дозволяє перейти від констатації культурного явища до його концептуального осмислення. Адже *"Brassic"* не лише пропонує інший риторичний стиль оповіді – він створює інший тип реальності завдяки риторичній, де тіло, кадр і шум не ілюструють світ, а його запускають. У цьому моменті візуальне стає не "засобом подачі", а конструюванням, де зображення не пояснює реальність, а її вигадує через фрагменти, перерви, глітч і постійне самозаперечення. Це і є новий світ-міф *"Голяка"*: реальність, що не формується шляхом репрезентації, а вибухає через перенасичення медіальним тілом.

Такий підхід вимагає перегляду базових установок візуальної риторики. Якщо раніше кадр виконував функцію структурної рамки (композиційної, сюжетної, семантичної), то в *"Brassic"* він перетворюється на травматичну точку вторгнення – простір, у який вривається маргінальне, розмите, позажанрове [5; 13]. Це не випадковий естетичний жест, а форма цифрової філософії, де об'єкт вже не підлягає класифікації, бо сам є дією [4].

Тут доречним було б звернення до постструктуралістських ідей тіла як місця афекту (Батай), шуму як онтологічної події (Сер), а також естетики як способу бачити немислиме (Рансьєр) [19; 10; 22]. Інакше кажучи, *"Brassic"* створює нову модель візуального суб'єкта – не героя, не персонажа, а уламок свідомості,

фрагмент рефлексу, тіло-свідчення, яке не говорить, але діє. Не подає приклад, а стає мікро-міфом. Це не інтерпретується – це переживається. Не тому, що глибоко, а тому, що голосно. Ключовим інструментом цієї нової візуальної риторики стає афект – як не артикульована, але цілком впізнавана форма впливу [19]. У *"Brassic"* афект працює не як метафора, а як пряма атака на рецепторну систему глядача: тряска камери, стиснений монтаж, раптові вигуки й звуки, які не завершуються, а обриваються – все це моделює не наратив, а стан. І саме стан стає основною валютою цього візуального світу [30]. Це не історія, яку ви споживаєте – це настрій, у який вас занурюють, навіть якщо ви пручаетесь. Так з'являється нова риторика шуму – не як фонове оформлення хаосу, а як структурна одиниця змісту [8; 17]. Те, що класична риторика вважала за "зайве", тут стає "головним": перешкода, збій, візуальний треш. Шум у *"Brassic"* – це риторичний прийом, який замінює пафос і логос, залишаючи лише гав-ефект: або ти чуєш, або тебе вибиває з кадру. Сама структура оповіді підлаштована не під логіку причинності, а під логіку імпульсу – фрагмент, який не веде далі, але залишається в тілі глядача як естетичний синяк.

І тут вступає тіло. Не метафізичне тіло суб'єкта, не класичне "тіло-носії значень", а буквальне, пошкоджене, переформатоване тіло, яке діє, бо іншого способу комунікації не має [10]. Це тіло, яке ламає кадр: з'являється невчасно, говорить поза текстом, сміється там, де має мовчати. Саме воно – найпотужніший риторичний елемент цієї візуальної екосистеми. *"Brassic"* не "репрезентує маргінальне тіло" – воно вивертає його в обличчя камері. І в цьому вся логіка: не показати "правду життя", а зробити так, щоби кадр більше не міг вдавати, що не бачить. Це тіло не просить дозволу на присутність – воно стає медіа-суб'єктом, який ламає об'єктив своєю фізичною появою [22].

У класичних міфах боги – це не взірць порядку, а тусовка з проблемами, яка час від часу викрадає корів, трансформується у лебедів, кидається блискавками й пише гекзамером історію буття. Їхня сила не в моральності, а в присутності. Вони присутні у світі так сильно, що світ під них гнеться [22]. "Brassic" працює за тією ж логікою: це не репрезентація спільноти, а створення світу навколо неї [17]. І не важливо, чи ця спільнота складається з крадіїв, лузерів і побитих життям клоунів, важливо те, що вона присутня і чинить вплив. Тут народжується міф маргінальності як мови, а мова – це і є риторика [9]. Тільки в "Brassic" вона не грецька і не латинська. Вона з матюком, мільчом на камері і димом з того, що курили.

