

Сковронський Б. В.,
старший викладач кафедри дизайну
та реклами, Національний педагогічний
університет ім. М. П. Драгоманова
(Україна, Київ), Yakshi@bigmir.net

КОГНІТИВНИЙ АСПЕКТ ВИЗУАЛЬНОГО ОБРАЗУ

Досліджується когнітивний аспект зображення, як зв'язкової ланки між свідомістю і змістом. Метою статті є з'ясувати, що являє собою артикуляція змісту в зображенні, з точки зору свідомості, і яким чином відбувається така артикуляція. З даної точки зору, артикуляція ознак розрізнення змісту в зображенні, розглядається не як кодифікація зображуваного об'єкту, а як організація свідомості. Здійснюється спроба переосмислення традиційного для семіотики поняття коду, що розглядається не як система елементів із заздалегідь заданим значенням, а як контекст, в якому свідомість наділяє значенням той чи інший елемент зображення. Ключовою категорією, при цьому, виступає бачення як когнітивний аналог змісту. Двома формами організації свідомості є зображення як проєкт, посередництвом якого бачення реалізується в зображенні, і зображення як прийом, під впливом якого свідомості наявність та чи інше бачення.

Ключові слова: артикуляція, бачення, проєкт, прийом, зображення.

Презентація змісту є однією із головних функцій зображення як засобу візуальної комунікації. При цьому, зазвичай мається на увазі відображення зовнішнього вигляду презентованого об'єкту через його аналог, створюваний зображувальними засобами. Еталоном достовірності такої презентації, вважається зеркальне відображення, в якому за визначенням Ю. Лотмана, полягає «семіотичне зерно» зображення. Проте сам відображуваний зміст не полягає, ні у відображенні як такому, ні в засобах, якими цей зміст відображується. Тим більше, не полягає він і в зображуваному об'єкті, який фактично не має нічого спільного із плямами і лініями, якими його зображено. Вигляд, в якому полягає презентований зображенням зміст, як це було показано в свій час Р. Інгарденом, формується виключно свідомістю, тобто останній, посередництвом зображення, дається можливість побачити в плямах і лініях, нанесених на площину, «вид» (термін Р. Інгардена) зображеної речі. Презентований зображенням «вид», в даному сенсі, є певною формою організації свідомості, а зображення, в свою чергу, виступає в якості атрактора як чинника впливу на останню.

Феномен атракції набуває, з огляду на сказане, особливої актуальності у контексті сучасних реалій, які характеризуються відкритою і прихованою боротьбою за свідомість реципієнта. Зображення в цих умовах продовжує залишатися одним із найдієвіших засобів, прикладом чого є кліп-культура із якою пов'язано виникнення надзвичайно гострого за впливом типу образу – кліпу, здатного не лише впливати, але і змінювати свідомість спостерігача. Метою даної статті є дослідити механізми візуальної атракції, а саме, проаналізувати: що бачить свідомість, коли сприймає зображення, і яким чином вона здійснює своє бачення, тобто з'ясувати, що (для свідомості) є змістом зображення і яким чином відбувається артикуляція даного змісту. В якості матеріалу дослідження, вибрано реалістичне живописне зображення як джерело сучасних візуальних феноменів.

Проблема артикуляції змісту у візуальному повідомленні (зображенні) досліджувалася такими вченими як Р. Арнхейм, Р. Барт, У. Еко, Ю. Лотман, М. Волков, С. Раппопорт, Ю. Легенький. Проте когнітивний аспект артикуляції змісту як чинника впливу на свідомість, залишається малодослідженим. В даному

відношенні, важливо розглянути зображення не лише як носій змісту, але як зв'язкову ланку між змістом і свідомістю. Останнім обумовлюється завдання статті.

