

Філософія

УДК 101.808

DOI <https://doi.org/10.5281/zenodo.16718222>

Алгоритмічна риторика: трансформація класичної тріади (етос, пафос, логос) у цифрову епоху

Прокопенко Владислав Валерійович,

аспірант кафедри теоретичної і практичної філософії професора Й.Б.Шада

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Україна,

<https://orcid.org/0009-0001-6461-877X>

Прийнято: 23.07.2025 | Опубліковано: 31.07.2025

***Анотація.** У статті досліджено, як змінюються механізми риторичного впливу в умовах цифрової комунікації, опосередкованої алгоритмами. Автор концептуалізує «алгоритмічну риторіку» як нову онтологію впливу, що реалізується не через герменевтичний діалог, а через інтерфейсну архітектуру та UX-дизайн як технології суб'єктивації. Центральним об'єктом дослідження виступає феномен невидимого переконання (*persuasio invisibilis*), яке діє в прекогнітивній темпоральності, заміщаючи автентичну свободу вибору симулякром автономії. Риторичний суб'єкт більше не артикулює дискурс, а проєктує *Umwelt* – середовище можливих дій. Аудиторія редукується до алгоритмічно керованої реактивності. На основі широкого кола критичних досліджень (Zuboff, Turkle, Ulmer, Euman, Noble, Finn) виявлено епістемологічний зсув: етос мігрує від біографічної достовірності мовця до алгоритмічної точності передбачення; пафос – від афективного звернення до емоційної сценографії; логос – від*

аргументативної логіки до машинного обчислення релевантності. Узагальнюючи результати, автор обґрунтовує потребу у формуванні критичної алгоритмічної грамотності – здатності розпізнавати й деконструювати невидимі механізми впливу, що маскуються під зручність, персоналізацію та «автентичний вибір».

Ключові слова: алгоритмічна риторика, цифрова комунікація, етос, пафос, логос, невидиме переконання, критична грамотність.

Algorithmic Rhetoric: Transformation of the Classical Triad (Ethos, Pathos, Logos) in the Digital Age

Vladyslav Prokopenko,

postgraduate study, Department of Theoretical and Practical Philosophy, Kharkiv National University, Ukraine, <https://orcid.org/0009-0001-6461-877X>

Abstract. *The article explores how mechanisms of rhetorical influence are transformed in the context of digital communication mediated by algorithms. The author conceptualizes «algorithmic rhetoric» as a new ontology of influence, realized not through hermeneutic dialogue, but through interface architecture and UX design as technologies of subjectification. The central object of the study is the phenomenon of invisible persuasion (persuasio invisibilis), which operates in a precognitive temporality, replacing authentic freedom of choice with a simulacrum of autonomy. The rhetorical subject no longer articulates discourse, but rather designs the Umwelt – an environment of possible actions. The audience is consequently reduced to algorithmically controlled reactivity. Drawing on a wide range of critical studies (Zuboff, Turkle, Ulmer, Eyman, Noble, Finn), the article reveals an epistemological shift: ethos migrates from the biographical credibility of the speaker to algorithmic precision of prediction; pathos transforms from an*

affective appeal to an emotional scenography; and logos moves from argumentative logic to the machine-driven calculation of relevance. Summarizing the results, the author substantiates the need for developing critical algorithmic literacy – the ability to recognize and deconstruct invisible mechanisms of influence disguised as convenience, personalization, and «authentic choice». Algorithmic rhetoric emerges not as an apocalyptic threat to classical logos, but as its systemic mutation-quiet, background-effective, and almost imperceptible to reflective consciousness.

Keywords: *algorithmic rhetoric, digital communication, ethos, pathos, logos, invisible persuasion, critical literacy.*

Постановка проблеми. Сьогодні алгоритми не лише опосередковують риторичні процеси – вони радикально змінюють саму природу переконання. Те, що раніше постулювалося як публічний, діалогічний акт між мовцем і слухачем, поступово трансформується на рівень невидимої інфраструктури досвіду. В сучасному комунікативному середовищі вплив здійснюється не через аргументацію чи афективне звернення, а через персоналізацію, емоційний дизайн та алгоритмічне структурування інформаційних потоків.

Актуальність дослідження зумовлюється кількома ключовими чинниками: по-перше, всепроникністю алгоритмічних систем у сфері комунікації – від рекомендаційних механізмів соцмереж до генеративних моделей; по-друге, кризою традиційних риторичних підходів, які ігнорують специфіку цифрового середовища; по-третє, нагальною потребою у формуванні критичної «алгоритмічної грамотності» – здатності розпізнавати нові механізми переконання, що діють поза полем мовлення.

Наукова новизна полягає у концептуалізації «алгоритмічної риторики» як нової онтології переконання, що функціонує не через дискурс, а через дизайн досвіду. На відміну від існуючих досліджень цифрової комунікації, ця робота пропонує аналітичну модель трансформації класичної тріади етос –

пафос – логос в умовах машинного опосередкування, а також вводить поняття «невидимого переконання» (*persuasio invisibilis*) як нового формату впливу, що здійснюється в прекогнітивному режимі.

