

ЗОРОВІ МЕТАФОРИ КУЛЬТУРИ У ВІЗУАЛЬНО-СМИСЛОВОМУ СЕГМЕНТІ МЕДІАКОМУНІКАЦІЇ

І. К. Покуліта

*Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут», Київ, Україна
sergoil@ukr.net*

Зорові метафори візуальної спрямованості медіакультури посідають сьогодні значне місце в смислоорганізації комунікативного сегменту суспільства. В статті піднімається питання методологічних підходів до розуміння метафори в контексті лінгвістичних та культурологічних теорій. Розглядаються традиційні принципи дослідження цього тропу та акцентується увага на наукових розвідках ХХ – початку ХХІ століть, що суттєво змінили дослідницький статус самої проблеми метафори, звернувшись до її значення як пізнавального ресурсу мислення й сенсу збереження цілісності і спадковості в культурі. Оскільки метою статті є висвітлення ролі зорової метафори у формуванні смислів медіакультури, то послідовністю досягнення цілі стали етапи в розумінні когнітивного потенціалу досліджуваного явища (Дж. Лакофф, М. Джонсон, О. Свірепо), феноменологічного аспекту проблеми щодо комплексу елементів, які у процесі моделювання смислу відіграють функцію його трансляції (П. Рікер, А. Річардс) та зорової специфіки метафори й основ візуального мислення (Л. Большакова, О. Пушонкова). Отримані результати дозволили систематизувати напрацювання дослідників у трьох векторах проблеми. По-перше, акцентується зорова динаміка метафори, що має асоціативні інтенції оформлення сенсу; по-друге – розглядається пластичний образ та іконографічний код як знаково-символічні елементи текстової полісемії комунікації; по-третє – виокремлюється система візуального мислення, що розбудовує оптичні перспективи в актуалізації метафор сучасної культури. Виходячи з цих контекстів проаналізована тенденція зорової метафоричності візуальних смислів медіакомунікації.

Ключові слова: зорова метафора, візуальне мислення, іконічний знак, іконографічний код, оптична комунікація, медіакомунікація.

VISUAL METAPHORS OF CULTURE IN VISUAL-SEMANTIC SEGMENT OF MEDIA COMMUNICATION

I. Pokulyta

*National Technical University of Ukraine
«Kiev Polytechnic Institute», Kiev, Ukraine
sergoil@ukr.net*

Visual metaphors of optical focus in media culture occupy an important place in conceptual organization of communication segment of society. In this article the question of methodological approaches to understanding of a metaphor in the context of linguistic and cultural theories is raised. We also consider traditional principles of study of a trope and it focus on scientific quests of XX - XXI centuries, that significantly changed the status of metaphor as a research problem, referring to its importance as a resource of cognitive thinking and sense of maintaining the integrity and continuity in culture. Since the purpose of the article is to highlight the role of visual metaphors in shaping the meanings of media culture, the sequence of steps to achieve the goal lay in understanding of the phenomenon of cognitive capacity (J. Lakoff and M. Johnson, A. Svtrepo) regarding phenomenological aspect of the complex elements that in simulation meaning play a translation function (P. Ricoeur, A. Richards), and specificity of visual metaphors, iconic characters, fundamentals of visual thinking and Optical Communication (L. Bolshakov, OA Pushonkova). The results allowed researchers to systematize achievements in three vectors of problem. First of all, it emphasizes dynamics of visual metaphors having associative intentions of sense design; secondly, plastic image and iconographic code as semantic-symbolic elements of textual polysemy communication were considered. Thirdly, the system of visual thinking, which develops optical prospects in the actualization of metaphors in contemporary culture, has been singled out. According to these concepts, the trend of visual metaphor of optical senses in media communication was analyzed.

