

TÉZISGYŰJTEMÉNY

Németh Gabriella

A retorikai – szemiotikai elemzés

Paradigmák metszetében

című Ph.D. értekezéséhez

Témavezető:

„Dr. Aczél Petra Katalin Ph.D.”
egyetemi tanár

Budapest, 2018

TÉZISGYŰJTEMÉNY

Németh Gabriella

A retorikai – szemiotikai elemzés

Paradigmák metszetében

című Ph.D. értekezéséhez

Témavezető:

Dr. Aczél Petra Katalin, Ph.D

egyetemi tanár

© Németh Gabriella

Tartalomjegyzék

Tartalomjegyzék	3
1. Kutatási előzmények és a téma indoklása	4
2. A felhasznált módszerek	5
2.1. Esettanulmány	5
3. Az értekezés eredményei	7
3.1. Tipológia – A vizuális retorikai alakzatok és trópusok rendszerezése.....	7
3.2. Esettanulmány – A retorikai – szemiotikai elemzés	9
4. Következtetések összegzése.....	11
4.1. Feltevések igazolása, a tipológia és az esettanulmány eredményeinek összefoglalása.....	11
4.2. A retorikai – szemiotikai elemzés tudományos hasznosíthatósága.....	12
4.3. A retorikai – szemiotikai elemzés társadalmi hasznosíthatósága	13
5. Főbb hivatkozások	16
5.1. Nyomtatott forrásjegyzék	16
5.2. Online forrásjegyzék	19
6. A témakörrel kapcsolatos saját és társszerzővel írt publikációk	20
6.1. Konferenciakötet	20
6.2. Folyóirat	20
6.3. Könyvfejezet.....	20
6.4. Témában megtartott előadások	21
6.5. Társszerzővel írt tanulmányok	21
7. Függelék.....	21

1. Kutatási előzmények és a téma indoklása

Az új kommunikációs platformokon és kontextusokban formálódó jelentések megértéséhez meg kell vizsgálni a konvergencia kultúra multimédiás eszközeit. A konvergencia kultúra fogalma azt a megváltozott kontextust jelenti, amelyben olyan új multimodális kommunikációs módok léteznek, amelyeknek vizsgálatára nem alkalmas a hagyományos stilisztikai módszertan. Ennek oka, hogy a konvergencia nemcsak technológiai, hanem ipari, kulturális és társadalmi változás is. A posztmodern kor jelensége, amely a társadalmi valóságot és a modern retorikát egyaránt befolyásolja, és amelyben a fogyasztók a tartalmakhoz hozzáférnek, hozzászólnak, és azokhoz új jelentéseket kapcsolnak.

A vizuális kommunikáció területén folyó kutatások több irányba ágaznak. Vizsgálhatják a képeket esztétikai, etikai, szemiotikai, retorikai, kulturális, befogadás-elméleti, képiműveltség-elméleti, kritikai szempontok alapján. Jelen értekezés szemiotikai és retorikai terminusok és vizsgálati módszerek ötvözésével felvázol egy új értelmezési – módszertani keretet, amely egyesíti a két tudományos megközelítés erősségeit.

Az értekezés azt állítja, olyan új értelmezési keretre van szükség, amely a vizuális korban a vizuális artefaktumokat vizsgálva egyszerre kezeli a jelölőt, a jelentést és a kommunikatív hatást. Ez az értelmezési keret a retorikai – szemiotikai elemzés, amely a vizuális retorika strukturális eljárásait és gondolati műveleteit egyesíti a szemiózis vizsgálatával.

Konvergencia tartalmak elemzését leghatékonyabban konvergencia módszertan valósíthatja meg. A retorikai – szemiotikai elemzés kiemelten létjogosult a vizualitás és a konvergencia által meghatározott korban, amelyben a reprezentáció nem mindig épül a valóságra, és amelyben nem minden retorikai művelet köthető a jelentés szintjén működő trópusokhoz. Az értekezés a nyilvánvaló hermeneutikai vonatkozásoknak külön fejezetet szentel.

A dolgozat célja tehát a retorikai és szemiotikai elméleti és operatív keretek összevonása és így olyan új elméleti keret létrehozása, amely során kritikai elemzést végzek és az esettanulmány módszerét választom. A dolgozat kritikai elméleti vonatkozásokra épít, amelyek kapcsán a következő feltevésekkel élek:

- 1) A kép nem biztos, hogy a trópusok (metafora, irónia, szinekdoché, metonímia) szintjén is hordoz jelentést, még akkor sem, ha retorikai stratégiát/műveletet (hozzátoldás, elvétel, kicserélés, felcserélés, fúzió) alkalmaz.

- 2) A retorikus kép szemiózis eredménye.
- 3) Amennyiben egy képben vizuális retorikai gondolatalakzat (trópus) van, úgy jelen van benne a jel Peirce által meghatározott három összetevője (jeltágy, értelmező, jel), továbbá kimutatható az ikonikus, indexikus vagy szimbolikus jelentés.

2. A felhasznált módszerek

2.1. Esettanulmány

Az esettanulmány módszerei a jogi és az üzleti szférára vezethetők vissza, azonban napjainkban mind gyakrabban alkalmazzák a társadalomtudományok is. A módszer ugyanis összetett területek tanulmányozására alkalmas. A kvantitatív módszerek nem mindig megfelelőek a társadalom mélyebb jelentéseinek, folyamatainak, tendenciáinak feltárására, azonban az esettanulmány átfogó módszerként képes ezt a problémát áthidalni. A statisztikai adatokon túl ugyanis viselkedési mintákra, a cselekvő szemszögére is fókuszál, miközben egyaránt kezeli a kvalitatív és kvantitatív adatokat (Zainal [2007] p. 1.).

Az esettanulmány hatékonyan végzi el specifikus kontextusok adatainak mélyreható vizsgálatát. Mindig kortárs jelenséggel, eseménnyel foglalkozik, és adott kontextus korlátozott számú elemét teszi vizsgálat tárgyává, amely alapján átfogó eredményeket mutat fel és következtetéseket tesz az adott kortárs jelenségre vonatkozóan. Az esettanulmány tehát kortárs társadalmi jelenségeket vizsgál empirikus módon az adott specifikus kontextuson belül, azonban ezt úgy teszi, hogy a vizsgálat tárgya (a vizsgált esemény, jelenség) és a kontextus közötti határ nem teljes mértékben nyilvánvaló (Yin [1984] p. 23.). Az esettanulmány több perspektívára, forrásra építi az elméleteit.