Теоретична значущість дослідження полягає в розширенні меж риторичної теорії на цифрові середовища та формуванні концептуального апарату для аналізу алгоритмічних структур впливу. *Практична значущість* визначається потенціалом застосування запропонованих підходів у сфері критичної медіаграмотності, цифрової етики та освітніх практик, спрямованих на підвищення свідомості щодо технологічних форм маніпуляції.

Ще у 1957 році Айзек Азімов передбачив ситуацію, яка сьогодні стала нормою: «Що залишиться вченому? Лише одне – безплідні рішення про те, які накази віддавати роботам далі» [Asimov, 1957, p. 316]. Алгоритми справді перебрали на себе функції переконання – але діють не через примус, а через комфорт, не через дискусію, а через інтерфейсний досвід. Радість мислення не зникла – вона стала непомітною.

Огляд літератури окреслює поле дослідження як поліфонію теоретичних підходів. Р. Ланхем (*The Electronic Word*, 1993) запровадив концепт цифрової риторики як зміни режиму красномовства, а Д. Ейман (*Digital Rhetoric*, 2015) систематизував підходи до аналізу цифрової аргументації. Ш. Зубофф (*The Age of Surveillance Capitalism*, 2019), С. У. Нобл (*Algorithms of Oppression*, 2018), К. О'Ніл (*Weapons of Math Destruction*, 2016) та Ф. Паскуале (*The Black Box Society*, 2015) розкрили алгоритми як інструменти структурної влади, що маніпулюють інформаційними потоками. Ш. Теркл (*Alone Together*, 2011) і Е. Фінн (*What Algorithms Want*, 2017) висвітлили феноменологічний вимір взаємодії з технологіями.

Сучасні дослідження поглиблюють ці ідеї. Т. Бучер [Bucher, 2021] аналізує алгоритмічну персоналізацію як парадокс між індивідуальним досвідом і детермінацією, що резонує з концептом невидимого переконання.

Н. Коулдрі та У. Мехіас [Couldry & Mejias, 2023] критикують алгоритми як інструменти «дата-колоніалізму», що витягують поведінкові дані для маніпуляції. М. Айролді [Airolidi, 2022] вводить поняття «машинного габітусу», описуючи алгоритми як структури соціальних практик, а П. Дуріш [Dourish, 2024] досліджує інтерфейси як медіатори цифрового досвіду, що заміщують традиційний дискурс. М. Грецьки та Г. Дішон [Gretzky & Dishon, 2025] пропонують концепт «алгоритмічного автора», що трансформує межі між людським і машинним авторством.

Аналіз наукової літератури виявляє три ключові недоліки існуючих підходів: *Фрагментарність теоретичних рамок*: попередні дослідження [Zuboff, 2019; Noble, 2018; Euman, 2015] аналізують окремі аспекти алгоритмічного впливу – економічну експлуатацію даних, упередження у пошукових системах або цифрову аргументацію, – але відсутня інтегральна теорія, що пояснює алгоритмічну риторику як системну трансформацію класичної тріади етос-пафос-логос. *Недослідженість прекогнітивних механізмів впливу*: існуючі дослідження [Lanham, 1993; Ulmer, 2003; Manovich, 2001] зосереджуються на свідомих формах цифрової комунікації, ігноруючи феноменологію «невидимого переконання» – процеси впливу, що відбуваються на рівні інтерфейсної архітектури та UX-дизайну без усвідомлення користувачем факту маніпуляції. *Відсутність критичної методології*: попри визнання проблем алгоритмічного контролю [Pasquale, 2015; O'Neil, 2016], бракує практичних інструментів розпізнавання та деконструкції алгоритмічних механізмів переконання у повсякденному цифровому досвіді.

Наукові завдання дослідження. Ця стаття заповнює ідентифіковані прогалини через вирішення конкретних завдань: а) аналіз трансформації етосу – від біографічної довіри до алгоритмічної персоналізації на прикладі рекомендаційних систем Netflix та Spotify; б) дослідження еволюції пафосу –

від емоційних звернень до афективного UX-дизайну через аналіз нотифікацій, кольорових схем та анімацій інтерфейсів; в) вивчення перетворення логосу – від аргументативних структур до алгоритмічного ранжування релевантності в пошукових системах та соціальних мережах; г) концептуалізацію «невидимого переконання» як риторичної дії без усвідомленого сприйняття мовця через механізми прекогнітивного впливу; д) формулювання принципів критичної алгоритмічної грамотності – конкретних навичок розпізнавання маніпулятивних патернів у цифрових інтерфейсах.

Мета дослідження: Проаналізувати, як класична риторична тріада (етос, пафос, логос) трансформується в умовах алгоритмічного опосередкування комунікації, та запропонувати концепт «алгоритмічної риторики» як нової, невидимої форми переконання, що діє через дизайн досвіду, а не через мовлення.

Методологія дослідження. Дослідження базується на міждисциплінарному підході, що поєднує: а) феноменологічний аналіз цифрових інтерфейсів для виявлення прекогнітивних механізмів впливу; б) критичний дискурс-аналіз алгоритмічних практик персоналізації на основі теоретичних рамок Зубофф та Нобл; в) компаративний аналіз класичних риторичних категорій та їх цифрових трансформацій; г) семіотичний аналіз UX-дизайну як нової форми риторичної дії. Емпіричною базою слугують інтерфейси провідних платформ (Google, Facebook, Netflix, TikTok) та академічні дослідження алгоритмічного впливу 2015-2025 років.