Keywords: visual metaphor; visual thinking; iconic sign; iconographic code; optical communication; media communication.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Візуальні образи, що презентують сучасні засоби медіакомунікації, у своєму влучному втіленні стають невід'ємними атрибутами повсякденності. Це стосується як реалістичних, так і символічних зображень, які вперше з'явившись в інформаційному просторі, набули сьогодні особливого сенсу й без них складно уявити візуально-смысловий контекст реальності. Так, наприклад, навіть дитина впізнає у намальованому жовтому колі з оченятами й посмішкою не славнозвісні образи казок про Колобка, або грайливе Сонечко, а комп'ютерний «смайлик» як перенесену у візуальний знак емоційну реакцію учасників мережевого спілкування. Це зображення є трансформованим втіленням настрою, репліки або цілого комплексу вражень, які мають важливе значення смислоутворюючого аспекту комунікації. Очевидним є свого роду переклад почуттів й емоцій суб'єктів спілкування в один із візуальних сенсів-образів медіакультури. Сама суть подібного переносу змісту, що має на меті підсилену виразність й концентрованість свого оформлення, полягає у набутті метафоричних властивостей зображеного. Вказаний приклад є лише однією із ілюстрацій сучасної тенденції втілення метафоричності сенсів у формуванні інформаційно-комунікативного конструкту реальності. Отже, з'ясування ролі зорової метафори в аспекті утворення візуальних алгоритмів медіаспілкування стає актуальним питанням дослідження сучасних смислових кодів інформаційного простору культури.

РЕЗУЛЬТАТИ ТЕОРЕТИЧНОГО АНАЛІЗУ ПРОБЛЕМИ

Вивчення метафор є процесом, який становить класичний зміст проблематики наук про художні аспекти мови. У цьому значенні тема метафори розглядається в ключі багатьох інших тропів, тобто таких образних виразів, як порівняння, метонімія, алегорія, гіпербола тощо. Вказаний контекст складає плідний доробок напрацювань літературознавчої галузі. Також варто зазначити, що це питання і сьогодні становить актуальний вектор досліджень теорії та практики мовлення, оскільки останнє є живим процесом, що не припиняє свій розвиток й відображає змінні нюанси та характер комунікації у впливі на неї різних тенденцій сучасності. Проте наукові розвідки ХХ століття суттєво змінили дослідницький статус самої проблеми метафори, звернувшись до її значення як пізнавального ресурсу мислення й сенсу тих «... механізмів, що допомагають забезпечити цілісність і спадковість у культурі» [13, 3]. Питання постає як необхідність виокремлення глибинних стійких утворень різних форм культури з точки зору виявлення ролі метафори у процесах смислоутворення. В цьому аспекті до теми «метафор, якими ми живемо» звертались представники когнітивної лінгвістики Дж. Лакофф та М. Джонсон. Вчені трактують дане явище як початкову понятійну конструкцію. У контексті «всюдисущого принципу її (мови) природного функціонування» [7], як загальнолюдську норму оформлення думки щодо здатності помічати подібність речей і явищ пояснюють метафору А. Річардс та Р. Якобсон. Спираючись на теоретичний підхід до вивчення символічних форм Е. Кассіра [6], ідею метафоричності думки, що характеризує кожен процес мислення (згідно з поглядами вказаних вище авторів), та значний масив праць із семіотики, сучасна дослідниця О. Свирепо [13] розглядає моделюючу функцію метафори як коду культурних смислів. Феноменологічний вимір питання символіко-метафоричного дискурсу як дії сенсу розроблений представником герменевтичної філософії П. Рікером [10, 11]. Зоровий аспект проблеми, зокрема: специфіки семіотичного комплексу медіакомунікації розглядає Л. Большакова [3]; візуальних інтенцій літературного тропу акцентує К. Філатова [15]; ролі тілесних констант візуальності у формуванні метафор культури, аналізує українська авторка О. Пушонкова [9]. Однак, попри наявні філософсько-культурологічні розвідки й існуючі вектори дослідження, тема метафоричних аспектів сенсоутворення в конструюванні медіакомунікації залишається недостатньо розробленою й такою, що потребує різнобічного вивчення. Тому метою статті є висвітлення ролі зорової метафори у формуванні смислів медіакультури.