Az esettanulmány egyrészt a vizsgált jelenség átfogó megismerését célozza, másrészt a megfigyelt jelenség általános szabályszerűségeire világít rá (Fidel [1984] p. 274.). Az esettanulmány nem szigorúan megtervezett, ezért egyfajta rugalmasság jellemzi, amely alkalmas arra, hogy nem előrevetíti a várható eredményeket, hanem a kutatás közben tárja fel azokat.

A dolgozat kutatási részében egy tipológia, majd egy esettanulmány bemutatására kerül sor. Az esettanulmány a vizuális retorikai alakzatok általam készített tipológiájának segítségével végez képelemzést.


A tipológia a képeket struktúra és fogalmi dimenzió mentén kategorizálja. A struktúra dimenzióját a klasszikus retorika eljárásai, a fogalmi dimenziót a négy mestertrópus (metafora, metonímia, szinekdoché, irónia) mentén határozom meg. A tipológia képi példákkal illusztrálja a vizuális struktúra mentén felépülő képi trópusokat. Alapfeltétele a tipológiába való besorolhatóságnak az, hogy a tipológiában elemzett képek mindegyike retorikus képnek minősül. A kutatás e részének jelentősége, hogy a trópusokat nem pusztán díszítőelemként kezeli, hanem jelentéstételező funkciót tulajdonít nekik. A tipológia a retorikus képek rendszerezésének lehetőségét biztosítja. A tipológia tehát a vizuális retorikai alakzatok és trópusok rendszerezését nyújtja, empirikus képelemzést végez, szabályszerűségekre világít rá. A tipológia egyik eredménye, hogy kimutatja, a metonímia és a szinekdoché esetében a jelentés nem mozog az összehasonlítás fogalmi dimenziójában, hanem kizárólag a kapcsolat fogalmi dimenziójába helyezhető, amely azt az esettanulmányban bizonyított állítást vetíti elő, hogy a szinekdoché és a metonímia kizárólag az indexikus jelentéssel társíthatók. A tipológia erősségeinek és hiányosságainak bemutatását követően az esettanulmány bemutatására térek rá.

Az esettanulmány, vagyis a mémelemzés épít a tipológia erősségeire, azonban azt már tovább gondolva képes a jelentést explicit módon társítani a vizuális retorikai alakzatok strukturális és fogalmi dimenzióihoz, valamint képes a nem retorikus képek kommunikatív hatásainak kimutatására. A mémelemzés keretében 260 interneten terjedő mémet vizsgáltam retorikai és szemiotikai szempontrendszer alapján. A mémelemzés következtetései kitérnek a részvételi kultúrában átalakult retorikai gyakorlatokra, valamint a képiműveltség és a kritikai elméletek fontosságára. Az esettanulmány módszere alkalmazható az internetes mémek retorikai – szemiotikai elemzésére, mivel képes számos tényezőt és kapcsolatot kezelni, nincsenek előre lefektetett szabályok arra vonatkozóan, hogy mely tényezőket vagy kapcsolatokat kell kiemelnünk, a megfigyelt tényezők és kapcsolatok közvetlen módon megfigyelhetők. Az esettanulmány a mémek strukturális elemzése mellett a mémek társadalmi jelenségének szabályszerűségeire, a kortárs konvergencia kultúra jelenségére vonatkozóan általános következtetéseket von le. A mémelemzés arra is rávilágít, hogy egyes mémek kontextus nélkül, más mémek kizárólag kontextuális faktorok ismeretében értelmezhetők. A mémelemzésben a tartalomelemzés módszere is integrálódik az esettanulmányba, mivel a nagyszámú képet a képek felépítése mentén (struktúra) elemezve kezeli aztán elkülönítve a jelentések eltérő variációit, illetve a jelentés nélküli, azonban kommunikatív hatást elérő mémeket.

3. Az értekezés eredményei

3.1. Tipológia – A vizuális retorikai alakzatok és trópusok rendszerezése

Az értekezés tipológiája azt a célt szolgálja, hogy a vizuális retorikai alakzatok szerkezeti (strukturális) dimenzióját egyesítse a vizuális retorikai alakzatok fogalmi dimenziójával. Olyan vizuális retorikai tipológia létrehozása volt a cél, amely a retorikus képeket analizálja, figyelembe véve a konceptuális és a strukturális vonatkozásokat is. Ehhez Phillips és McQuarrie egy tipológiájára építettem (Phillips – McQuarrie [2004]). Azonban – tekintettel arra, hogy Phillips és McQuarrie tipológiája nem kezeli sem a klasszikus retorika strukturális eljárásait, sem a trópusokat – jelentős mértékben kiegészítésre és módosításra került. A struktúra dimenziója a szerzőpáros munkájában az alábbi részekre tagolódott: melléhelyezés, fúzió, helyettesítés (lásd 1. táblázat). A gondolati műveletek között a kapcsolatot és az összehasonlítást határozzák meg.

Komplexitás		 Telítettség			
		GONDOLATI MŰVELET			
		KAPCSOLAT ("A társítása B-vel")	ÖSSZEHASONLÍTÁS		
	STRUKTURÁLIS ELJÁRÁS		HASONLÓSÁG ("A olyan, mint B")	KÜLÖNBÖZŐSÉG ("A nem olyan, mint B")	
	MELLÉHELYEZÉS (egymás mellé helyezett képi elemek)				
	FÚZIÓ (kombinált képi elemek)				
HELYETTESÍTÉS (a kép egy hiányzó képi elemre emlékeztet)					

1. táblázat: A gondolati műveletek és strukturális eljárások egy vizuális retorikai tipológiája (Forrás: Phillips – McQuarrie [2004])

Jelen értekezés a strukturális eljárások Phillips és McQuarrie által megnevezett három kategóriáját ötvözte a klasszikus retorika műveleti eljárásaival, és ez alapján a vizuális retorika új tipológiájának strukturális műveletei a következő kategóriákat takarják: *adjectio*, *detractio*, *immutatio*, *transmutatio*, *fúzió*. A fogalmi dimenziót a négy mestertrópusal azonosítom, amelyek esetében a tipológia képes kimutatni a kapcsolat és összehasonlítás fogalmi eszközeit is. Phillips és McQuarrie tipológiájának kategóriái mellett tehát több konfigurációs lehetőség nyílik a képek elemzésére. Az új tipológia határozottan a retorika alapfogalmait és kategóriáit alkalmazza, és felvezet szemiotikai vonatkozásokat a gondolati műveletek tekintetében, azonban ezt még implicit módon teszi. A dolgozat későbbi részében (az esettanulmányban) teszem explicitté a szemiotikai vonatkozásokat. A tipológiát a 2. táblázat mutatja be. Az értekezés képi példákkal illusztrálja a tipológia keresztmetszeit.