Як у грецьких міфах боги втручались у справи смертних, так і тут – персонажі не просто діють у кадрі, вони ламінують реальність під себе, втручаючись у саму тканину екрану [4]. І саме тому ця риторика працює: це не мова про щось, це мова, яка щось робить [21]. Тут міф не розповідається, він відбувається у кадрі. Його учасники не герої, а фігури з вулиці, які, не дочекавшись запрошення в пантеон, самі його створили. Іронія в тому, що саме ця, на перший погляд, культурна сміттєва корзина, виявляється риторично досконалою: вона не просить дозволу бути почутою, вона говорить гучніше за всіх. Бо справжній міф завжди звучить не з кафедри, а з підворотні [27].

У класичному міфі простір завжди впорядкований: є небо, є земля, є підземелля. Герої рухаються через ці площини, переживають ініціації, отримують мораль. У "Brassic" простір нагадує провал у GPS-навігаторі: географія тут не веде, вона губить [6]. Камера крутиться по двору, де дитячий батут стоїть поряд із холодильником без дверцят. Приватне й публічне зміщуються, як пиво й заспокійливе. Простір не дає контексту – він дає відчуття: того, що ти десь є, але незрозуміло де саме, і чи ти тут добровільно [30].

Час – окрема аномалія. У кадрі "Brassic" немає часової лінії, є лише пульсація: щось трапилось, щось ще буде, але все важливе вже відбулося – і це було смішно, боляче, або обидва разом. Монтаж не структурує події, він їх скидає, як обривки сну [15; 16]. І це не випадковість. Це риторика розбитого годинника, де кожна мить існує окремо, без прив'язки до "історії", але з повною вагою емоції [27]. А ще – камера. О, це не просто механізм зйомки, це учасник, співзлочинець, свідок, іноді жертва. Вона не намагається бути непомітною. Навпаки, її тремтіння, її неправильні кути, її неспроможність "встигнути" – і є головне повідомлення [6]. Камера тут не як Бог – всевидючий і мовчазний. Вона як колега, що кричить разом із героями, втикає в небо, коли не знає, що ще знімати, або падає в калюжу разом із телефоном. У цьому сенсі Brassic доводить до межі те, що ще Вальтер Бенямін передбачав у *Мистецтві доби механічної репродукції*: зображення перестає бути вікном у світ, а стає фактом події [3]. А подія – це риторичний акт [5; 22]. Акт, де вже не важливо, чи є сенс – важливо, що є вплив.

Але ж будьмо чесними: весь цей новий світ не існує без того, хто на нього дивиться. Та у "Brassic" глядач – більше не глядач. Точніше, він ще глядач, але вже не суб'єкт інтерпретації, а об'єкт ураження [19; 30]. Класичний риторичний канон спирається на ідею переконання, апелюючи до розумного, рефлексивного суб'єкта. Але в "Brassic" цього суб'єкта не існує. Його витіснила фігура реципієнта-контейнера, в якого кидають образами, як у сміттєвий бак на швидкості. Це не запрошення до тлумачення. Це психічна аварія, яку треба або пережити, або скасувати підписку. Ми маємо справу з глядачем, який більше не шукає себе в історії, а шукає, де сховатись від власного пізнання. Це не глядач Сократа. Це глядач після блекауту, після панічної атаки, після TikTok-перевтоми. Він не хоче розуміти – він хоче вижити в ритмі кадру. І тут риторика набуває абсолютно нового сенсу: вона не пояснює, а зчитує нервову систему [10].

І якщо вона працює – ти здригнувся, засміявся, вимкнув і не зрозумів чому.