Оскільки в самій проблемі поняття «метафора» є ключовим, у першому наближенні її осмислення варто звернутися до тлумачення цього терміну. Й незважаючи на академізм трактування метафори, значний потенціал щодо поставленої нами мети виокремлюється вже на цьому етапі. Слід підкреслити в даному контексті думку Аристотеля, що основою метафори є перенос сенсу [1]. Отже, переважна більшість довідників, пояснюючи це поняття як образне вираження, що характеризує явище не в прямому, а в переносному (себто перенесеному, а не іншому) значенні, спирається на давньогрецьку етимологію слова, майже незмінне його звучання. Однак у статті енциклопедії Ф. Брокгауза та І. Ефрона (ЕСБЕ) вказується подвійне походження «метафори», зокрема й латинська її природа – *translatio*, що в оригінальному звучанні є «трансляцією». Дослідницькі спокусливим стає доволі спрощене вирішення питання: якщо метафора є трансляцією, то й навпаки – трансляція також може трактуватись принаймні в одному із своїх значень як метафора, а медіакомунікація є сучасним інструментарієм трансляції інформації. Згідно з чим сам

механізм смислоутворення у формуванні інформаційного простору є конструктором метафоризації сенсів культури. Проте походження слова, яким позначалася метафора латиною, вказує лише на один із контекстів проблеми. А саме: спираючись на концепти дослідників щодо моделюючої характеристики цього явища, або краще сказати процесу метафоризації, важливо проаналізувати його етапи.

Першим є когнітивна процедура перенесення значення із однієї смислоорганізуючої системи в іншу – з фактичного найменування об'єкту в інтерпретаційне, яким є позначення образу цього об'єкта. Згідно з підходом А. Річардса метафора – суть взаємодії не слів та об'єктів, а думок про ці об'єкти, отже, вона є основою формування іншого семантичного поля, що дозволяє нам осмислити щось нове. Специфікою даного етапу стає виявлення сутнісних рис того явища, яке підлягає метафоризації, з ціллю їх максимальної концентрації у найменуванні або зображенні іншим явищем (предметом тощо). Важливо зазначити погляди П. Рікера щодо цього: сам феномен полісемії, який зумовлює процес метафоризації, не є прикрашанням текстів, а народженням нових смислів, отже нової реальності в культурі [10]. Тобто перенос значення стає як його підкресленням, так і варіацією утворення сенсу, іншими словами, техне метафоризації є змістовним компонентом смислороджуючої її природи.

Другий етап становить комплекс елементів, що у процесі моделювання смислу відіграє функцію його трансляції. До цього комплексу входить художня виразність, яка обумовлена знаково-символічною формою організації сенсу та способом його вираження. Таким чином, визначальними аспектами проблеми щодо з'ясування ролі метафоризації у формуванні візуальних смислів медіакультури є звернення до всіх етапів цього процесу й інструментарію моделюючої природи метафори.

Сформульовані нами аспекти проблеми корелюють із думкою А. Річардса щодо двох «компонентів, <...> які виокремлюються навіть у найпростішій метафорі. Один з них – це «зміст» (tenor), а інший – «оболонка» (vehicle)» [12]. Важливо зазначити, що автор підкреслює полісемію слова vehicle у перекладі з англійської мови: і як носій, і як провідник, транспортний засіб та спосіб передачі. Отже, ця «оболонка» є водночас знаком, що концентрує думку, й транслятором «змісту». Таким чином, метафоризація відіграє смислоконструючу та презентуючу функції в комунікації. Наступним кроком у культурологічному розширенні горизонтів проблеми є погляди О. Свірепо: «... метафора має дві тенденції – створення нового смислу та його закріплення... Коли вона більше не додає нових відомостей до вже існуючих, то починає працювати як код» [13]. Авторка виокремлює значення метафори як комунікативного провідника між різними семіотичними полями – ключа розуміння смислу. Таким чином досліджуване явище метафоризації виступає єдиним конструктором у процесі організації сенсів культури, починаючи з інтерпретаційної до смислозакріплюючої спрямованості, від появи нового відтінку значення через полісемію комунікативної структури до способу декодування знаково-символічної форми його трансляції.

Звертаючись до сучасних розробок теорії метафори, найбільш складним й небезпечним щодо помилкових висновків є поворот у висвітленні її зорової специфіки. Хоча й це питання може бути спрощено вирішене тим фактом, що кожна літературна метафора візуальна, оскільки сприйняття «друкованого тексту» актуалізується через зоровий канал комунікації (концепція М. Маклюєна [8]). Проте йдеться саме про писемну форму й, відповідно, її вербальну природу, тому «оболонка» (А. Річардс) смислу є принципово іншою, порівняно із візуальним образом, що має свою графічність; пластичність; можливі колір, об'єм, перспективу тощо. Отже, вирішальним стає питання того, чи може бути «зміст» метафори трансльований провідником, який його зображує у невербальній реалістичній або знаково-символічній системі.