	Metafora			Metonímia			Szinekdoché			Irónia		
	Kapcsolat	Összevetés		Kapcsolat	Összevetés		Kapcsolat	Összevetés		Kapcsolat	Összevetés	
		Hasonlóság	Ellentét		Hasonlóság	El l.		Has.	Ell.		Has.	Ell.
Melléhe-lyezés (Hozzáto-l-dás)												
Helyette-sítés (Immutá-ció)												
Fúzió												
Elvétel												
Felcserélés												

2. táblázat¹: A vizuális retorikai alakzatok és trópusok új tipológiája (Forrás: Németh [2011])

A tipológia 2010-ben készült el, és először a Budapesti Műszaki Egyetemen működő Képi Tanulás Műhelyének nemzetközi konferenciáján került bemutatásra. Empirikus anyagként akkor az ARC óriásplakát kiállítás² képeit használtam fel. Ez jelen kutatás során kiegészült: ARC óriásplakátokat és reklámképeket vizsgáltam. A tipológia határozottan elkülöníti a retorikai műveleteket a trópusoktól. Kimutatom, hogy a trópusok hogyan jönnek létre a retorikai műveletek segítségével, illetve vizuális példákkal illusztrálok mindezt.

¹ A táblázat eredetileg megjelent: Benedek, András – Nyíri, Kristóf (szerk.) (2011): *Images in Language. Metaphors and Metamorphoses. Visual Learning. Volume 1.* Peter Lang; Internationaler Verlag der Wissenschaften; Frankfurt am Main, Berlin, Bern, Bruxelles, New York, Oxford, Wien. (99-113). A képi példákkal azóta kiegészült. A táblázat 2011-es megjelenésekor célja nem az volt, hogy minden konfigurációra ajánljon példát, hanem az, hogy bizonyítsa a trópusok mindennapi vizuális használatát.

² <https://arcmagazin.hu/>

A vizuális retorikai alakzatok és trópusok új tipológiája nem a mennyiségi adatelemzést célozza, hanem azt, hogy bebizonyítsa, a szerkezeti dimenzió és a fogalmi dimenziók ötvözése mentén létrejövő vizuális retorikai tipológia segítségével a retorikus képek rendszerezhetők.

A tipológia hangsúlyozottan retorikai tipológia, amely csak retorikus képeket rendszerez. Ez azért kiemelten fontos, mert feltárja azt, hogy a retorikus képek nem kizárólag a szerkezeti műveletek (hozzátoldás, elvétel, felcserélés, kicserélés, fúzió) segítségével jönnek létre, hanem a jelentéstartomány mentén, amely a trópusok jelentéstartományában valósul meg. Phillips és McQuarrie tipológiája szintén kezeli a fogalmi tartományt, de ezt az összehasonlítás és asszociáció kategóriáira szűkíti. Az értekezés tipológiája tehát elkülönítetten, de mégis összetett módon kezeli az alakzatokat és trópusokat. További fontos eredmény, hogy a tipológia kimutatja a *rétegzettség* (Phillips – McQuarrie [2004]) jelenségét.

A tipológia segít a képek által használt retorikai alakzatok rendszerezésében, és következtetéseket tudunk levonni arra vonatkozóan, hogy melyek a gyakrabban alkalmazott retorikai alakzatok a vizsgált képhalmaz esetében. Célszerű rávilágítani arra, hogy a fogyasztói kultúra résztvevői kultúrává alakult, és ebben a résztvevői kultúrában a tartalom generálása alulról is történik. A konvergencia kultúrában, amelyben a kontextusok nem egyértelműen elkülöníthetők, átalakul a retorika is. A mindennapi részvételi kultúrában egy dramatikus retorikamodell kezd kibontakozni, amelyben a jelentés nem mindig egyértelmű. A *sodródó jelölők* (Chandler [2007]) világában ezért a szemiotika segíthet annak megértésében, hogyan torzul el a jelentés, hogyan épül fel egy metafora, melyek a jelentésközpontú módszerei, miért olyan nehéz elkülöníteni a *szimulakrumot* (Baudrillard [2014]) a valóságtól.

3.2. Esettanulmány – A retorikai – szemiotikai elemzés

Az értekezés esettanulmányában egy mémelemzést³ végzek, és ez a kutatásnak az a része, amelyet retorikai – szemiotikai elemzésnek nevezek. 260 internetes mémet vizsgállok meg, amelyeket az internetről gyűjtök a véletlenszerű mintavételre alapuló adatgyűjtés (random sampling) módszerével. A mémek között szerepelnek politikai témájúak, valamint számos

³ A mémelemzés szintén felhasználta egy korábbi, mémekkel kapcsolatos publikált tanulmányom egyes következtetéseit, azonban mint esettanulmány, a retorikai-szemiotikai elemzésre épült és új mémeket használt. Eredeti megjelenés helye: Németh, Gabriella (2015): Paradoxical Representation of Tropes in Visual Rhetoric. In: Benedek, András – Nyíri, Kristóf (szerk.) (2015): Beyond words. Pictures, Parables, Paradoxes. Visual Learning. Volume 5. Peter Lang; Internationaler Verlag der Wissenschaften, Frankfurt am Main, Berlin, Bern, Bruxelles, New York, Oxford, Wien. (pp. 185-193) ISBN: 978-3-631-66385-1 (Print) DOI: 10.3726/978-3-653-05883-3

mém származik a filmkultúra, a populáris kultúra területeiről, illetve ezek konvergálódásával sok esetben a politika és a filmkultúra képelemei ötvöződnek. A mémek vizsgálata azért kiemelten fontos a konvergencia kultúrában, mert a mémek egy része nem tekinthető retorikusnak, azonban kommunikatív hatásuk jelentős. A tipológia hiányosságaként a disszertációban meghatározom, hogy az nem fedti fel a nem retorikus képeket, és nem vizsgálja mélyrehatóan a jelentést. Ezt a hiányt a mémelemzés retorikai – szemiotikai elemzése pótolja. A vizuális retorikai tipológia strukturális szintje a szintaktikai vizsgálatnál kerül felhasználásra, míg fogalmi dimenziója, vagyis a trópusok, a mémelemzés szemantikai elemzésénél lesz releváns. A pragmatikai vizsgálat feltárja a kommunikatív hatásokat, amelyeket a nem retorikus, vagyis a valóságra nem reflektáló, szemantikai jelentést nem hordozó internetes mémek is hordozhatnak.