Ось де "Brassic" стає новою онтологією перегляду: це не серіал, який ви переглядаєте. Це серіал, який переглядає вас. Він тестує вашу межу терпимості до абсурду, тілесності, неокультуреного. Він не "включає в дискурс", а вивертає дискурс на вас, як брудну футболку з вивороту. І саме тут народжується нова форма глядацької чутливості – рефлекс без рефлексії, переживання без концепту, афект без моралі. Це вже не культура репрезентації, а – культура залпу. І якщо ви не впали – значить, воно поцілило трохи вбік. Наступного разу влучить.

А якщо персонажі "Brassic" – не герої і не антигерої, а взагалі інша форма людського існування, яка просто перестала грати за старими правилами? Що, як їхня "маргінальність" – не дефект, а нова риторична позиція: не мовити про себе, а *бути шумом, бути збоєм, бути кадром, що не влізла у жодну сітку координат?*

Чи можливо сьогодні взагалі репрезентувати маргінальність – чи вона завжди буде або романтизована, або приручена? І що, коли "Brassic" не репрезентує, а імітує вибух і цим самим створює власну риторіку?

Тут не йдеться про впізнавання себе. Йдеться про щось значно страшніше й чесніше: бачити світ, у якому нічого не впізнається, бо все розлетілось на фрагменти...

І ось тут ми підходимо до цифрової риторики. Бо цей фрагмент, цей шум, це тіло в кадрі – не просто частина сюжету. Це частина платформи, частина мемосфери. Частина тієї культури, де контент не переживають – його скролять, реагують, переробляють [18; 28]. Кожен кадр "Brassic" – це вже майже гіфка. Афектний уламок, який просить не осмислення, а реакції. І ось вона – риторика платформи. Не мовлення, а клік. Не аргумент, а *вау, це було дико* [4].

Цифрова риторика – це не те, що ти кажеш. Це те, що стає реакцією ще до того, як ти встиг подумати [8]. І "Brassic" працює на цьому рівні: між жестом і лайком, між тілом і скріном,

між камерою й очима, які нічого не встигають, але все проживають.

У класичній риторичній акт мовлення передбачав етичну відповідальність, продуману форму і адресата, що здатен слухати. А в цифровій риторичній? Тут кожен кадр – не теза, а тригер. Не "я думаю, отже існую", а "я кинув, подивимось, що вилізе в коментарях".

"Brassic" працює в цій новій парадигмі з винятковою точністю. Його візуальний ряд – не ілюстрація, а ін'єкція. Кожна сцена ніби створена, щоби її вирізали, залили музику з Tik Tok і перекинули в мемосферу. Це не сюжет – це версія реальності, оптимізована під реакцію. Не для того, щоб зрозуміти, а щоб сказати: "Та ну, це що зараз було?!"

Цифрова риторика – це риторика ефекту без етапу осмислення. Це дія без паузи. Афект без рефлексії [10; 19]. Саме тому в "Brassic" камера не фіксує, а провокує. Вона не "знімає", вона травмує, сміється, падає. Це камера, яка зливає контент напряму в тіло [22]. У цій логіці вся культура зображення стає ритуалом: неподієвим, але повторюваним. Кожен мем, кожен скрін, кожна гіфка – це акт не значення, а впливу [4; 18]. І тут риторика – не краса аргументу, а ефективність вирахованого збою.

Цифрова культура більше не розповідає історії. Вона перекидає фрагменти в увагу, дивиться, як вони там горять, і додає фільтр. І саме це – нова візуальна риторика. Риторика, в якій дискурс замінено алгоритмом. Сенс – лайком. Діалог – звуком нотифікації [8]. Усе це вказує не просто на зміну естетики. Йдеться про виникнення нової риторики, яка вже не *переказує* дійсність, а *перетворює* її через власну логіку функціонування. Це не опис культури – це механіка втручання в культуру. Нова риторика – цифрова, візуальна, фрагментарна – структурує її через вторгнення, афект і повтор [8; 19]. Це риторика, яка не очікує відповіді, бо відповідь не є її метою. Її мета – спрацювати. Реакція дорівнює ефективності "Brassic", у цьому сенсі, – не просто серіал. Це

алгоритм риторичного впливу. Він втілює культуру дії без паузи на осмислення. Він не "показує" маргінальність – він породжує простір, у якому вона диктує правила. Де абсурд стає інструментом критики, а шум – інструментом структурування.