Акцитування зорової, точніше наочної, специфіки досліджуваного явища знаходиться ще в «Риторичі» Аристотеля, а саме в частині стильової характеристики найбільш вдалих метафор: «Ми сказали, що витонченість досягається з метафор, що зображують річ наочно» [1]. Філософ приділяє увагу розтлумаченню цієї якості, як закладеній в образі інтенції руху, динаміки, тобто тих властивостей, що сприяють візуалізації смислу. На потенціал, хоча і у формі метафоричного його вираження, зорового існування метафори вказує О. Свірепо: «Метафора – принцип зв'язку всіх елементів реальності в єдину картину» [13, 30]. На думку дослідниці – картину світу, отже його образ, який організовує світоглядні принципи культури. Виокремлення візуального змісту питання у контексті філологічної розвідки здійснює К. Філатова, вивчаючи зорову метафору мови. Важливо, що авторка не просто зупиняється на окремих фактах – наочно-видимих образах текстів, а звертається до засадничих чинників сенсорності візуального, тобто самої можливості «бачити» смисл. Йдеться насамперед про метафорично-символічний зміст «світла» у трьох вимірах культури: епістемологічному – світло це символ «інтелекту та інформованості», аксіологічному (як позитивна оцінка чогось) – «світло є благо» та етичному – яскрава емоція радості на противагу «перешкодам», «затемненню» й «внутрішній сліпоті». Соціального значення семіоти-

чного коду набуває вказана метафоричність, враховуючи смислоконструюючий контекст «світ-ла» щодо різних періодів історії. Так, для канонічних текстів християнського світобачення цей образ символізує сакральний – ідеаціональний (П. Сорокін [14]) зміст культури. В образотворчому мистецтві титанів Відродження опановується світло разом із законами перспективи й стає наочним смислом однієї з ідей гуманізму – активної позиції людини у творенні світу. З періоду Нового часу у модерному проєкті філософії світло вивчається як явище, умова гносеологічних засад перцепції у підходах емпіризму та раціоналізму (наприклад – Р. Декарт «Діоптрика» [4]). Фізичні властивості різних типів випромінювання стали важливими відкриттями науково-технічного прогресу у набутті сучасних форм і характеристик культури. Таким чином розглянута К. Філатовою зорова метафора як сенсоконструюючий образ спирається на значний історичний досвід домінуючих віх цивілізації.

Існує й інша постановка проблеми щодо зорової специфіки досліджуваного явища. Авторка Л. Большакова вивчає феномен візуальної метафори в контексті комунікативної теорії. Вона пояснює затребуваність звернення до цього питання: «Невербальні засоби інформації перетворилися із вторинного, підлеглого джерела інформації у рівноцінний компонент тексту, що не поступається значенням словесному ряду. Останній час характеризується зростанням обсягу візуальної інформації, яка має більш високий інформаційно-енергетичний вміст і більш широкий прагматичний потенціал, ніж вербальна інформація» [3, 119]. Дослідниця зазначає, що пріоритетним сьогодні є вивчення медіазображення як особливої знакової системи й відповідних контекстів його використання. Цю думку Л. Большакова розкриває, звертаючись до «іконічної знакової системи» у «вербально-мелодичній» структурі відеокліпів. «Візуальна метафора вибудовується у співвіднесенні двох оптичних образів, що виступають як іконічні знаки. У процесі їх монтажного поєднання виникає смисл, який трактується як символ такого явища, що безпосередньо може бути й не пов'язаний із кожним з візуальних образів» [3, 120]. Метафоричну природу іконічної знакової системи авторка детально аналізує, вивчаючи її інтегральні й диференціальні ознаки та інші характеристики, що дозволяє зробити висновок про наступне. «Образ (джерело) складає план вираження метафоричної конструкції, а тема (мета) – план змісту» [3, 120]. Таким чином, структурою зорової метафори медіакомунікації є перенесена модель цілісності «змісту й оболонки» (А. Річардс) в іконічну знакову систему медіазображення. Цією системою може бути як символічна, так і реалістична візуальність, у тому числі й комбінований спосіб зорової асоціативності. Важливо зазначити, що поняття «іконічного знаку» та «іконографічного коду» є розробленими у різних семіотичних теоріях, зокрема У. Еко [5, 64] виокремлює такий тип знаків, вивчаючи смисловий простір зображувальних систем. Згідно з цими підходами структурними елементами візуальної конструкції є іконічні знаки, образи, зв'язок яких в єдину семіотичну систему має символічну основу, а трансляція-сприйняття смислу базується на метафоричному (перенесеному змісті) принципі декодування цієї системи.