A mémeket tehát három lépésben vizsgálom. Az első lépés a vizuális retorikai műveletek azonosítása, amely szemiotikai értelemben a szintaktikai műveletekhez sorolható. Ide tartoznak a strukturális eljárások, vagyis a hozzátoldás, a kicserélés, a felcserélés, az elvétel, a fúzió. A vizuális artefaktum, vagyis jelen esetben az adott mém ilyen jellegű vizsgálata a vizuális struktúra elemzését takarja, azt a kérdést teszi fel, hogy a képi elemek hogyan kapcsolódnak egymáshoz. Fontos kiemelni, hogy vizuális műveletekkel valamennyi mém él, hiszen a mém látható struktúráját e műveletek valamelyike (vagy egyszerre akár több művelet) hozza létre. Önmagában a strukturális eljárások kimutatása azonban még nem jelenti azt, hogy a mém retorikus, mélyebb jelentésréteggel bír, vagy trópusot alkalmaz. A második lépés a szemantikai vonatkozások megvizsgálása, amelynek során a 3. táblázatot alkalmazom a rendszerezéshez. Azt bizonyítom be, hogy amennyiben a vizuális struktúrán túl vizuális retorikai trópus is van a mémben, úgy valódi jelnek tekinthető és hordozza valamely jelentéstípust. A jelentéstípus beazonosítása lehetővé teszi a trópus nagyobb pontossággal történő meghatározását. A jelentéstípusok és trópusok interakcióját a 3. táblázat + jellel ellátott részei jelölik. Eszerint a metafora és az ironia szimbolikus és ikonikus jelentést hordozhatnak, míg a szinekdoché és a metonímia indexikus jelekből épülnek fel. A trópus és jelentéstípus (retorika és szemiotika) így egymás azonosítását támogatja és erősíti. Az értekezésben vizuális példákkal támasztom alá ezen állításokat. A pragmatikai vonatkozásokra vonatkozó következtetéseimet ezt követően, a harmadik lépésben tárgyalom. A pragmatikai szempontok között ki kell emelni a trópusok stilisztikai változatosságot biztosító szerepét, a mindennapi használatban való jelenlétét, az érvelő funkciót, a díszítő funkciót, a megismerésben játszott szerepet és az érzelim kifejező funkciót.

	Ikonikus mód (jelölő és jelölt között hasonlóság)	Indexikus mód (jelölő és jelölt között valós kapcsolat)	Szimbolikus mód (jelölő és jelölt között önkényes asszociáció)
Metafora	+	–	+
Irónia	+	–	+
Metonímia	–	+	–
Szinekdoché	–	+	–

3. táblázat: A mestertropusok és jelentéstípusok szemantikai interakciója

4. Következtetések összegzése

4.1. Feltevések igazolása, a tipológia és az esettanulmány eredményeinek összefoglalása

Doktori értekezésem célja a retorikai és szemiotikai elméleti és operatív keretek összevonása, és ezáltal új elméleti – módszertani keret létrehozása volt, amelynek során kritikai elemzést végeztem és egy tipológia, valamint egy esettanulmány segítségével empirikus kutatásokkal támasztottam alá az új konvergens elemzési mód társadalomtudományokban való hasznosíthatóságát. A dolgozat kritikai elméleti vonatkozásainak három feltevése volt:

- 1) A kép nem biztos, hogy a trópusok (metafora, irónia, szinekdoché, metonímia) szintjén is hordoz jelentést, még akkor sem, ha retorikai stratégiát/műveletet (hozzátoldás, elvétel, kicserélés, felcserélés, fúzió) alkalmaz. Az első feltevés bizonyítását a 2.3.6. fejezetben végeztem el, amelyben azt vizsgáltam meg, mitől retorikus egy vizuális artefaktum. Arra a következtetésre jutottam, hogy a retorikusnak tekinthető képek az észlelhető vizuális eszközkészletet nemcsak az üzenet díszítésére használják, hanem trópusok, gondolati műveletek alkalmazásával a jelentéstételezésre. A jelentés szemiotikai eszközökkel igazolható a retorikus képek esetében.
- 2) A retorikus kép szemiózis eredménye. Feltevésem igazolásához felhasználtam Saussure két tengely elméletét (Benczik [2010]), valamint az abból levezetett jakobsoni modellt (Benczik [2010]). Egy jel alapfeltétele hogy rendelkezzen mindhárom összetevővel (jel, jeltárgy, értelmező). Egy jelről tudjuk azt is, hogy mindig felveszi valamelyik jelentésmódot (ikonikus, indexikus, szimbolikus) (CP 2.274). A trópusokkal kapcsolatban bemutattam, hogy fogalmi, gondolati síkon a

kognitív elmélet alapján jelentéssel bíró alakzatok. Következésképpen egy vizuális retorikai trópus mindig hordozza valamelyik jelentésmódot (ikonikus, indexikus, szimbolikus). A második feltevés igazolása a 3.4.3. fejezetben történt.

- 3) Amennyiben egy képben vizuális retorikai gondolatalakzat (trópus) van, úgy jelen van benne a jel Peirce által meghatározott három összetevője (jeltárgy, értelmező, jel), továbbá kimutatható az ikonikus, indexikus vagy szimbolikus jelentés. Állításom igazolását abból vezettem le, hogy mint azt az elemzés igazolta, nem biztos, hogy a vizuális strukturális eljárások valódi jelet hoznak létre. Azonban amennyiben a vizuális strukturális eljárásokkal trópus jön létre, úgy jelet is alkot, hiszen így a szintaktikai mezőből kikerülve a szemantikai tartományba helyeződik át és ezáltal hordozza valamelyik jelentéstípust. A vizuális retorika gondolati műveletei (trópusok) tehát a szemiotikában a jelentés módjaival társíthatók (ikonikus, indexikus vagy szimbolikus mód). A harmadik feltevés igazolása a 3.4.3. fejezetben történt.

Az értekezés során egy tipológiát és egy esettanulmányt mutattam be. A vizuális retorikai alakzatok általam készített tipológiája egységesen kezelte a retorika strukturális eljárásait a gondolati műveletekkel. Nyíltan megkülönböztettem a strukturális alakzatokat a gondolatalakzatoktól. A tipológia igazolta a vizuális retorikai trópusok mindennapi vizuális nyelvben való jelenlétét, továbbá egységesen kezelte a szintaktikai és szemantikai műveleteket, a strukturális alakzatokat a trópusokkal. Azonban a tipológiából hiányoznak a pragmatikai szempontok. Bár a rétegzettség fogalmánál érint pragmatikai vonatkozásokat, azokat nem tárja fel.