Знак як об'єкт, що націлений на свідомість, утворює специфічний тип дійсності – знакову дійсність, виходячи з якої свідомість формує своє бачення означуваного предмету. Зображення, в даному відношенні, стає «очима» свідомості, а бачення, відповідно, обумовлюється ідеєю побудови зображення, тобто ідеєю, що визначає як або яким чином компонується між собою елементи зображення, з яких складається структура презентованого зображенням «виду». Саме тут варто звернутися до семіотичного поняття коду. Код, за Дж. Ділі, подібний до «зворотного боку» ідеї, тобто якщо ідея це явище ментальне, то код – це засіб об'єктивації ідеї, її виявлення, а відповідно, її передавання, трансляції іншому. Кожна ідея (якщо вона об'єктивована, тобто відома), таким чином, повинна бути виражена як певний код. Проте, сам код, це не знак, а засіб конструкції знаку: він «стає співвідношенням елемента, доступного відчуттям, з об'єктністю, яка сприймається, завдяки такому співвідношенню» [1, с. 120]. Знак, при цьому, утворюють «елементи, доступні відчуттям», але структуровані кодом, за допомогою або посередництвом якого, ці елементи пов'язуються із зовнішньою, по відношенню до них дійсністю («об'єктністю»), тобто усвідомлюються як знак, який щось означає.

Зображення, відповідно до сказаного вище, являє собою, не що інше як код, посередництвом якого кодується вигляд зображеної речі, який і стає повідомленням, в даному випадку. Аналіз такого коду, – зображувального або іконічного, – здійснює У.Еко. Код зображення, за У.Еко, апелює до ментальних структур досвіду, а вірніше, моделює навик бачення, формуючи «іконічний еквівалент сприйняття» [5, с. 169], який являє собою «модель відношень між графічними феноменами, ізоморфну тій моделі перцептивних відношень, яку ми вибудовуємо, коли визнаємо або пригадуємо певний об'єкт» [5, с. 168].

Код, за визначенням У.Еко, це артикуляція (розрізнення і протиставлення), т. зв. «змісторозрізнавальних ознак», якими можуть бути будь-які матеріальні елементи (звуки, цифри, графічні знаки, рухи і т.п.). Артикуляція змісту передбачає три моменти: *вибір* із фіксованої множини елементів (парадигматична «вісь» системи), *поєднання* їх у комбінації, які власне і стають повідомленнями (синтагматична «вісь» системи), і *правило*, яке задає порядок поєднання, а тим самим і визначає вибір елементів. Останнім, крім того, обумовлюється чинник, який є ключовим для адекватного і однозначного відтворення змісту, – *автоматизм*, який стандартизує елементи повідомлення, задаючи певні стандартні типи артикуляції, тобто встановлює апріорну систему позицій і опозицій, довільна зміна якої, тягне за собою втрату змісту.

Якщо розглядати з подібної точки зору зображення, то код останнього виявиться надзвичайно нестійким, мінливим або, за У. Еко, «слабким»: його важко визначити, він занадто сильно залежить від факультативних варіантів, які переважають над змісторозрізнавальними ознаками (що породжує незліченну кількість способів зображення одного й того ж зображуваного) [5, с. 170]. У. Еко визнає, що «знаки рисунка позбавлені заданого наперед позиційного і опозиційного значення», і що вони «значать лише в контексті», який залежить від

багатьох позасистемних обставин, наприклад, таких, як тип зображення та індивідуальна манера художника [5, с. 171]. Але, тим не менше, автор, в кінцевому результаті, намагається кодифікувати ці обставини, і побудувати на їх основі систему, в яку ці обставини вводяться у якості кодів сприйняття, впізнання, передачі, кодів смаку і сенсорних кодів, риторичних кодів і т.п. [5, с. 198-202]. Всі ці коди, на думку дослідника, утворюють той контекст, в якому набувають значення елементи зображення. Проте основна проблема, при цьому, не вирішується, а просто поширюється на більшу кількість випадків: адже, наприклад, код смаку або сприйняття, буде не більш «сильним», ніж «слабкий» код зображення.