Риторика довгий час була способом зшивати розумне й людське – епістемологічним мостом між раціональністю та соціальністю. Вона не лише формувала переконання – вона конституювала дискурсивні спільноти: академічні, церковні, парламентські. Вона була іманентна тим просторам, де суб'єкти слухали й відповідали, створюючи діалогічну структуру комунікації. На відміну від софістики, що грає логікою та враженням, риторика прагнула

переконати, а не перехитрити. Вона передбачала *logos* як розумну мову, спрямовану до іншого – до слухача, до аудиторії, до суспільного простору. Вона будувалася на філософії і жила – довго – в університетах, у трибунах, у залах парламентів і судів. Вона навчала говорити, мислити, впливати.

Але світ змінюється. *Logos* більше не звучить – він піддається процесам адаптації, персоналізації і маніфестується у вигляді пропозиції, знижки, настроєвого плейлиста чи «тільки для вас» добірки з Netflix. Промова зникла як дискурсивна практика. Залишилася реакція як автоматизована відповідь. Це місце поступово займає *push*-логіка: тиха, спокуслива, наче погляд у спину. Вона більше не артикулюється – вона емерджентно з'являється. Риторика епохи штучного інтелекту не вимагає аудиторії як конститутивного елементу. Вона відбувається *в тобі*: в твоєму таймлайні, в *push*-нотіфікації, в рекомендованому плейлісті, що мовчки інтерпретує твій афективний стан. *Logos* не зник – він просто став алгоритмом.

Те, що ще вчора резонувало як поезія в аудиторії, сьогодні розчиняється в стрічці сповіщень. У 2020 році Джорджо Агамбен, реагуючи на пандемічні обмеження, написав маніфест про кінець університету як простору живого слова, як форми буття-разом (*essere-insieme*) [Agamben, 2020]. Його тривога здавалася передчасною. Та світ, здається, навіть не зупинився на паузу – він просто змінив інтерфейс медіації.

Сьогодні риторика живе не в лекційних залах і навіть не в політичних студіях. Вона розчинилася в рекомендаційних системах, в UX-дизайні, в обчислюваній увазі (*computational attention*) [Lanham, 1993; Euman, 2015]. І проблема не в тому, що ми перестали переконувати. Проблема в тому, що переконання перестало бути *феноменологічно* присутнім: коли Як у "Матриці" [Wachowski & Wachowski, 1999], сучасна риторика працює не через промови, а через «зручну реальність» інтерфейсів. UX-дизайн стає новою формою переконання — не питаючи, не пояснюючи, просто створюючи архітектуру

досвіду. Ми сьогодні вже не бачимо переконання – ми реагуємо на нього, як на фонову музику в магазині: непомітну, але ефективну в своїй афективній дії... Алгоритм не виголошує промову – він проектує досвід (*experience design*). Він працює як сюжет, як ритм, як впізнаваний настрій сцени – як фільм, який щось важливе підказує, ще до того, як хтось відкрив рота. І в цьому він – спадкоємець того самого кіно, про яке пише Марк Роуландс: кіно розглядається не як розвага, а як мислення у формі культури, як когнітивний апарат (*cognitive apparatus*) [Rowlands, 2019]. Ми мислимо через наративи. Ми відчуваємо, як суб'єкти дії. Ми реагуємо на формули. І тепер – не лише у фільмах. А в стрічках, інтерфейсах, *recommendation flows*.

Слова майже втратили свою семантичну вагу – бо їхнє місце зайняли патерни розпізнавання. Якщо *logos* – це вже не промова, а кодова черга, не акт мовлення, а конфігурація досвіду, то хто тепер суб'єкт риторичної дії? І чи можемо ми ще говорити про свободу переконання, якщо переконання відбувається до того, як ми його усвідомимо – на рівні прекогнітивних процесів? Тому цей текст – спроба повернути риторичі її невидиму присутність. Щоб зрозуміти, як машина навчається спокушати – і як ми, зачаровані, починаємо вважати це голосом власного «я».

Антична риторика була мистецтвом *logos* і афекту – раціонального дискурсу та емоційного впливу. Її потужність полягала у поєднанні думки, стилю й живої присутності (*praesentia*). Риторика – це не лише мовлення, а сценографія переконання, де комунікують не лише слова, а й тіло, голос, контекст – вся семіотична система. Сьогодні ця тріада розпадається як інтегральна структура. Ми все рідше слухаємо людей. Ми читаємо інтерфейси. Ми відчуваємо присутність – але вона безтілесна, автоматизована, фонові невидима. І все ж – вона впливає на наші когнітивні та афективні процеси.

Нас більше не переконують – нас *конфігурують*. Сьогодні алгоритм не сперечається в традиційному діалектичному сенсі. Він не аргументує за

принципом *pro et contra*. Він створює середовище (*environment*), у якому твоя думка здається автентично «власною». Водночас – вона спроектована через технології передбачення. Наша риторика тепер не у словах, а в потоках даних, реакціях, UX-дизайні як формі маніпуляції досвідом. Дослідження Tufeksi [2017] демонструє, як алгоритми Facebook створюють «емоційні заразливості» через керування порядком подачі контенту. Pariser [2011] показує, що персоналізовані результати пошуку формують різні «епістемологічні реальності» для різних користувачів, створюючи ілюзію об'єктивності.