A dolgozat esettanulmánya, a mémelemzés alkalmazza az előzőekben említett tipológiát, tehát vizsgálja a mémek szintaktikai – retorikai, valamint szemantikai – retorikai vonatkozásait. Az esettanulmányban rávilágítottam a szemiotikai jelentésmódok és a trópusok interakcióira, ez adta a szemantikai vonatkozások vizsgálatának alapját. A pragmatikai vonatkozásokat kiterjesztem mind a csak strukturális alakzatokat hordozó mémekre, mind a szemantikai gondolatalakzatokat hordozó mémekre. Az esettanulmány a strukturális elemzésen túlmenően kritikai elméleti vonatkozásokkal is bírt, a következtetések között egyaránt utalok a tudományos és társadalmi hasznosságára is.

4.2. A retorikai – szemiotikai elemzés tudományos hasznosíthatósága

A vizuális kommunikáció kritikai elmélete – mint azt a disszertáció elején kifejttem – átfogó, mert érinti a vizuális kommunikáció valamennyi területét. A vizuális kommunikáció kritikai

elmélete külön kezeli a vizuális kommunikáció területeit, és a megfelelő módon képes azokat dinamikusan összekapcsolni. A retorikai – szemiotikai elemzés ezért a vizuális kommunikáció kritikai elméletének fogalmi keretébe illesztve aktívan képes a vizuális kommunikáció valamennyi területének (esztétikai elmélet, kognitív elmélet, retorikai elmélet, szemiotikai elmélet, reprezentáció-elmélet, képiműveltség-elmélet, kulturális elmélet, vizuális etika, befogadás-elmélet, percepcióelmélet) szolgálatába állni konkrét elemzések során. A kritika nélküli befogadás különösen problematikus az internetet előzőnlő mémek befogadása esetében. A képek ugyanis szolgálhatják a valóság reprezentálását, ugyanakkor szimulációját is.

A konvergencia kultúra olyan új multimodális eszközöket hozott létre, amelyek elemzésére egy konvergens, interdiszciplináris összefüggéseket kezelni tudó elemzési keret szolgálhat. A részvételi retorika megváltoztatja a retorika gyakorlatait, a dramatizált, közösségi nyilvánosságban a hatalmi struktúrákat. A virtuális *panoptikonban* (Foucault [1990]) új kulturális termelők konvergens vizuális artefaktumokat hoznak létre, amelyek nem minden esetben mutatnak referenciát a valósággal. A társadalmi valóság, a panoptikon tartalmainak előállítása a mi felelősségünk és érdekünk. Ennek elengedhetetlen pillére a vizuális kommunikáció meghatározó területeinek ismerete, és legfőképpen a vizuális kritikai elmélet tudatos beépítése a mindennapi gondolkodásba. Ennek eszközéül is szolgálhat a retorikai – szemiotikai elemzés.

4.3. A retorikai – szemiotikai elemzés társadalmi hasznosíthatósága

A mém, mint a konvergencia kultúra jellegzetes jelensége, jól példázza a konvergencia és részvételi kultúra határok nélküliségét, szabadságát, és számos esetben a valóságra való referencia hiányát. A megjelenítés ilyen jellegű konvergens szabadsága 21. századi jelenség. A retorikai – szemiotikai elemzés társadalmi hasznosíthatóságánál kitérek a valóság megjelenítése, a folytonos jelenlét, a szimuláció és a láthatóság problémáira.

Baudrillard visszatérő gondolata, hogy a valóság már nem a reprezentáció alapja: a reprezentáció képzelt valóságot, látszatot hoz létre. A videó, az interaktív médiumok, a multimédia, az internet, a virtuális valóság – bár a legtöbbször számára lehetőséget és piaci potenciált hordoznak – Baudrillard elméletében csapdát jelentenek. Számára a minden területen megjelenő interaktivitás veszélyt, fenyegetést hordoz. Valami végérvényesen eltűnt, és ez nemcsak a társadalmat, de az egyén észlelését, értékítéletét és valóságérzékelését is

átalakította. A határok megszűnésével minden meghatározhatatlanná vált. Az általam esettanulmány formájában vizsgált mémek a jelentés nélküli, sodródó jelölők bizonyítékai.

Chandler összefoglalva Baudrillard főbb gondolatmenetét, arra a megállapításra jut, hogy a szimulakrum három formában létezik: hamisítás – imitáció (amikor még van közvetlen kapcsolat jelölő és jelölt között), gyártás – illúzió (amikor közvetett kapcsolat van a jelölő és jelölt között), és szimuláció (amikor a jelölők más jelölökhöz viszonyítottan állnak, nem pedig a valósághoz viszonyítottan) (Chandler [2007] p. 81.).

A szemiotika segít abban, hogy a reprezentációkat ne tekintsük maguktól értetődően a valóság visszatükröződéseinek, valamint képpé tesz arra, hogy szétszedjük őket, és megvizsgáljuk, kiknek a valóságait reprezentálják (Chandler [2007] p. 82.).

A *szimulakrum*, (Baudrillard [2014]) mint a *korvergenca kultúra* vizualitásában gyakran megjelenő ábrázolási mód tehát kritikai és morális problémákat vet fel. A retorikai – szemiotikai elemzés kritikai – elméleti keretet ajánl, amely segít a valóság és szimulált valóság jeleinek hozzáértő értelmezésében.

Michel Foucault *Felügyelet és büntetés* című kötetében mutatja be Jeremy Bentham panoptikon elméletét. A panoptikon elmélet egy technikai és pszichológiai bravúr, amely által a börtönben lévő fegyenc folytonos megfigyelés alatt áll, vizuálisan látható, egy pillanatra sem lehet egyedül. A fogoly a megfigyelő számára „az információ tárgya, de a kapcsolatnak soha nem alanya” (Foucault [1990] p. 274.). A fogoly számára nyugtalanító és nyomasztó az állandó felügyelet, a terhes magány, az örök megfigyelés állapota. Úgy tűnik, ma, a digitális láthatóság, a konvergenca, a mindent átható, folytonos jelenlétünk a kibertérben hasonló foglyokká tesz mindannyiunkat, mint Bentham panoptikonja az elítélteket. A különbség az önkéntességben keresendő. Önként kapcsoljuk be a Facebookot, Instragramot a buszon, a villamoson, reggel a kávé mellett, munka közben, ebédszünetben, és este szórakozásképpen. Mindennek részesei kívánunk lenni. Nemcsak láttatni, látszani is akarunk.

Létezik egy másik elmélet is, amely a láthatóság egy másik lehetséges következményére reflektál. Richard Sennett *A közéleti ember bukása* című kötetében meggyőzően írja le a halott nyilvános terek okozta közönyt és terhet. Ha mindent látunk, és ha mindenki lát, érdektelenné válunk. A láthatóság demotiváltsághoz, frusztrációhoz, elszigetelődéshez vezet (Sennett [1998]).