Це риторика, в якій сенс не фіксується, а миготить. У якій кадр – не вікно в світ, а фабрика подій. У якій глядач – не інтерпретатор, а поле впливу. І саме тому ми не маємо справу з черговою попкультурною аномалією. Маємо справу з новим міфотворчим режимом, де зображення – це не пейзаж, а дія.

Висновки. У статті її автори не прагнули зібрати "Brassic" у впорядковану теоретичну рамку – бо сам серіал відкидає рамки як такі, а проаналізували його як візуально-риторичний механізм, що функціонує не в логіці репрезентації, а в логіці вторгнення, перевантаження, ритуальної естетики цифрового афекту.

Риторика, яка постає в "Brassic", є свідченням зсуву культурної парадигми – від демонстрації до дії, від фігури до шуму, від меседжу до глітч. Це риторика, що творить реальність не завдяки переконанню, а завдяки самій появі. Її філософське навантаження – у тому, що вона виносить на поверхню те, що традиційно виключалось із публічного бачення, – фрагменти тіл, уламки суб'єктностей, нелогічні афекти. Вона не шукає сенсу – вона демонструє момент його зародження, у шумі, у сміху, у збитій композиції.

Запропонований аналіз "Brassic" – лише один фрагмент у ширшій спробі зрозуміти сучасне міфотворення, де навіть маргінальне може диктувати стиль, де камера не репрезентує, а реагує, а глядач – не інтерпретує, а відчуває. "Brassic" вчить: не кожна історія має бути героїчною. Але кожен кадр може бути світотворчим актом, якщо в ньому достатньо диму, тіл і сміху, що проривається крізь структурну безнадію.

Здійснений у статті аналіз – це не остаточне слово, а відкрита позиція в новій культурній картографії, де риторика вже не є формою аргументації, а способом впливу.

"Brassic" постав перед нами як ритуал міфотворення в добу цифрового фрагменту, де сміх і дим здатні створювати онтологічні зсуви – без пафосу, без монтажу, зате з точністю риторичного жесту.

У певному сенсі ця перспектива окреслює подальший горизонт дослідження. "Brassic" постає як хроніка простору без майбутнього – міста, що більше не приховує власної руїни, а перетворює її на сцену. У цьому образі урбаніст може побачити топологію блукання, а теоретик цифрової сучасності – симптом розпаду раціонального порядку та появу нових способів існування в межах платформи. Це простір, у якому рух уперед втрачає очевидність, поступаючись досвіду співіснування з фрагментованою реальністю.

ЛІТЕРАТУРА

1. Barletta V. S., Caivano D., Gigante D., Ragone, A. A rapid review of responsible AI frameworks: How to guide the development of ethical AI. *Proceedings of the 27th International Conference on Evaluation and Assessment in Software Engineering (EASE)*, 2023. P. 358–367. <https://doi.org/10.1145/3593434.3593478>
2. Barthes R. *Camera lucida: Reflections on photography* (R. Howard, Trans.). New York: Hill and Wang. 1981. 119 p.
3. Benjamin W. *The work of art in the age of mechanical reproduction* (J. A. Underwood, Trans.). London: Penguin Books. 2008. 96 p.
4. Berry D. M. *Critical theory and the digital*. London: Bloomsbury Academic. 2014. 264 p. <https://doi.org/10.5040/9781849664639>.
5. Bolter J. D., Grusin R. *Remediation: Understanding new media*. Cambridge, MA: MIT Press. 1999. 295 p.