Пояснити подібну ситуацію можна лише невідповідністю предмету і методики, яка застосовується для його дослідження. Якщо контекст, в якому функціонує код зображення, домінує над змісторозрізнавальними ознаками, то й розглядати зображення слід з точки зору контексту, а не з точки зору коду. Контекст є безпосередньою даністю – середовищем, яке наділяє зображення сенсом, і від якого останнє неможливо відділити, без втрати даного сенсу, як неможливо зрозуміти функціонування живого організму, поза середовищем, яке обумовлює його функції. Таким чином, для того щоб зрозуміти, що являє собою іконічний код, необхідно розглянути зображення в його безпосередній єдності із середовищем, в якому воно існує. Це означає, виходити не із логіки змісторозрізнавальних ознак як таких, а із фактичної ситуації, яка встановлює логіку останніх, і якою обумовлюється доцільність їх позиційного і опозиційного значення.

Насамперед, необхідно з'ясувати, що являє собою, і в чому полягає фактична ситуація, про яку йде мова.

Так, вище йшлося про те, що знак виконує функцію посередника між двома сферами – свідомістю людини і дійсністю. Знак, відповідно до сказаного, позначає певне явище дійсності, але, разом з тим, стає самостійним явищем, самодостатньою реальністю, якою (для свідомості) заміщується дійсність. Цим обумовлюються два типи знакових відношень: знак-означуване і знак-свідомість. Середовищем синтезу двох даних типів відношень, за Дж. Ділі, стає інтерпретант як фактична картина, в якій зображується дійсність. Інтерпретант, при цьому, поєднує в собі дві якості: виступає як свідомість (оскільки передбачає ідею, яка покладається в основу інтерпретації), і як дійсність (яка є умовною, але реальною для свідомості). Фактичною ситуацією, таким чином, є певна умовна, але реальна для свідомості «картина», в якій перед нею постає ця дійсність.

Якщо мова йде про зображення, то в якості фактичної ситуації виступає представлення зображеної речі через її вигляд («вид», за Р. Інгарденом), коли останній заміщує реальну річ, виступаючи замість неї. Саму ситуацію, в якій відбувається заміщення, слід охарактеризувати як презентацію, оскільки зображення презентує, тобто показує зображений предмет, через його субститут – «вид». Презентацію, з даних позицій, необхідно розглядати в двох аспектах: як **зміст** («вид», що постає перед свідомістю), і як **свідомість** (яка здійснює саму «постановку» – акт заміщення речі її «видом»).

У першому аспекті, мова йде про те, що презентує зображення. Зрозуміло, що мова йде про зміст зображеного предмету, представлений його виглядом, даним посередництвом засобів зображення. Найпростішим

прикладом такої презентації є фотографічне зображення, яке автоматично фіксує «вид» зображеного предмету. Але, якщо зображення не є фотографією, то у відношення зображення і зображуваного включається третій чинник – бачення, а саме, бачення особи яка *зображує*. Це означає, що «вид», який презентується зображенням, є насамперед видом предмету, вже так чи інакше побаченого суб'єктом, який реалізує своє бачення в зображенні. Якщо предмет реалізується в зображенні через зовнішню подібність, то бачення може реалізуватись лише як ідея побудови самого зображення, яка і стає, тим самим, ідеєю презентації. Не предмет, представлений його «видом», а те як цей «вид» представлено – ідея подачі «виду» зображеного предмету, стає єдиним ціннісно актуальним змістом зображення, тоді як сам «вид» стає формою бачення. Саме в даному відношенні можна говорити про артикуляцію змісту, у тому значенні, яке вкладає у даний термін У.Еко: змістом є ідея презентації, і саме вона артикулюється у візуальному повідомленні – зображенні. Проте саме в даному моменті «мовне» розуміння артикуляції (яке передбачає вибір із фіксованого набору елементів із наперед заданим значенням), дає «збій», оскільки передбачає обов'язкову наявність коду, тоді як останній неминуче виявляється «слабким». Це пояснюється наступним. Предмет, який зображується, існує до зображення, а отже, його вигляд не потрібно створювати (оскільки він існує), а лише *відтворити* в зображенні, тоді як бачення даного предмету не існує до зображення: його необхідно створити, і бути створеним воно може лише в самому зображенні. Аналогічним чином, про ідею зображення можна говорити лише постфактум, оскільки її неможливо відділити від самого зображення, – вона виникає разом з ним. Отже, якщо відтворюваний в зображенні предмет є відомим заздалегідь, то його бачення не є відомим, і не може бути задано заздалегідь: його необхідно розробити, або, точніше кажучи, *спроєктувати*.