Boorstin szerint a *grafikus forradalom* hozta el azt a valóságot, amely elvezetett az emberek valóságához való hozzáállásának átalakulásához. Szerinte a médiumoknak köszönhetően az emberekben túlzott elvárások alakultak ki az információ, az emberi nagyság, a távolságok és a luxus elérhetőségére és mennyiségére vonatkozóan. Ennek következtében a valóság és annak jelei torzultak, amelyet egy dolog vezérel: a látszat (vagy ahogyan Baudrillard nevezi: szimuláció). Valódi jeleket, hősöket, érveket, eseményeket várunk, de ál-jeleket, ál-hősöket, ál-érveket és ál-eseményeket kapunk (Boorstin [1992]).

A digitális konvergencia korában a nyilvánosság valamennyi, korábban alkotott definíciója releváns, a nyilvánosság soha ennyi lehetőséget nem biztosított a tartalom előállítására, vélemény kifejezésre, információszerzésre. A demokratikus nyilvánosság határok nélküli.

Túlzott elvárásaink vannak a világ, az információ, az élmények irányítására vonatkozóan. Azonban e túlzott elvárásokra a konvergencia kultúra mégis reagál: a tartalmak folyamatosan képződnek, a jelenlét állandó, a megfigyelés véget nem érő. A retorikai – szemiotikai elemzés egy kritikai keretekbe illeszthető módszer, amely a valóság vizuális alkotásainak hozzáértő értelmezését teszi lehetővé. Az értekezés érdeme az a figyelmeztetés, hogy a vizuális tartalmakat tudatossággal, kritikai érzékenységgel és megfelelő értelmezési módszerek segítségével kellene kezelnünk annak érdekében, hogy elkerüljük az érdektelenséget és a kritika nélküli befogadást.

Az a tény, hogy a képi intelligenciánk művelté tesz bennünket arra, hogy befogadjuk a vizuális kultúra termékeit nem jelenti azt, hogy megfelelően értelmezzük azt, amit látunk. Sokszor azt gondoljuk, értünk egy olyan üzenetet, jelet, amelyet valójában tévesen értelmezzünk. Az a személy, aki képes helyesen értelmezni egy olyan jelet, amelyet mások nem, aki képes magabiztosan és megbízhatóan értelmezni a mindennapi vizuális kultúra jeleit, olyan vértet visel, amely boltban nem vásárolható. A konvergencia kultúra vizuális artefaktumai, legyenek azok reklámok, mémek, gifek, filmek, fotók, ideológiai jelek, stb., csak azok számára hordoznak veszélyt, akik kritikai elemzés/értelmezés nélkül fogadják be azokat.

A vizuális kommunikáció kritikai elmélete nyújtja azt a hermeneutikai szempontokat azonosító keretet, amelyben a retorikai – szemiotikai elemzés metodikáját elhelyezve segítséget, támpontrendszert kaphatunk ahhoz, hogy a mindennapi vizuális jel-és nyelvhasználatban azonosítható kommunikatív hatáson túl értelmezni tudjuk azokat a jelentéseket, amelyek a struktúra mögött találhatók (vagy éppen nem találhatók). Egy olyan

korban, amikor egy jel nem mindig az, aminek látszik, kiemelkedő szerepe van annak a felelősségnek, amelyet a konvergencia kultúrában a hozzáféréssel, a véleményformálás szabadságával, az információgenerálási képességeinkkel, az értékrendszerek kifejezésének és befogadásának képességével kaptunk.

5. Főbb hivatkozások

5.1. Nyomtatott forrásjegyzék

- L. Aczél, Petra (2004): *Retorika. A szóból épült gondolat*. Krónika Nova Kiadó, Budapest. ISBN: 963 9128 73 2
- Aczél, Petra – Bencze, Lóránt (2007): *Hatékonyság és meggyőzés a kommunikációban. Gyakorlati retorika*. L'Harmattan Kiadó, Zsigmond Király Főiskola, Budapest. ISBN 978 963 236 025 6
- Aczél, Petra (2009): *Új retorika. Közélet, kommunikáció, kampány*. Kalligram, Budapest. ISBN: 978-80-8101-053-8
- Adamik, Tamás – A. Jászó, Anna (szerk.) (2010): *Retorikai lexikon*. Kalligram, Pozsony. ISBN: 978-80-8101-344-7
- Aczél, Petra (2015): Retorika és kommunikációkutatás. In: *Magyar Nyelv 111*. (2015) (pp. 311-318.) DOI: 10.18349/MagyarNyelv.2015.3.311 Online: http://epa.oszk.hu/00000/00032/00067/pdf/EPA00032_magyar_nyelv_2015_3_311-318.pdf
- Utolsó megtekintés: 2018. 06. 19.
- Adamikné Jászó, Anna (2013): *Klasszikus magyar retorika. Argumentáció és stílus*. Holnap Kiadó, Budapest. ISBN 978 963 346 855 5
- Aristotle (1991); (2004): *The Art of Rhetoric*. Translated with an Introduction and Notes by C. Lawson-Tancred.; Penguin Group, London. ISBN-13: 978-0-140-44510-7
- Arnheim, Rudolf (1997): *Visual Thinking*. University of California Press, London. ISBN: 978-0-520-24226-5
- Baudrillard, Jean (2014): *Screened Out*. Verso, London. ISBN-13: 978-1-78168-155-8
- Bencze, Lóránt (1996): *Mikor Miért Kinek Hogyan. Stílus és értelmezés a nyelvi kommunikációban*. Corvinus Kiadó, Budapest. ISBN 963 7306 21 8
- Bencze, Lóránt (1996): A trópusok, az alakzatok és a metaforaalkotás. In: Szathmári, István (szerk.) (1996): *Hol tart ma a stilisztika? (Stíluselméleti tanulmányok)*, Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest. ISBN 9631868621