6. Drucker J. *Graphesis: Visual forms of knowledge production*. Cambridge, MA: Harvard University Press. 2014. 240 p.
7. Elkins J. *The domain of images*. Ithaca: Cornell University Press. 1999. 320 p.
8. Eyman D. *Digital rhetoric: Theory, method, practice*. Ann Arbor: University of Michigan Press. 2015. 184 p. <https://doi.org/10.3998/dh.12220332.0001.001>.
9. Foss S. K. *Theory of visual rhetoric*. In K. L. Smith, S. Moriarty, G. Barbatsis, K. Kenney (Eds.). *Handbook of visual communication: Theory, methods, and media* (pp. 141–152). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates. 2005. https://doi.org/10.1207/s15506878jcvss01_1.
10. Hansen M. B. N. *Bodies in code: Interfaces with digital media*. New York: Routledge. 2006. 328 p.
11. Hill C. A., Helmers M. *Defining visual rhetorics*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates. 2004. 342 p. <https://doi.org/10.4324/9781410609977>.
12. Hughes N. Non-ideal epistemic rationality. *Philosophical Issues*. 2024. № 34 (1). P. 72–95. <https://doi.org/10.1111/phis.12273>.
13. Kress G., van Leeuwen T. *Reading images: The grammar of visual design* (2nd ed.). London: Routledge. 2006. 312 p.
14. Lindstrom M. *Buyology: Truth and lies about why we buy*. New York: Doubleday. 2008. 256 p.
15. Losh E. *The war on learning: Gaining ground in the digital university*. Cambridge, MA: MIT Press. 2014. 304 p. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9742.001.0001>.
16. Manovich L. *The language of new media*. Cambridge, MA: MIT Press. 2001. 354 p.
17. Manovich L. *Software takes command*. New York: Bloomsbury Academic. 2013. 376 p.
18. Manovich L. *Instagram and contemporary image*. 2017. URL: <http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image>
19. Massumi B. *Politics of affect*. Cambridge: Polity Press. 2015. 228 p.
20. Memarian B., Doleck T. A review of caveats and future considerations of research on responsible AI across disciplines. *Human Technology*. 2024. № 20 (3). P. 488–524. <https://doi.org/10.14254/1795-6889.2024.20-3.4>.
21. Miller C. R. (). Genre as social action. *Quarterly Journal of Speech*. 1984. № 70 (2). P. 151–167. <https://doi.org/10.1080/00335638409383686>.
22. Mitchell W. J. T. *What do pictures want? The lives and loves of images*. Chicago: University of Chicago Press. 2005. 380 p.
23. Murray J. H. *Hamlet on the holodeck: The future of narrative in cyberspace* (Updated ed.). Cambridge, MA: MIT Press. 2017. 440 p.
24. Ong W. J. *Orality and literacy: The technologizing of the word*. London: Methuen. 1982. 204 p. <https://doi.org/10.4324/9780203328064>.
25. Pauwels L. *Visual cultures of science: Rethinking representational practices in knowledge building and science communication*. Hanover: Dartmouth College Press. 2006. 386 p.
26. Perelman C., Olbrechts-Tyteca L. *The new rhetoric: A treatise on argumentation* (J. Wilkinson & P. Weaver, Trans.). Notre Dame, IN: University of Notre Dame Press. 1969. 566 p.
27. Rushkoff D. *Present shock: When everything happen snow*. New York: Current. 2013. 304 p.
28. Shipka J. *Toward a composition made whole*. Pittsburgh, PA: University of Pittsburgh Press. 2011. 232 p.
29. Thaler R. H., Sunstein C. R. *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. New Haven, CT: Yale University Press. 2008. 312 p.
30. Zeki S. *Splendors and miseries of the brain: Love, creativity, and the quest for human happiness*. Chichester, UK: Wiley-Blackwell. 2009. 256 p.

REFERENCES (TRANSLATED & TRANSLITERATED)

1. Barletta, V. S., Caivano, D., Gigante, D., & Ragone, A. (2023). A rapid review of responsible AI frameworks: How to guide the development of ethical AI. *Proceedings of the*

27th International Conference on Evaluation and Assessment in Software Engineering (EASE), 358–367. <https://doi.org/10.1145/3593434.3593478> (in English).

2. Barthes, R. (1981). *Camera lucida: Reflections on photography* (R. Howard, Trans.). Hilland Wang (in English).

3. Benjamin, W. (2008). *The work of art in the age of mechanical reproduction* (J. A. Underwood, Trans.). Penguin Books (in English).