Ще один вимір проблеми візуальних смислів сучасної культури відкривається у зверненні до теоретичних розвідок О. Пушонкової. Дослідниця вказує: «Відхід від лінгвоцентризму у тілесність, «перемога гештальтів над монадами» призводить до опредметнення суб'єкта, візуалізації самого мислення. У зв'язку із цим постає проблема амодальності бачення, тобто його детермінованості усією психікою людини» [9, 29]. О. Пушонкова вивчає значний масив художнього досвіду, спираючись на емпіричний та теоретичний матеріал авангардного мистецтва й сучасних його тенденцій. В контексті «юнгівських ідей архетипних символів» [9, 28] авторка трактує гліфи, ідеограми та інший культурний досвід: «... наприклад, картини Дж. Поллока, Р. Пусетт-Дарта наслідували культуру американських індіанців. Звернення до ідеограми, або «гліфу» (а в українському авангардному мистецтві початку ХХ до національних медіатипів), було спробою авангарду виробити «пластичну мову», яка протистояла культурній тенденції, що базується на конструкціях абстрактної раціональності» [9, 27]. Цей досвід розглядається як такий, що актуалізується в сьогодиншній реальності через модель «пластичного діалогу» неподільної єдності «оптичного і тактильного» в творчості. Основними векторами підходу дослідниці є визначення сучасних основ візуального мислення – «прагнення бачення людини завершеності й простоти» [9, 32]. Авторка як вказує на місце в художніх процесах культурних кодів: «Не випадковою є загальновідома метафора ока як сонця» [9, 32], так і користується метафоричними характеристиками сьогодиншніх тенденцій візуального мислення: «опросторовлення часу», «перспективного погляду» тощо. Отже, згідно із запропонованим підходом можна зробити висновок, що зоровий контекст соціальної реальності інтегрує різні стратегії оптичної комунікації, переносить історично-віддалений візуальний досвід й актуалізує сприйняття смислів у метафорах культури.

Таким чином, три вектори дослідження визначаються у контексті вказаних вище теоретичних розвідок. По-перше, зорова динаміка метафори, що має асоціативні інтенції оформлення сенсу; по-друге – пластичний образ та іконографічний код як знаково-символічні елементи текс-

тової полісемії комунікації; по-третє – система візуального мислення, що розбудовує оптичні перспективи, проєкції в актуалізації метафор сучасної культури.

Характеризуючи сьогодення, насамперед, в аспекті візуально-сміслових конструктів культури, неможливо оминати питання того, що домінуючий вплив на світоглядні орієнтири людини має медіареальність. Отже, необхідним стає виявлення принципів метафоричності самої медіакомунікації, яка у значних тенденціях базується на зоровій репрезентації та сприйнятті інформації. Основа подібності зображеного на електронних носіях інформації видимим об'єктам дійсної реальності є настільки традиційним елементом візуальної ідентифікації, що ми про це і не замислюємось. Образотворчі мистецтва у різній мірі (міметичній, символічній) виходили із цього принципу. І якщо базові смисли попередніх періодів культури були вкодовані у візуальні символи та метафоричні образи скульптури, архітектури тощо, то їх історично-набута поліфонічність у кінці XIX – початку XXI століть потребує профільних знань ідентифікації. Однак на допомогу візуальному мисленню у повсякденності приходить фотографія та інші винаходи, в яких зорова метафора ініціює утворення нових значень. Проте важливим є зауваження, що поступово зображувальний контекст технологічно-сучасної візуальної комунікації дедалі частіше сприймається реципієнтом з точки зору хронікальності, фактажності і, зрештою, фактичності бачення світу. В цій оптиці формується діалектичне поставання – від бачення світу до світобачення.