«Вид» зображеного предмету, з даної точки зору, це *проект* бачення в зображенні. Художник проектує своє бачення, створюючи «вид» зображеного. Таким, наприклад, є вид гори Сен-Віктуар, зображений Сезанном: очевидно, що художник не мав на меті відтворити вигляд гори, яка існує в природі, його мета в іншому – показати бачення цієї гори. Реальна гора Сен-Віктуар існувала до зображення і продовжує існувати після нього, але «Вид гори Сен-Віктуар» існує лише як бачення Сезанна, і є в даному відношенні, проектом такого бачення, реалізованим в ідеї відповідного зображення. Важливо, що в суто архітектурному і дизайнерському розумінні, проект є презентацією можливого – можливої будівлі, можливої виробу і т.п., тобто такою будівлею і таким виробом, які залишаючись на рівні змісту, здійснюються в самій артикуляції останнього. Так, Ю. Легенький розуміє проект як віру, тобто як мету, що реалізується в ідеї спроектованого об'єкту. Проектування, на думку автора, є створенням «іншого» (в розумінні М. Бахтіна), що означає усвідомлення спроектованого об'єкту не як відображення, належного до зображуваної речі, а як самодостатнього бачення. Свідомість наділяє спроектований об'єкт змістом, і в ній він «існує на правах неіснуючої речі, ідеального» [2, с. 177]. Таким чином, можна сказати, що бачення є проектом свідомості, який остання здійснює через усвідомлення презентації як бачення. Ключового значення, при цьому, набуває усвідомлення, а отже,

подальший розгляд питання щодо артикуляції змісту в зображенні, повинен лежати у площині свідомості, яким чином свідомість «бачить» презентований зображенням «вид».

У другому аспекті, як з'ясовується зі сказаного вище, слід говорити про те, яким чином здійснюється презентація. Якщо артикуляція змісту у візуальному повідомленні не передбачає наперед заданих змісторозрізнавальних ознак, то відношення між «видом» зображеного предмету і зображенням, яке його презентує, слід розглядати не як вибір, здійснюваний свідомістю (коли їй дається готовий набір елементів і правила їх комбінації – як у повідомленні «мовного» типу), а як вплив на свідомість, здійснюваний засобами зображення, і спрямований на те, щоб свідомість самостійно сформулювала змісторозрізнавальні ознаки і «побачила» в них зображуваний предмет. В даному відношенні, слід говорити не про артикуляцію змісту, а про цілеспрямовану маніпуляцію зі свідомістю. «Вид» зображеного предмету, даний посередництвом плям або ліній на двовимірній поверхні, з даної точки зору, є чистою маніпуляцією, оскільки фізично не має нічого спільного із зображуваним. Проте ключовим для утворення змісту, видається не сам факт маніпуляції, а засіб її здійснення, так як саме від нього залежить те *яким* побачить свідомість зображуваний предмет.

Таким безпосереднім засобом впливу на свідомість є **прийом**, за В. Шкловським. Прийом, з даної точки зору, є ознакою «зробленості», «побудованості» форми, в чому на думку В. Шкловського, полягає презумпція художності, оскільки прийом стає засобом, що деавтоматизує сприйняття, і, таким чином, спонукає до переосмислення змісту. Останнє полягає в тому, що змістове навантаження зображеної в картині речі, переноситься із самої зображеної речі, на те *яким чином* вона зображена, тобто на спосіб зображення, внаслідок чого, змінюється і сама річ: вона «очуднюється». «Мета мистецтва – пише Шкловський – полягає в тому, щоб дати відчуття речі як бачення, а не як впізнавання; прийомом мистецтва є прийом «очуднення» речей і прийом утруднення форми, що збільшує зусилля і тривалість сприйняття, оскільки процес сприйняття в мистецтві є самодостатній, і повинен бути якомога більш тривалим; мистецтво є спосіб пережити роблення речі, зроблене в мистецтві неважливо» [4, с. 13]. Таким чином, бачення, протиставляється впізнаванню, міметизму (хоча насправді одне доповнює інше). Процес переживання «роблення» речі, при цьому, стає ідентичним процесу створення. Річ не копіюється, а твориться заново.