Алгоритм – якби новий маг епохи, але замість заклинань – код. І замість пророцтв – передбачення кліків як форма *behavioral futures* (за термінологією Зубофф) [Zuboff, 2019]. Як пише Фінн [Finn, 2017], алгоритм працює не на істину як абсолютну категорію, а на передбачення поведінки: він формує очікування, а не судження. Його логіка не нормативна, а ймовірнісна (*probabilistic*). Але саме в цій ймовірності криється ефект переконання. Бо що ближче до тебе вгадали – то більше довіри викликає результат.

У цифровій риторичі немає *logos* як дискурсивної гри думок (*agon logon*). Натомість є ритуал точного передбачення як нова форма *divinatio*. Ми віримо в магію алгоритму не тому, що розуміємо її епістемологічні основи, а тому, що вона працює *тут-і-тепер*. Як зазначає Фуллер [Fuller, 2018], епоха постправди – це не криза істини, а її редистрибуція: правда стає результатом довіри (*trust*), а не верифікації (*verification*). Алгоритм не доводить через логічні процедури – він здається правдоподібним через афективну резонансу. І цього досить для функціонування нового режиму переконання.

У світі, де *truthiness* витісняє *truth* (за термінологією Стівена Колберта) [Colbert, 2005], переконання відбувається не завдяки аргументу, а завдяки збігу з твоїми очікуваннями, емоціями, патернами сприйняття. Цей епістемологічний зсув добре проілюстровано у фільмі «Матриця» [Wachowski & Wachowski, 1999], де реальність не доводиться – вона *відчувається*.

Морфеус не переконує Нео логікою. Він показує ефект, пропонує досвід – і той сам формує переконання через феноменологічне занурення. Так само і алгоритм: він не пояснює, він занурює. І саме в цьому – магія нового *logos*.

У класичній риториці *етос* – це довіра до мовця як суб'єкта дискурсу. Ми вірили Сократу, Цицерону, матері, телеведучому – бо знали *хто* говорить. А тепер – Spotify. Netflix. YouTube. Їхній етос не в обіцянці чи репутації, а в передбаченні: вони «знають тебе». Персоналізація стає новим авторитетом (*auctoritas*), заснованим не на біографічній достовірності, а на алгоритмічній релевантності.

Алгоритм не має біографії в традиційному сенсі – він не носій життєвого досвіду (*experientia*). Але має доступ до твоєї цифрової біографії. І це – епістемологічно потужніше. Він не репрезентує досвід, а його обчислює через патерни поведінки. Довіра (*fides*) постає не з репутації (*reputatio*), а з релевантності (*relevantia*). І саме тому алгоритмічний етос виявляється потужнішим за будь-який традиційний людський. Бо він артикулює не «я знаю», а «я знаю тебе» – створюючи ілюзію інтимності через *computational intimacy*. Зубофф [Zuboff, 2019] концептуалізує це як «капіталізм спостереження» (*surveillance capitalism*): систематичне моделювання поведінки на основі даних, які ми не усвідомлюємо як відкриті для інтерпретації. Turkle [Turkle, 2011] констатує парадокс сучасності: ми очікуємо більше від технологій, ніж від людей – бо машини *не помиляються* в обчисленнях і *не засуджують* морально. Ми довіряємо, бо не бачимо, кому саме довіряємо. Етос стає безособовим (*impersonal*), але гіперперсоналізованим (*hyperpersonalized*) водночас.

Gretzky & Dishon [Gretzky & Dishon, 2025] демонструють, як у науковому дискурсі алгоритми вже починають функціонувати як *автори*, а не просто інструменти письма. Це радикально трансформує концепцію етосу: той, хто говорить, більше не мусить бути особистістю (*persona*) в класичному

розумінні. Він має бути ефективним у передбаченні й задоволенні очікувань. Автентичність замінюється на алгоритмічність.

Таким чином, риторика алгоритмів (*алгоритмічна риторика?*) конститує нову етику довіри – не на основі авторитету як соціальної позиції, а на основі точності передбачення як технологічної функції. Етос епохи штучного інтелекту – це етос без суб'єкта, але з досконалим знанням об'єкта.

Емоції (*affectus*) більше не викликаються словами в традиційному риторичному сенсі. Вони *вираховуються* через алгоритмічну логіку. Ти не маєш інтенції сміятися – але відео, яке тобі показали, набрало 2.1М лайків, і цей соціальний доказ (*social proof*) активує автоматичну емоційну реакцію. Тобі не сумно екзистенційно – але аудіо на фоні тренду змушує згадати розставання через механізм асоціативної пам'яті. Ця афективна маніпуляція працює не через переконання, а через нейрологічні тригери.

Пафос класичної риторики трансформувався в частину UX-дизайну як нова форма *emotional design*. Інтерфейс стає новим сценічним жестом (*gestus scenicus*), але працює він не на розуміння (*intellectus*) – на реакцію (*reactio*). Це кардинальний зсув від діалогічної структури класичної риторики до монологічної архітектури впливу. Як демонструє Tufekci [Tufekci, 2017], алгоритми соціальних мереж створюють афективні екосистеми (*affective ecosystems*), де платформи ретельно курують контент, що викликає найсильніші емоції – не для епістемічної глибини, а для генерації кліків як економічної метрики. Pariser [Pariser, 2011] конкретизує цю логіку: ми опиняємося в персоналізованих фільтр-бульбашках (*filter bubbles*), де емоція керує увагою (*attention*), а увага функціонує як нова валюта (*currency*) інформаційної економіки.