- Bencze, Lóránt (2005): A szóképek és az alakzatok szemiotikai megközelítése. In: Jászó, Anna – Aczél, Petra (szerk.) (2005): *A régi új retorika. A szóképek és a szónoki beszéd*. Trezor Kiadó, Budapest. ISBN 963 8144 5 X
- Benczik, Vilmos (2010): Két tengely elmélet; Recepcióelmélet. In: Adamik, Tamás – A. Jászó, Anna (szerk.) (2010): *Retorikai lexikon*. Kalligram, Pozsony. ISBN: 978-80-8101-344-7
- Benedek, András – Nyíri, Kristóf (szerk.) (2011): *Images in Language. Metaphors and Metamorphoses*. Visual Learning. Volume 1. Peter Lang; Internationaler Verlag der Wissenschaften; Frankfurt am Main, Berlin, Bern, Bruxelles, New York, Oxford, Wien. ISBN: 978-3-631-62046-5
- Benedek, András – Nyíri, Kristóf (szerk.) (2015): *Beyond words. Pictures, Parables, Paradoxes*. Visual Learning. Volume 5. Peter Lang; Internationaler Verlag der Wissenschaften; Frankfurt am Main, Berlin, Bern, Bruxelles, New York, Oxford, Wien. ISBN: 978-3-631-66385-1 (Print) DOI: 10.3726/978-3-653-05883-3
- Blaskó, Ágnes – Margitházi, Beja (szerk.) (2010): *Vizuális kommunikáció szöveggyűjtemény*. Typotex, Budapest. ISBN: 978 963 279 118 0
- Boorstin, Daniel J. (1992): *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*. Vintage Books, New York. ISBN 0-679-74180-1 (pbk)
- Burke, Kenneth (1969): *A Grammar of Motives*. University of California Press, Berkeley ISBN 0520015444, 9780520015449
- Chandler, Daniel (2007): *Semiotics: The Basics*. 2nd ed., Routledge, London. ISBN 13: 978-0-415-36375-4 (pbk)
- An online version of Chandler's text, under the title Semiotics for Beginners, is available at <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/semiotic.html>
- Chandler, Daniel: Semiotics for Beginners; <http://visual-memory.co.uk/daniel/Documents/S4B/>
- Utolsó megtekintés: 2018. 06. 19.
- Craig, Robert T. (1999): Communication Theory as a Field. *Communication Theory* 9 (pp. 119-161.) <http://dx.doi.org/10.1111/j.1468-2885.1999.tb00355.x>
- Utolsó megtekintés: 2018. 06. 19.
- Enos, Teresa (szerk.) (2010): *Encyclopedia of Rhetoric and Composition. Communication from Ancient Times to the Information Age*. Routledge, New York, London. ISBN 0-203-85488-8 Master e-book ISBN
- Fidel, Raya (1984): *The Case Study Method: A Case Study*. LISR 6. (pp. 273-288.).
- Foucault, Michel (1990): *Felügyelet és büntetés. A börtön története*. Gondolat, Budapest. ISBN: 9632823354

- Helmets, Marguerite – Hill, Charles A. (2008): Introduction. In: Hill, Charles A. – Helmets, Marguerite (2008): *Defining Visual Rhetorics*. Taylor & Francis e-Library. First edition: (2004) by Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Mahwah, New Jersey. ISBN 1-4106-0997-9 Master e-book ISBN (pp. 1-25.)
- Hartshorne, Charles – Weiss, Paul (szerk.) (1994): electronic edition of The Collected Papers of Charles Sanders Peirce reproducing Vols. I-VI ed., Cambridge, MA: Harvard University.
<https://colorysemiotica.files.wordpress.com/2014/08/peirce-collectedpapers.pdf>
 Utolsó megtekintés: 2018. 06. 18.
- Horányi, Özséb (szerk.) (2003): *Kommunikáció I-II*. General Press Kiadó, Budapest ISBN: 963 9459 04 6; ISBN: 963 9459 05 4
- Jacobson [Jakobson], Roman – Hale, Morris (1956): *Fundamentals of Language*. Mouton & Co., S. Gravenhage
- Jacobson [Jakobson], Roman (1971): *Selected Writings. Word and Language*. Mouton, The Hague, Paris.
- Jasinski, James (2001): *Sourcebook on Rhetoric. Key Concepts in Contemporary Rhetorical Studies*. Sage Publications, inc. California, London, New Delhi. ISBN 0-7619-0504-9
- Jenkins, Henry (2006): *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York University Press, New York, London. ISBN-13: 978-0-8147-4281-5 (cloth : alk. paper) ISBN-10: 0-8147-4281-5 (cloth : alk. paper)
- Kövecses, Zoltán (2005): *A metafora. Gyakorlati bevezetés a kognitív metaforaelméletbe*. Typotex, Budapest, Oxford. ISBN 963 9548 55 3 A fordítás alapja: Kövecses, Zoltán (2002): *Metaphor. A Practical Introduction*. Oxford University Press.
- Lakoff, George – Johnson, Mark (1980): *Metaphors We Live By*. University of Chicago Press, Chicago. ISBN: 0-226-46801-1 (paperback)
- Lanham, Richard A. (1991): *A Handlist of Rhetorical Terms*. University of California Press, Berkeley, Los Angeles; London. ISBN 0-520-07669-9
- McQuarrie, Edward F. – Phillips, Barbara J. (szerk.) (2008): *Go Figure! New Directions in Advertising Rhetoric*. M. E. Sharpe, Inc., Armonk, New York, London. ISBN 978-0-7656-1801-6 (cloth : alk. paper) — ISBN 978-0-7656-2133-7 (electronic)
- Mitchell, W. J. T. (1995): *Picture Theory*. The University of Chicago Press, Chicago, London. ISBN: 0-226-53232-1
- Németh, Gabriella (2011): The Visual Rhetorical Figures of the Giant Billboard of „ARC” (Face) Exhibition. In: Benedek, András – Nyíri, Kristóf (szerk.) (2011): *Images in Language. Metaphors and Metamorphoses*. Visual Learning. Volume 1. Peter Lang;

Internationaler Verlag der Wissenschaften, Frankfurt am Main, Berlin, Bern, Bruxelles, New York, Oxford, Wien. (pp. 99-113.). ISBN: 978-3-631-62046-5

Németh, Gabriella (2015): Paradoxical Representation of Tropes in Visual Rhetoric. In: Benedek, András – Nyíri, Kristóf (szerk.) (2015): *Beyond words. Pictures, Parables, Paradoxes*. Visual Learning. Volume 5. Peter Lang; Internationaler Verlag der Wissenschaften, Frankfurt am Main, Berlin, Bern, Bruxelles, New York, Oxford, Wien. (pp. 185-193) ISBN: 978-3-631-66385-1 (Print) DOI: 10.3726/978-3-653-05883-3

Ott, Brian L. – Dickinson, Greg (2009): Visual Rhetoric and/as Critical Pedagogy. In: Lunsford, Andrea A. – Wilson, Kirt H. – Eberly, Rosa A. (szerk.) (2009): *The SAGE Handbook of Rhetorical Studies*. Sage, Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC. (pp. 391-407.) ISBN 978-1-4129-0950-1

Phillips, Barbara J. – McQuarrie, Edward. F. (2004): Beyond Visual Metaphor: A New Typology of Visual Rhetoric in Advertising. *Marketing Theory*, vol. 4. nos. 1-2 (June 2004). https://courses.helsinki.fi/sites/default/files/course-material/4482592/22.3_MT2004%20Phillips.pdf

Utolsó megtekintés: 2018. 06. 19.