Сказане дозволяє зробити наступні висновки. Зміст у візуальному повідомленні, по-перше, не встановлюється заздалегідь, і, по-друге, взагалі не встановлюється, а створюється: зміст зображення виникає безпосередньо в артикулюванні. Останнє, в свою чергу, має характер маніпуляції зі свідомістю, якій презентований зображенням «вид» навіюється посередництвом прийому, внаслідок чого свідомості дається можливість самостійно утворювати змісторозрізнавальні ознаки. Таким чином артикуляція змісту (засіб утворення) і сам зміст (об'єкт утворення), стають тотожними. **Зміст** зображення (а саме, презентований ним «вид»), просто **не існує, поза артикуляцією**, якою він виражений. Художня якість зображення, з огляду на сказане, визначається не змістом, і не засобами, а тією артикуляцією, яка робить відтворення даного змісту унікальним.

Прийом, як зрозуміло зі сказаного, виступає ключовим чинником при утворенні ознак розрізнення змісту. З даної точки зору, можна було би сказати, що прийом бере на себе функцію коду візуального повідомлення, якби не одне «але»: прийом, на відміну від коду, не може бути апріорним, це суто емпіричний патерн, що являє собою схему можливих маніпуляцій, які наповнюються змістом виключно індивідуально в конкретному зображенні. Прийом, в даному відношенні, є зв'язковою ланкою між свідомістю (яка утворює змісторозрізнавальні ознаки) і змістом: він є засобом організації виразних засобів зображення – плям і ліній – у структуру, яка потенційно може бути артикульована свідомістю як зміст. Здійснений прийом – це структура, а отже, говорити про зображення як систему змісторозрізнавальних ознак, можна лише виходячи із структури матеріальних елементів, як конкретної маніпуляції, що здійснюється зі свідомістю в процесі сприйняття.

Такою структурою матеріальних елементів є текст – «відділене, замкнуте в собі семіотичне утворення, яке має цілісне, нерозчленоване значення і нерозчленовану функцію», за визначенням Ю. Лотмана [3, с. 62]. Текст, в даному сенсі, це реалізований проект і прийом, посередництвом якого проект здійснюється. Ю. Лотман бачить специфіку тексту в тому, що він має двояку спрямованість: на зміст (як знак, що презентує зміст позначуваного), і на свідомість (як чинник усвідомлення презентованого змісту). Дві вказані інтенції тексту утворюють комунікативні канали, один з яких функціонує як інформативний (за принципом «Я – Інший»), а інший – як когнітивний (за принципом «Я – Я»). «Якщо комунікативна система “Я – Інший” забезпечує лише передачу певного константного об'єму інформації, – пише Ю. Лотман, – то в каналі “Я – Я” відбувається її якісна трансформація, яка призводить до зміни самого цього “Я”» [3, с. 26].

Особливістю повідомлення, яке функціонує в комунікативній системі «Я – Я», за Ю. Лотманом, є його десемантизація або редукція змісту, яка полягає у ритмізації повідомлення, тобто у перетворенні його елементів на ритмічний ряд. Ритм, в даному відношенні, виконує функцію коду, який втручається в повідомлення і «приглушує первинні семантичні зв'язки», в результаті чого, «текст на певному рівні може поводити себе як складно побудоване асемантичне повідомлення» [3, с. 33]. Дійсно, в основі композиції чи не кожної картини реалістичного живопису, можна виявити елементи, які ритмічно повторюються. Подібне «занурення» семантичних елементів тексту в чужорідний асемантичний контекст (як і зворотня тенденція «агресії» автокомунікації в чужорідну сферу семантики), має один суттєвий наслідок. Текст починає функціонувати не лише як повідомлення, але одночасно як код. Це «сигналізується утворенням ритмічних рядів, повторень, виникненням додаткових впорядкованостей, абсолютно непотрібних з точки зору комунікативних зв'язків у системі “Я – Інший”» [3, с. 37].