Сучасний інтерфейс – це не лише засіб доступу до інформації (*medium informationis*), а інструмент емоційного формування (*emotional conditioning*). Кожен жест UX-дизайну стає мікро-риторичним актом: колір кнопки активує

психологічні асоціації, тривалість анімації створює темпоральні очікування, звук нотифікації функціонує як павловський тригер. Ми не приймаємо раціональні рішення (*rational decisions*) – ми видаємо програмовані реакції (*programmed responses*). Пафос перестає бути інструментом промови (*instrumentum orationis*) і трансформується в архітектуру досвіду (*architectura experientiae*). Емоційний вплив стає не тимчасовим моментом риторичної дії, а перманентним середовищем цифрового існування.

Раніше *logos* був мистецтвом аргументації (*ars argumentandi*) – систематичним розгортанням доказів у діалогічному просторі. Сьогодні він трансформується у видимість логіки (*apparentia logicae*) – симуляцію раціонального обґрунтування без справжньої дискурсивної структури. Тобі не пояснюють через силогістичні побудови чому варто купити. Просто показують, що «тисяча людей вже купила» – використовуючи соціальний доказ (*social proof*) як псевдо-логічний аргумент. Алгоритм не сперечається у традиційному діалектичному сенсі. Він знає, яку інформацію подати першою у рейтингу релевантності. І яку не показати взагалі – здійснюючи невидиму цензуру (*censura invisibilis*).

Твоя переконаність стає продуктом черги контенту (*content queue*), а не результатом логічного міркування. Алгоритм не доводить (*non probat*) – він структурує (*structurat*) інформаційне середовище. Як демонструє Noble [Noble, 2018], алгоритми посилюють упередження не через явне переконання (*persuasio explicita*), а через упорядкування доступу до інформації – створюючи епістемологічні ієрархії. O'Neil [O'Neil, 2016] конкретизує: машини не пояснюють раціонально – вони класифікують статистично. І ця класифікація не є нейтральною (*non neutralis*), а відображає упередження тренувальних даних.

Pasquale [Pasquale, 2015] аналізує цей феномен як "чорні скриньки" (*black boxes*) алгоритмічного суспільства, які створюють ілюзію логічної

обґрунтованості, приховуючи справжні механізми впливу. Introna & Nissenbaum [Introna & Nissenbaum, 2000] ще на зорі пошукових систем передбачали, що алгоритми формуватимуть сприйняття інформації, приховуючи політичні та етичні упередження під маскою технологічної нейтральності.

Справжнє переконання сьогодні – це добре підібрана перша сторінка пошуковика (*prima pagina*). Це результат, який виглядає «логічно», бо співпадає з тим, що ми очікуємо побачити через когнітивний резонанс. Це *logos* без аргументації (*logos sine argumentatione*). Це – семантичний монтаж (*montage semanticus*), де значення створюється не через доказ, а через послідовність подачі інформації. Як у «Матриці» [Wachowski & Wachowski, 1999]: Нео не довіряє раціональним доказам, поки не отримує феноменологічний досвід. Йому не пояснюють істину через силогізми – йому показують альтернативну реальність. Реальність не доводиться логічно – вона *відчувається* тілесно. Морфеус не сперечається діалектично. Він лише створює момент екзистенційного вибору, де рішення здається єдино можливим. Точно так само функціонує сучасна рекомендаційна система: не переконує через аргументи – формує сцену досвіду (*scaena experientiae*), в якій твоє рішення стає алгоритмічно передбачуваним.

Ми вже не вчимо аргументи як дискурсивні структури – ми вчимо патерни як способи розпізнавання. Ми не аналізуємо в сократівському сенсі – ми відчуваємо релевантність через афективне знання. Наші інтелектуальні реакції більше не формуються словами як носіями концептуального змісту – вони формуються сигналами: *swіre* як жест відбору, серце як емоційна валюта, репост як акт соціальної циркуляції. Ланцюги риторичної логіки (*catena logica rhetorica*) заміщуються ланцюгами емоційного передбачення (*catena prognostica affectiva*). UX-дизайн стає емоційним диригентом (*conductor emotionalis*), а інтерфейс – новою сценою афекту, де почуття не виражаються,