Sennett, Richard (1998): *A közéleti ember bukása*. Helikon, Budapest. ISBN 0699000245841

Smith, Ken – Moriarty, Sandra – Barbatsis, Gretchen – Kenney, Keith (szerk.) (2011): *Handbook of Visual Communication. Theories, Methods, and Media*. Lawrence Erlbaum Associates, London. ISBN: 0-8058-4178-4 (alk. paper) – ISBN 0-8058-4179-2 (pbk: alk. paper)

Szathmári, István (szerk.) (2008): *Alakzatok. A retorikai és stilisztikai alakzatok kézikönyve*. Tinta Könyvkiadó, Budapest. ISBN: 978 963 9902 02 2

Yin, Robert K. (1984): *Case Study Research: Design and Methods*. Beverly Hills, Calif: Sage Publications.

Zainal, Zaidah (2007 June): Case study as a research method. *Jurnal Kemanusiaan*, Vol. 9.

5.2. Online forrásjegyzék

<http://projects.chass.utoronto.ca/semiotics/cyber/cforceville2.pdf>

Utolsó megtekintés: 2018. 06. 19.

<http://projects.chass.utoronto.ca/semiotics/cyber/cforceville3.pdf>

Utolsó megtekintés: 2018. 06. 19.

<http://www.communicatio.hu/mktt/dokumentumok/konferenciak/2005/poszterek/aczelpetra.htm>

Utolsó megtekintés: 2018. 06. 19.

http://epa.oszk.hu/00000/00032/00067/pdf/EPA00032_magyar_nyelv_2015_3_311-318.pdf

Utolsó megtekintés: 2018. 06. 19.

<http://visual-memory.co.uk/daniel/Documents/S4B/>

Utolsó megtekintés: 2018. 06. 19.

<http://www.oxford-rhetoric.com/entry?entry=t223.e45>

Utolsó megtekintés: 2018. 06. 19.

<https://colorysemiotica.files.wordpress.com/2014/08/peirce-collectedpapers.pdf>

Utolsó megtekintés: 2018. 06. 19.

https://courses.helsinki.fi/sites/default/files/course-material/4482592/22.3_MT2004%20Phillips.pdf

Utolsó megtekintés: 2018. 06. 19.

6. A témakörrel kapcsolatos saját és társszerzővel írt publikációk

6.1. Konferenciakötet

Németh, Gabriella (2010): Kulturális empátia és szemiózis. In: Balázs, Géza – H. Varga, Gyula (szerk.) *Magyar Szemiotikai Tanulmányok 22-23*. Líceum Kiadó, Magyar Szemiotikai Társaság, Eger

6.2. Folyóirat

Németh, Gabriella (2011): Posztmodern erők és konzervatív hősök. Nyíri Kristóf Kép és idő című kötete alapján. In: *Információs Társadalom* 2011. XI. évf. 1-4. sz. (pp. 208-217.).

6.3. Könyvfejezet

Németh, Gabriella (2011): The Visual Rhetorical Figures of the Giant Billboard of „ARC” (Face) Exhibition. In: Benedek, András – Nyíri, Kristóf (szerk.) (2011): *Images in Language. Metaphors and Metamorphoses*. Peter Lang International Verlag der Wissenschaften, Frankfurt. (pp. 99-113.).http://vll.mpt.bme.hu/images/stories/PDF/VLL/nemeth_fp.pdf

Németh, Gabriella (2015): Paradoxical Representation of Tropes in Visual Rhetoric. In: Benedek, András – Nyíri, Kristóf (szerk.) (2014): *Beyond words. Pictures, Parables, Paradoxes*. Visual Learning. Volume 5. Peter Lang; Internationaler Verlag der Wissenschaften, Frankfurt am Main, Berlin, Bern, Bruxelles, New York, Oxford, Wien. (pp. 185-193) ISBN: 978-3-631-66385-1 (Print) DOI: 10.3726/978-3-653-05883-3

6.4. Témában megtartott előadások

- Németh, Gabriella (2009): Kulturális empátia és szemiózis. Az utazás szemiotikája. Poszterelőadás – Semiotica Agriensis, Eger.
- Németh, Gabriella (2010): The Visual Rhetorical Figures of the Giant Billboard of „ARC” (Face) Exhibition. A Képi Tanulás Műhelyének 2010. évi Nemzetközi Konferenciája, Budapest.
- Németh, Gabriella (2011): The Gendered Ethos of the Internet. A Képi Tanulás Műhelyének 2011. évi Nemzetközi Konferenciája, Budapest.
- Németh, Gabriella (2014): Paradoxical Representation of Tropes in Visual Rhetoric. A Képi Tanulás Műhelyének 2014. évi Nemzetközi Konferenciája, Budapest.
- Németh, Gabriella (2015): A képek meggyőző ereje. A Képi Tanulás Műhelye, Budapest.

6.5. Társzerzővel írt tanulmányok

- Deli, Eszter – Németh, Gabriella (2017): Can Pictures Argue? The mutual examination of visual propositions and tropes within images. In: Barkóczi, Janka – Uhl, Gabriella – Túry, György (szerk.) (2017): *Skills for Managing the Arts: Open Educational Resources and Experiential Learning in Support of Youth Entrepreneurship and Employment in the Arts and Creative Sector (SMART)*. Elérhető: <http://www.managing-art.eu/en/file/27>
- Utolsó megtekintés: 2018. 06. 20.
- Deli, Eszter – Németh, Gabriella (2018): Money does not talk. The image of money talks. In: *Society & Economy*. Kiadás alatt. Tervezett megjelenés: 2018 ősz
- Deli, Eszter – Németh, Gabriella (2018): A vizuális enthüméma metaforikus ábrázolása In: *Opus et Educatio*. Kiadás alatt. Tervezett megjelenés: 2018 ősz

7. Függelék

A dolgozat egy 51 oldalból álló függelék tartalmaz, amelyben 300 képet elemeztem az alábbi felosztás szerint: 21 db ARC óriásplakátot, 19 reklámképet, 260 mémet. A képeket a függelék pontos forrásmegjelölésekkel és sorszámmal jelölve tartalmazza. A szubjektív kódolási hibák elkerülése érdekében disszertációmban a képek elemzését társzkodoló segítségével végeztem. A társzkodoló személy Deli Eszter, a Budapesti Corvinus Egyetem Társadalmi Kommunikáció Doktori Iskolájának doktorjelöltje.