Так, К. Моне нарочито ритмізує морські хвилі і гори (як напр. в картині «Бухта Антиба»), а П. Сезанн у серії видів гори Сен-Віктуар, створює мерехтіння декількох кольорів. Подібні приклади можна продовжувати. Достатньо згадати Берніні, який вводить семантику зображення в ритмічний контекст складок одягу або Ботічеллі з

його «Весною», у якій ритм утворюється розміщенням фігур на передньому плані і контрапунктується рядом темних дерев на задньому плані. Аналогічну функцію в картинах виконує архітектура, яка ритмізує композицію. Засоби синтагматичної організації зображення можуть не обмежуватися ритмом в чистому вигляді, а перетворюватися на складну систему пропорцій, гру світла і тіні (як це показано Г. Вельфліном на матеріалі творів Ренесансу і Барокко). Синтагматизовані подібним чином тексти, функціонують «не як повідомлення на певній мові, а як коди, що концентрують в собі інформацію про сам тип мови» [3, с. 39]. В даному відношенні, можна сказати, що композиція є таким прошарком в структурі зображення, який, концентруючи в собі інформацію про синтагматику будови останнього, функціонує як код. Художній текст на рівні композиції, є замкнутою системою кодів, які наповнюються змістом лише у відношенні до презентованого даним текстом об'єкту – сюжету, в літературі, «виду», в зображенні. «Чим більше підкреслена синтагматична організація, – стверджує Лотман, – тим вільнішими стають семантичні зв'язки. Тому текст в каналі «Я – Я» має тенденцію набувати індивідуальних значень і отримує функцію організатора невпорядкованих асоціацій, що накопичуються у свідомості особистості. Він перебудовує ту особистість, яка включена у процес комунікації» [3, с. 35]. Текст, в даній якості, подібно організму «переварює» інформацію, яка потрапляє до нього ззовні і перетворює її у синтагматичну структуру.

Проте художня якість тексту не виникає в окремо взятому каналі «Я – Інший» чи «Я – Я», вона утворюється внаслідок входження значень першого типу в контекст другого (і навпаки). Утворюється семантична напруга, «під дією якої виникає тенденція інтерпретувати семантичні елементи тексту як такі, що включаються в додаткову синтагматичну конструкцію і отримують від взаємного співвіднесення нові – реляційні – значення» [3, с. 34]. При цьому зображення не звільняється від семантики зображеного об'єкту, але на базі першої формується певна вторинна семантика, яка виникає внаслідок тих зсувів змісту – транспозицій, – які виникають внаслідок синтагматичної переорганізації. «Естетичний ефект – на думку Лотмана – виникає в момент, коли код починає використовуватися як повідомлення, а повідомлення як код» [3, с. 40]. «Ритм – завершує своє міркування Лотман – зводиться до рівня значень, а значення складаються в ритм» [3, с. 41].

Таким чином, артикуляцію змісту у візуальному повідомленні, можна порівняти із коливанням маятника, який розхитується між комунікативними системами «Я – Інший» та «Я – Я». Інформативна і когнітивна функції тексту, відповідно до теорії хаосу, функціонують як аттрактори, що розхитують свідомість між двома взаємовиключними варіантами, за принципом «або-або»: або текст або код, або семантична структура або синтагматична побудова, або зображення або ритм і т.п. Настання моменту рівноваги, нейтралізує не самі протилежності (вони залишаються протиставленими), а їх протистояння – дві крайні позиції заміщуються третьою, яка є принципово відмінною від них. Таке заміщення є суто якісним: текст сприймається як код (і навпаки), зображення як ритм, семантичне повідомлення як синтагматична структура. Саме в цьому і полягає той зсув змісту, який був охарактеризований вище як семантична

транспозиція. Текст залишається при цьому незмінним, зміна відбувається зі свідомістю, яка артикулює зміст: зображений предмет, за словами В. Шкловського, стає неважливим, важливим стає його бачення. Отже, бачення можна охарактеризувати як певну форму організації свідомості, яка утворюється відповідними маніпуляціями (прийомами, реалізованими в тексті), здійснюваними в процесі артикуляції змісту.