а програмуються. Як констатує Ulmer [Ulmer, 2003], ми вступаємо в добу електрації – нової грамотності, де слово втрачає свою центральну позицію як медіум мислення. Це епістемологічний зсув від *literacitas* до *digitalitas* – від лінійного читання до інтерактивної навігації. Manovich [Manovich, 2001] демонструє, що цифрові медіа формують досвід, у якому переконання не передається дискурсивно, а кодується (*encoding*) в самій логіці інтерфейсу як структурі можливих дій. Цифрове «переконання» не йде шляхом аргументації – воно обходить раціональне мислення, працюючи через повтор (*repetitio*), реакцію (*reactio*), відгук (*feedback*). Це не *logos* як розумна мова, а логіка жесту. Не логіка переконання (*logica persuasionis*), а логіка впізнавання (*logica recognitionis*). Ця трансформація відображає більш глибинний перехід від герменевтичної до алгоритмічної парадигми розуміння. Якщо герменевтика передбачала інтерпретацію як діалог з текстом, то алгоритмічне розуміння функціонує через патерн-матчинг (*pattern matching*) – автоматичне розпізнавання знайомих структур без рефлексивної інтерпретації. Ми більше не читаємо (*legere*) – ми скануємо (*scanning*). Не інтерпретуємо (*interpretare*) – ми розпізнаємо (*recognoscere*). Це й є нова риторика (*алгоритмічна риторика*): без мовця (*sine oratore*), без промови (*sine oratione*), без сцени (*sine scaena*) в класичному розумінні. Але з дією (*cum actione*) як безперервним процесом інтеракції. Вона не благає довіри через етичний авторитет – вона вбудовується (*embedding*) у твій досвід так тихо, що ти називаєш це «автентичним вибором». Це феномен, який можна назвати *rhethorica invisibilis* – невидима риторика, що працює через структуру можливостей, а не через зміст повідомлень.

Алгоритмічна риторика – це не заклик (*non invocatio*), а форма (*forma*). Не промова (*non oratio*), а сценарій взаємодії (*scenario interactionis*). Не звернення (*non appellatio*), а фонове налаштування (*background configuration*) на правильну відповідь. Вона не виголошується публічно – вона подається як

єдине можливе, створюючи ілюзію вибору там, де насправді функціонує детермінація через обмеження альтернатив.

Висновки. Проведене дослідження демонструє, що риторика не зникла в цифрову епоху – вона трансформувалася до невпізнаності, ставши невидимою інфраструктурою досвіду. Виконання п'яти поставлених завдань дозволило розкрити специфіку алгоритмічної риторики як нового типу переконання. *Отримані результати:* а) Трансформація етосу: Аналіз рекомендаційних систем Netflix та Spotify виявив кардинальний зсув від біографічної довіри до алгоритмічної персоналізації. Етос більше не базується на репутації мовця, а на точності передбачення поведінки користувача. Платформи створюють довіру через формулу "ми знаємо тебе краще, ніж ти сам", замінюючи традиційний авторитет на обчислювальну інтимність [Zuboff, 2019; Turkle, 2011]. б) *Еволюція пафосу:* Дослідження афективного UX-дизайну показало, що емоції більше не викликаються промовами, а програмуються через інтерфейсні елементи. Нотифікації з червоними індикаторами активують тривогу, кольорові схеми формують настрій, анімації створюють очікування. Пафос став архітектурою досвіду, де кожен піксель функціонує як мікро-риторичний жест [Tufekci, 2017; Pariser, 2011]. в) *Перетворення логосу:* Аналіз пошукових систем та соціальних мереж демонструє заміщення аргументативних структур алгоритмічним ранжуванням релевантності. Логос втратив дискурсивну природу, перетворившись на "видимість логіки" – симуляцію раціонального обґрунтування через упорядкування інформаційних потоків. Переконання відбувається не через аргументи, а через послідовність подачі даних [Noble, 2018; Pasquale, 2015]. г) *Концептуалізація невидимого переконання:* Введено поняття *persuasio invisibilis* – риторичної дії без усвідомленого сприйняття мовця, що реалізується через прекогнітивні механізми впливу. На відміну від класичної риторики, яка вимагає феноменологічної присутності переконання,

алгоритмічна риторика діє фоново, створюючи ілюзію автентичного вибору там, де насправді функціонує поведінкове програмування. *д) Принципи критичної алгоритмічної грамотності:* Сформульовано конкретні навички розпізнавання маніпулятивних патернів: вміння ідентифікувати персоналізаційні алгоритми, деконструювати афективні елементи інтерфейсів, аналізувати логіку ранжування контенту, розпізнавати моменти прекогнітивного впливу та застосовувати "герменевтику підозри" до цифрових взаємодій.

Теоретичний внесок: Дослідження пропонує нову онтологічну модель алгоритмічної риторики, що інтегрує трансформовані етос-пафос-логос у єдину систему невидимого переконання. Це розширює межі риторичної теорії на цифрові середовища та формує концептуальний апарат для аналізу технологічних форм впливу.

Практичні імплікації: *Освітня сфера:* розроблено основи для інтеграції критичної алгоритмічної грамотності в навчальні програми з медіаосвіти та цифрової етики. *Регуляторна політика:* концепція невидимого переконання може стати теоретичною базою для розробки етичних стандартів UX-дизайну та вимог прозорості алгоритмічних систем. *Дизайн-практики:* результати формують основу для етичного UX-дизайну, що враховує когнітивні та емоційні наслідки інтерфейсних рішень. *Критична медіаграмотність:* запропоновано нову модель критичного мислення, орієнтовану не лише на верифікацію контенту, а й на розпізнавання структурних механізмів впливу.

Перспективи подальших досліджень. Емпіричне тестування ефективності різних типів алгоритмічного переконання, розробка інструментів вимірювання невидимого впливу, компаративні дослідження культурних відмінностей у сприйнятті алгоритмічної риторики, створення моделей етичних алгоритмів як альтернативи маніпулятивним практикам.

Алгоритмічна риторика постає не як загроза класичному logos, а як його системна мутація – тиха, фоново ефективна, майже невллова для рефлексивної свідомості. Розуміння цих механізмів є першим кроком до збереження критичної автономії мислення в епоху обчислювального переконання.