Медіареальність формує сьогодні значну долю візуального досвіду людини, проте нівелюється усвідомлення того, що зображена реальність є по-перше, фрагментом, монтажем та, по-друге, у цілісності сприйняття суб'єктом видимого медіаряду становить метафору дійсної реальності як оптично-перенесений смисл зображеного і наявну за визначенням, однак винесену за дужки медіаконтексту, необхідність певної інтелектуально-чуттєвої, інтуїтивної процедури доконструювання вказаної цілісності. Йдеться насамперед про сучасний етап розвитку аудіовізуальної комунікації, яка забезпечує створення «самодостатнього» образу світу в інформаційно-медійному бутті особистості. Сам феномен віртуалізації реальності є предметом рефлексії різних наук й, відповідно, комплекс проблем, що досліджується, відкриває багато спектрів цього явища. Однак і нині одним із складно-прогнозованих аспектів залишається питання переформатування чуттєвого сприйняття людиною світу в русло метафорично-всепоглинаючої медійної його презентації та рецепції. Складно сьогодні назвати той прояв нашого буття, який би не знайшов відображення в інтернет-мережі або інших інформаційних сегментах медіакомунікації. Не перебільшеною буде констатація такої тенденції, що дійсна реальність сприймається як привід, аргумент її віртуалізованої інтерпретації. Осмислення цієї проблеми в контексті історичної логіки розвитку суспільства вказує на очевидний вибір людини на користь зручного, комфортно й малобюджетного ознайомлення із світом, отже – крізь призму екрана монітору. Тобто формування індивідуального візуального досвіду через побачене, відображене, й трансльоване медіапосередником.

Сам сенс сфокусованості світобачення становить глибинний смисл культури, яка у різних своїх формах є механізмом взаємозв'язку природного, соціального та індивідуального процесів конструювання реальності у сприйнятті людиною світу. Таким чином, основою впорядкування цілого комплексу факторів, в тому числі й візуального досвіду, виступають значення діяльнісного, комунікативного в культурі. Яскравим прикладом цього є мистецтво. Скажімо, через майстерність бачення, дотику (в прямому та метафоричному сенсі) до власного творіння й всього комплексу переживань художника реципієнт отримує свого роду зорову концентрацію почуттів. Оптично забарвлений, «наповнений» культурними смислами твір мистецтва актуалізується щодо свого значення в умовах реального простору та часу, проте хронотоп художньої форми (концепція М. Бахтіна [2]) метафорично переносить глядача в соціокультурний контекст цього твору. Таким чином, актуалізується принцип зорової метафори щодо полісемії в оптично-пластичному діалозі «опросторовлення часу» (О. Пушонкова) процесу візуального мислення. Модель смислового завантаження простору та часу в інформаційний сегмент сучасної культури ініціює формування або випереджаючі закріплені, або навіть єдиного сприйняття реальності. Поступово актуалізується наступний феномен: людина може побачити стільки фрагментів цього світу, скільки не могла собі навіть уявити в попередні історичні періоди, до того ж її подорож не потребує мандрів у фізичному значенні цього слова. Проте систематизувати візуальний досвід у просторі та часі, отримавши прецедент його безпосереднього комплексного переживання (наприклад, пройти анфіладою залів музею й опинитись за крок від оригіналу) виявляється непотрібним чи неспівмірним з бюджетними можливостями людини. Отже, наше знання все в більшій мірі має візуально-медійну природу. Формується віртуальний світ, який локалізується в оптичній метафорі конструкту реальності нашого індивідуально побаченого медійно-трансльованого буття. Вихід за межі цього образу, певне подолання смислової моделі інформаційного суспільства поступово набуває ризиків втрати метафоричних зв'язків завершеності й цілісності в культурі –

«принципу об'єднання всіх елементів у єдину картину» (О. Свирепо) для реципієнта, оскільки людина, по-перше, опиняється поза зоною чуттєвого досвіду та, по-друге, у незвичній для себе ситуації – необхідності вкомпанувати побачене в попередньо-отриманий візуально-медійний досвід. Метафоричність смислів інформаційної культури сьогодення все більше імплікує диспропорцію між природно-соціальними, тілесними константами культури і їх трансформацією у віртуалізовану цілісність, основою якої стає трансльований досвід світоуявлення візуальних смислів медіакомунікації.