Список використаних джерел

1. Ділі Джон. Основи семіотики / Джон Ділі. Перекл. з англ. та наук. ред. А. Карась. – Львів: «Арсенал», 2000. – 232 с.
2. Легенький Ю.Г. Дизайн одягу / Ю. Г. Легенький. – К., 2008. – 373 с.
3. Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история / Ю.М. Лотман. – М. : Языки русской культуры, 1996. – 464 с.
4. Шкловский В. Искусство как прием // О теории прозы / Виктор Шкловский. – М. : Издательство «Федерация», 1929. – 266 с.
5. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / Умберто Эко. – С-Пб. : Symposium, 2006. – 544 с.

References

1. Dili Dgon. Osnovy semiotyky / Dgon Dili. – L'viv : "Arsenal", 2000. – 232 s.
2. Legen'kij Ju. G. Dizajn odjagu / Ju. G. Legen'kij. – K., 2008. – 373 s.
3. Lotman Ju. M. Wnutri mysljaschih mirov. Chelovek – tekst – semiosfera – istorija / Ju. M. Lotman. – M. : Jazyki russkoj kul'tury, 1996. – 464 s.
4. Shklovskij W. Iskusstvo kak prijom // O teorii prozy / Wiktor Shklovskij. – M. : Izdatel'stvo "Federacija", 1929. – 266 s.
5. Eko Umberto. Otsutstvujuschaja struktura. Wvedenije w semiologiju / Eko Umberto. – S-Pb. : Symposium, 2006. – 544 s.

Skovronskij B. V., senior lecturer of the Design and Advertising Department, National Pedagogical University (Ukraine, Kiev), Yakshi@bigmir.net

Cognitive dimension of image

Explores the cognitive dimension of image, as binder link between consciousness and meaning. The article aims to find out what is the articulation of the meaning in the image, from the point of view of consciousness, and how operates this articulation. From this point of view, articulation of distinctive signs of meaning in the picture, consist is not in the codification of depicted object, but in organization of consciousness. Is attempt to rethink traditionally adopted in the semiotics concept of code not as system of elements with a predetermined value, but how the context in which the consciousness attaches implication to each particular element of the image. A key category is the vision as a cognitive analogue of meaning. As the forms of organization of consciousness is an image of how the project, through which the vision is realized in the image, and an image of how the trick, under the influence of which, the mind comes into the inspiration on a that, or the other vision.

Keywords: articulation, vision, project, trick, image.

Skovronskij B. V., старший преподаватель кафедры дизайна и рекламы, Национальный педагогический университет им. М. П. Драгоманова (Украина, Киев), Yakshi@bigmir.net

Когнитивный аспект визуального образа

Исследуется когнитивный аспект изображения, как связующего звена между сознанием и смыслом. Целью статьи является выяснить, что представляет собой артикуляция смысла в изображении, с точки зрения сознания, и каким образом происходит такая артикуляция. С данной точки зрения, артикуляция смыслообразительных признаков, рассматривается не как кодификация изображаемого объекта, а как организация сознания. Осуществляется попытка переосмысления традиционного для семиотики понятие кода как контекста, в котором сознание наделяет значением тот или иной элемент изображения. Ключевой категорией при этом выступает видение как когнитивный аналог содержания. Двумя формами организации сознания являются изображение как проект, посредством которого видение реализуется в изображении, и изображение как прием, под влиянием которого сознанию внушается то или иное видение.

Ключевые слова: артикуляция, видение, проект, прием, изображение.

* * *