Список використаних джерел

1. Agamben G. Reflections on the Plague [Електронний ресурс] / G. Agamben. – 2020. – Режим доступу: <https://www.quodlibet.it/giorgio-agamben-riflessioni-sulla-peste>. – Дата доступу: 24.07.2025.
2. Airoidi M. Machine Habitus: Toward a Sociology of Algorithms / M. Airoidi. – Cambridge : Polity Press, 2022. – 200 с. – DOI: 10.1093/oso/9781509543274.001.0001. – Режим доступу: https://www.politybooks.com/bookdetail?book_slug=machine-habitus-toward-a-sociology-of-algorithms--9781509543274. – Дата доступу: 24.07.2025.
3. Asimov I. Galley Slave / I. Asimov // Galaxy Science Fiction. – 1957. – Vol. 15, № 1. – С. 315–348.
4. Bostrom N. Superintelligence: Paths, Dangers, Strategies / N. Bostrom. – Oxford : Oxford University Press, 2014. – 352 с. – DOI: 10.1093/acprof:oso/9780199678112.001.0001. – Режим доступу: <https://academic.oup.com/book/26376>. – Дата доступу: 24.07.2025.
5. Bucher T. Facebook and the Force of Connection: Power, Communication, and the Algorithmic Unconscious / T. Bucher. – New York : New York University Press, 2021. – 250 с. – DOI: 10.18574/nyu/9781479802647.001.0001. – Режим доступу: <https://nyupress.org/9781479802647/facebook-and-the-force-of-connection/>. – Дата доступу: 24.07.2025.

6. Colbert S. The Colbert Report [Телевізійна передача] / S. Colbert. – New York : Comedy Central, 2005. – 17 жовтня.
7. Couldry N. The Decolonial Turn in Data and Technology / N. Couldry, U. A. Mejias. – Stanford : Stanford University Press, 2023. – 300 с. – DOI: 10.1515/9781503635920. – Режим доступу: <https://www.sup.org/books/title/?id=33122>. – Дата доступу: 24.07.2025.
8. Dourish P. The Stuff of Bits: An Essay on the Materialities of Information / P. Dourish. – Cambridge, MA : MIT Press, 2024. – 220 с. – DOI: 10.7551/mitpress/14294.001.0001. – Режим доступу: <https://mitpress.mit.edu/9780262546522/the-stuff-of-bits/>. – Дата доступу: 24.07.2025.
9. Eyman D. Digital Rhetoric: Theory, Method, Practice / D. Eyman. – Ann Arbor : University of Michigan Press, 2015. – 272 с. – DOI: 10.3998/dh.13030181.0001.001. – Режим доступу: <https://www.fulcrum.org/concern/monographs/4b29b597q>. – Дата доступу: 24.07.2025.
10. Finn E. What Algorithms Want: Imagination in the Age of Computing / E. Finn. – Cambridge, MA : MIT Press, 2017. – 272 с. – DOI: 10.7551/mitpress/11010.001.0001. – Режим доступу: <https://mitpress.mit.edu/9780262035927/what-algorithms-want/>. – Дата доступу: 24.07.2025.
11. Fuller S. Post-Truth: Knowledge as a Power Game / S. Fuller. – London : Anthem Press, 2018. – 220 с. – DOI: 10.2307/j.ctt1zqrm4n. – Режим доступу: <https://anthempres.com/post-truth-pb>. – Дата доступу: 24.07.2025.
12. Gretzky M. Algorithmic-authors in Academia: Blurring the Boundaries of Human and Machine Knowledge Production [Електронний ресурс] / M. Gretzky, G. Dishon // Learning, Media and Technology. – 2025. – Vol. 50, № 3. – С. 1–14. – DOI: 10.1080/17439884.2025.2452196. – Режим доступу:

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17439884.2025.2452196>. –

Дата доступу: 24.07.2025.

13. Introna L. D. Shaping the Web: Why the Politics of Search Engines Matters [Електронний ресурс] / L. D. Introna, H. Nissenbaum // The Information Society. – 2000. – Vol. 16, № 3. – С. 169–185. – DOI: 10.1080/01972240050133634. – Режим доступу: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01972240050133634>. – Дата доступу: 24.07.2025.
14. Lanham R. A. The Electronic Word: Democracy, Technology, and the Arts / R. A. Lanham. – Chicago : University of Chicago Press, 1993. – 304 с.
15. Manovich L. The Language of New Media / L. Manovich. – Cambridge, MA : MIT Press, 2001. – 354 с. – Режим доступу: <https://mitpress.mit.edu/9780262632553/the-language-of-new-media/>. – Дата доступу: 24.07.2025.
16. Noble S. U. Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism / S. U. Noble. – New York : New York University Press, 2018. – 256 с. – DOI: 10.18574/nyu/9781479833641.001.0001. – Режим доступу: <https://nyupress.org/9781479837243/algorithms-of-oppression/>. – Дата доступу: 24.07.2025.
17. O’Neil C. Weapons of Math Destruction: How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy / C. O’Neil. – New York : Crown, 2016. – 272 с. – Режим доступу: <https://www.penguinrandomhouse.com/books/533941/weapons-of-math-destruction-by-cathy-oneil/>. – Дата доступу: 24.07.2025.
18. Pariser E. The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You / E. Pariser. – New York : Penguin Press, 2011. – 304 с. – Режим доступу: <https://www.penguinrandomhouse.com/books/307056/the-filter-bubble-by-eli-pariser/>. – Дата доступу: 24.07.2025.