ВИСНОВКИ

Таким чином, нами розглянута проблема метафоризації візуальних смислів культури у контексті різних теоретичних розвідок. Сформований дискурс дозволив з'ясувати роль метафори як загальнолюдської норми оформлення думки щодо здатності помічати подібність речей і явищ (А. Річардс), моделюючи функцію метафори як коду культурних смислів (О. Свирепо) та інші аспекти проблеми. Згідно представлених у темі підходів проакцентована метафоризація щодо тенденцій комунікативного вираження: створення нового сенсу та його закріплення, генерування культурного коду між різними семіотичними полями як ключа розуміння смислів трансльованих образів. Нами висвітлено наступне – досліджуване явище метафоризації виступає єдиним конструктором у процесі організації сенсів культури, починаючи з інтерпретаційної до смислозакріплюючої спрямованості, від появи нового відтінку значення через полісемію комунікативної структури до способу декодування знаково-символічної форми його трансляції. Оскільки з'ясовано, що пріоритетним сьогодні в питанні комунікації є вивчення смислових контекстів медіазображення як особливої знакової системи сучасної культури, орієнтуючись на розробки концептів візуальних сенсів спілкування, ми зазначили структуру зорової метафори оптичної комунікації як перенесену модель цілісності в іконічну знакову систему медіазображення. Також, спираючись на погляди О. Пушонкової, ми розглянули особливості візуального мислення, керуючись його метафоричними тенденціями: «опросторовлення часу», «перспективного погляду» тощо. Нами встановлено наступне – попри те, що зоровий контекст соціальної реальності сьогодення інтегрує різні стратегії оптичної комунікації, переносить історично-віддалений візуальний досвід й актуалізує сприйняття смислів у метафорах культури, але у зображувальному контексті медіакомунікації все в більшій мірі переважає сприймається реципієнтом видимого з точки зору фактажності і фактичності бачення світу. Ми підкреслюємо, що в цій спрямованості утворюється діалектичне поставання – від бачення світу до світобачення. Оскільки медіакомунікація формує певну складову візуального досвіду людини, значною загрозливою тенденцією щодо сприйняття оптичних смислів стає розмивання реальності того, що зображення є змонтованим фрагментом цілісності образу і в той же час трансльованою зоровою метафорою дійсності. Таким чином ми висвітлюємо роль зорової метафори у формуванні сенсів медіакультури, яка сприяє утворенню смислової моделі реальності в зоровій комунікації медіа і проявляється в закріпленні візуального конструктору соціальної реальності у формі оптичної метафори цілісності індивідуально-побаченого і медійно-трансльованого буття.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аристотель. Поэтика. Риторика / Аристотель; пер. с древнегреч. В. Аппельрота, Н. Платоновой. – СПб. : Азбука-классика, 2008. – 352 с.
2. Бахтин М. М. Формы времени и хронотопа в романе. Очерки по исторической поэтике / М. М. Бахтин // Вопросы литературы и эстетики. – М. : Худож. лит, 1975. – С. 234–407.
3. Большакова Л. С. Когнитивный механизм создания визуальной метафоры (на материале англоязычных музыкальных видеоклипов) / Л. С. Большакова // Современные проблемы науки и образования. Филологические науки. – 2008. – № 2. – С. 119–123.
4. Декарт Р. Рассуждение о методе с приложениями. Диоптрика. Метеоры. Геометрия. / Р. Декарт; Перевод, статьи и комментарии Г.Г. Слюсарева, А.П. Пашкевича. – М. : Академия наук СССР, 1953. – 657 с.
5. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У. Эко. – СПб. : Симпозиум, 2004. – 432 с.
6. Кассирер Э. Философия символических форм / Э. Кассирер. – Т. 1. Язык. – М. : Университетская книга, 2001. – 271 с.
7. Лакофф Дж. Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон // Теория метафоры. – М. : Прогресс, 1990. – С. 387–416.
8. Маклюэн М. Галактика Гуттенберга: Становление человека печатающего / М. Маклюэн. – М. : Академический Проект; Гаудеамус, 2013. – 496.