4. Berry, D. M. (2014). *Critical theory and the digital*. Bloomsbury Academic. <https://doi.org/10.5040/9781849664639> (in English).

5. Bolter, J. D., Grusin, R. (1999). *Remediation: Understanding new media*. MIT Press (in English).

6. Drucker, J. (2014). *Graphesis: Visual forms of knowledge production*. Harvard University Press (in English).

7. Elkins, J. (1999). *The domain of images*. Cornell University Press (in English).

8. Eyman, D. (2015). *Digital rhetoric: Theory, method, practice*. University of Michigan Press. <https://doi.org/10.3998/dh.12220332.0001.001> (in English).

9. Foss, S. K. (2005). *Theory of visual rhetoric*. In K. L. Smith, S. Moriarty, G. Barbatsis, & K. Kenney (Eds.), *Handbook of visual communication: Theory, methods, and media* (pp. 141–152). Lawrence Erlbaum Associates. https://doi.org/10.1207/s15506878jcvss01_1 (in English).

10. Hansen, M. B. N. (2006). *Bodies in code: Interfaces with digital media*. Routledge (in English).

11. Hill, C. A., & Helmers, M. (Eds.). (2004). *Defining visual rhetorics*. Lawrence Erlbaum Associates. <https://doi.org/10.4324/9781410609977> (in English).

12. Hughes, N. (2024). Non-ideal epistemic rationality. *Philosophical Issues*. 34 (1), 72–95. <https://doi.org/10.1111/phis.12273> (in English).

13. Kress, G., van Leeuwen, T. (2006). *Reading images: The grammar of visual design* (2nd ed.). Routledge (in English).

14. Lindstrom, M. (2008). *Buyology: Truth and lies about why we buy*. Doubleday (in English).

15. Losh, E. (2014). *The war on learning: Gaining ground in the digital university*. MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9742.001.0001> (in English).

16. Manovich, L. (2001). *The language of new media*. MIT Press (in English).

17. Manovich, L. (2013). *Software takes command*. Bloomsbury Academic.

18. Manovich, L. (2017). *Instagram and contemporary image*. URL: <http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image> (in English).

19. Massumi, B. (2015). *Politics of affect*. Polity Press (in English).

20. Memarian, B., Doleck, T. (2024). A review of caveats and future considerations of research on responsible AI across disciplines. *Human Technology*. 20 (3), 488–524. <https://doi.org/10.14254/1795-6889.2024.20-3.4> (in English).

21. Miller, C. R. (1984). Genre as social action. *Quarterly Journal of Speech*, 70 (2), 151–167. <https://doi.org/10.1080/00335638409383686> (in English).

22. Mitchell, W. J. T. (2005). *What do pictures want? The lives and loves of images*. University of Chicago Press (in English).

23. Murray, J. H. (2017). *Hamlet on the holodeck: The future of narrative in cyberspace* (Updated ed.). MIT Press (in English).

24. Ong, W. J. (1982). *Orality and literacy: The technologizing of the word*. Methuen. <https://doi.org/10.4324/9780203328064> (in English).

25. Pauwels, L. (Ed.). (2006). *Visual cultures of science: Rethinking representational practices in knowledge building and science communication*. Dartmouth College Press (in English).

26. Perelman, C., Olbrechts-Tyteca, L. (1969). *The new rhetoric: A treatise on argumentation* (J. Wilkinson & P. Weaver, Trans.). University of Notre Dame Press (in English).

27. Rushkoff, D. (2013). Present shock: When everything happens now. Current (in English).

28. Shipka, J. (2011). Toward a composition made whole. University of Pittsburgh Press (in English).

29. Thaler, R. H., Sunstein, C. R. (2008). Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness. Yale University Press (in English).

30. Zeki, S. (2009). Splendors and miseries of the brain: Love, creativity, and the quest for human happiness. Wiley-Blackwell (in English).

Receive: December 08, 2025
Accepted: December 26, 2025