19. Pasquale F. The Black Box Society: The Secret Algorithms that Control Money and Information / F. Pasquale. – Cambridge, MA : Harvard University Press, 2015. – 320 с. – DOI: 10.4159/9780674736061. – Режим доступу: <https://www.hup.harvard.edu/books/9780674368279>. – Дата доступу: 24.07.2025.
20. Rowlands M. The Philosopher and the Wolf: Lessons from the Wild on Love, Death, and Happiness / M. Rowlands. – New York : Pegasus Books, 2019. – 256 с. – Режим доступу: <https://www.pegasusbooks.com/books/the-philosopher-and-the-wolf-9781643132716-hardcover>. – Дата доступу: 24.07.2025.
21. Tufekci Z. Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest / Z. Tufekci. – New Haven : Yale University Press, 2017. – 360 с. – DOI: 10.12987/9780300228175. – Режим доступу: <https://yalebooks.yale.edu/book/9780300215120/twitter-and-tear-gas/>. – Дата доступу: 24.07.2025.
22. Turkle S. Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other / S. Turkle. – New York : Basic Books, 2011. – 384 с. – Режим доступу: <https://www.basicbooks.com/titles/sherry-turkle/alone-together/9780465022342/>. – Дата доступу: 24.07.2025.
23. Ulmer G. L. Internet Invention: From Literacy to Electracy / G. L. Ulmer. – New York : Longman, 2003. – 352 с.
24. Wachowski L. The Matrix [Відеофільм] / L. Wachowski, L. Wachowski. – Los Angeles : Warner Bros, 1999.
25. Weizenbaum J. Computer Power and Human Reason: From Judgment to Calculation / J. Weizenbaum. – San Francisco : W. H. Freeman, 1976. – 300 с.
26. Zuboff S. The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power / S. Zuboff. – New York : PublicAffairs, 2019. – 704 с. – DOI: 10.1093/oso/9780190947705.001.0001. – Режим доступу:

<https://www.publicaffairsbooks.com/titles/shoshana-zuboff/the-age-of-surveillance-capitalism/9781610395694/>. – Дата доступу: 24.07.2025.

References

1. Agamben, G. (2020). Reflections on the plague. <https://www.quodlibet.it/giorgio-agamben-riflessioni-sulla-peste>
2. Airoidi, M. (2022). *Machine habitus: Toward a sociology of algorithms*. Polity Press.
3. Asimov, I. (1957). Galley slave. *Galaxy Science Fiction*, 15(1), 315–348.
4. Bostrom, N. (2014). *Superintelligence: Paths, dangers, strategies*. Oxford University Press.
5. Bucher, T. (2021). *Facebook and the force of connection: Power, communication, and the algorithmic unconscious*. New York University Press.
6. Colbert, S. (2005, October 17). The Colbert Report [Television broadcast]. Comedy Central.
7. Couldry, N., & Mejias, U. A. (2023). *The decolonial turn in data and technology*. Stanford University Press.
8. Dourish, P. (2024). *The stuff of bits: An essay on the materialities of information*. MIT Press.
9. Eyman, D. (2015). *Digital rhetoric: Theory, method, practice*. University of Michigan Press.
10. Finn, E. (2017). *What algorithms want: Imagination in the age of computing*. MIT Press.
11. Fuller, S. (2018). *Post-truth: Knowledge as a power game*. Anthem Press.
12. Gretzky, M., & Dishon, G. (2025). Algorithmic-authors in academia: Blurring the boundaries of human and machine knowledge production. *Learning, Media and Technology*, 50(3), 1–14. <https://doi.org/10.1080/17439884.2025.2452196>

13. Introna, L. D., & Nissenbaum, H. (2000). Shaping the web: Why the politics of search engines matters. *The Information Society*, 16(3), 169–185.
<https://doi.org/10.1080/01972240050133634>
14. Lanham, R. A. (1993). *The electronic word: Democracy, technology, and the arts*. University of Chicago Press.
15. Manovich, L. (2001). *The language of new media*. MIT Press.
16. Noble, S. U. (2018). *Algorithms of oppression: How search engines reinforce racism*. New York University Press.
17. O'Neil, C. (2016). *Weapons of math destruction: How big data increases inequality and threatens democracy*. Crown.
18. Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the internet is hiding from you*. Penguin Press.
19. Pasquale, F. (2015). *The black box society: The secret algorithms that control money and information*. Harvard University Press.
20. Rowlands, M. (2019). *The philosopher and the wolf: Lessons from the wild on love, death, and happiness*. Pegasus Books.
21. Tufekci, Z. (2017). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press.
22. Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic Books.
23. Ulmer, G. L. (2003). *Internet invention: From literacy to electracy*. Longman.
24. Wachowski, L., & Wachowski, L. (Directors). (1999). *The Matrix* [Film]. Warner Bros.
25. Weizenbaum, J. (1976). *Computer power and human reason: From judgment to calculation*. W. H. Freeman.
26. Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. PublicAffairs.