9. Пушонкова О. Эстетика спонтанности у визуально-культурных парадигмах XX столетия / О. А. Пушонкова // Вестник Черкасского университета. Серия «Философия». – 2009. – Вып. 170. – С. 25–34.
10. Рикер П. Метафорический процесс как познание, воображение и ощущение / П. Рикер // Теория метафоры. – М. : Прогресс, 1990. – С. 416–434.
11. Рикер П. Конфликт интерпретаций: очерки о герменевтике / П. Рикер – М. : Медиум, 1995. – 415 с.
12. Ричардс А. Философия риторики / А. А. Ричардс // Теория метафоры. – М. : Прогресс, 1990. – С. 44–67.
13. Свирепо О. А. Метафора как код культуры : дисс. ... канд. философ. наук : 24.00.01 «Теория и история культуры» / О. А. Свирепо. – Ростов-на-Дону, 2001. – 162 с.
14. Сорокин П. Социальная и культурная динамика : Исследование изменений в больших системах искусства, истины, этики, права, и общественных отношений / П. Сорокин. – СПб. : РХГЦ, 2000. – 1176 с.
15. Филатова К. Л. Когнитивное исследование зрительной метафоры во французском и в русском языках : дис. ... канд. фил. наук : 10.02.20 / К. Л. Филатова; Ур. гос. пед. ун-т]. – Екатеринбург, 2009. – 236 с.

REFERENCES

1. Aristotel' (2008) Pojetika. Ritorika. Sant-Peterburg : Azbuka-klassika.
2. Bahtin, M. M. (1975) Formy vremeni i hronotopa v romane. Oчерки po istoricheskoy pojetike. Voprosy literatury i jestetiki. Moskva : Hudozh. Lit.
3. Bol'shakova, L.S. (2008) Kognitivnyj mehanizm sozdaniya vizual'noj metafory (na materiale anglojazychnyh muzykal'nyh videoklipov). Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya. Filologicheskie nauki, 2. 119–123.
4. Dekart, R. (1953) Rassuzhdenie o metode sprilozhenijami. Dioptrika. Meteory. Geometrija. Moskva : Akademija nauk SSSR.
5. Eko, U. (2004) Otsutstvujushaja struktura. Vvedenie v semiologiju. Sankt-Peterburg : Simpozium.
6. Kassirer, Je. (2001) Filosofija simvolicheskikh form. T. 1. Jazyk. Moskva : Universitetskaja kniga.
7. Lakoff, Dzh. (1990) Metafory, kotorymi my zhivem. Teorija metafory. Moskva : Progress, 1990.
8. Maklujen, M. (2013) Galaktika Guttenberga : Stanovlenie cheloveka pechatajushhego. Moskva : Akademicheskij Proekt; Gaudeamus.
9. Pushonkova, O. (2009) Estetyka spontannosti u vizualno-kulturnykh paradyhmakh XX stolittia. Visnyk Cherkaskoho universytetu. Seriya «Filosofia», 170, 25–34.
10. Riker, P. (1990) Metaforicheskij process kak poznanie, voobrazhenie i oshchushhenie. Teorija metafory. Moskva : Progress.
11. Riker, P. (1995) Konflikt interpretacij : oчерки o germenevtike. Moskva : Medium.
12. Richards, A. (1990) Filosofija ritoriki. Teorija metafory. Moskva : Progress.
13. Svirepo, O.A. (2001) Metafora kak kod kul'tury : diss. ... kand. filosof.nauk. Rostov-na-Donu.
14. Sorokin, P. (2000) Social'naja i kul'turnaja dinamika : Issledovanie izmenenij v bol'shih sistemah iskusstva, istiny, jetiki, prava, i obshhestvennyh otnoshenij. Sankt-Peterburg : RHGC.
15. Filatova, K. (2009) Kognitivnoe issledovanie zritel'noj metafory vo francuzskom i v russkom jazykah : dis. kand. fil.nauk. Ekaterinburg.

Стаття надійшла до редакції 12.05.2015 р.