

УДК 130.2

DOI <https://doi.org/10.30970/PHS.2022.29.10>

## ДВА ВИМІРИ КОМУНІКАЦІЇ В ХУДОЖНІЙ КУЛЬТУРІ Й СЕМАНТИКО-КОМУНІКАТИВНА ФУНКЦІЯ РИТМУ

**Богдан Сковронський**

*Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова,  
вул. Пирогова, 9, м. Київ, 01601, Україна  
e-mail: skovronskij81@gmail.com  
ORCID ID 0000-0001-5413-6630*

У пропонуваному дослідженні йдеться про антропологічний аспект комунікації, а саме, про вплив на свідомість людини, здійснюваний засобами художньої культури. Ключового значення набуває проблема сигніфікації – означування, тобто семіотична проблема форми, в якій зміст комунікується від адресанта до адресата. Основним питанням, що потребує вирішення, є спосіб трансформування змісту, який розглядається у двох аспектах: через перекодування *модальностей сприйняття*, в основі якого лежить полімодальний образ, і через *трансформацію змісту* в процесі комунікації.

Відтак, можна говорити про два виміри комунікації, один із яких працює на передавання змісту і є *екстенсивним*, забезпечуючи кількість інформації, її незмінність та задаючи її напрямок. Другий вимір пов'язаний із якістю змісту, тобто з його зміною, що можна охарактеризувати як вимір *інтенсивний*. Цей вимір комунікації характеризується також тривалістю, оскільки саме тривалість пов'язана з артикулюванням означників, з яких генерується художній образ. Обидва виміри комунікації в цьому контексті, можна розглядати як способи трансформації змісту. В екстенсивному вимірі – як трансформацію чуттєвих даних за посередництвом знаків, в інтенсивному вимірі – як наділення змістом формальних структур. Останнє відбувається в мистецтві завдяки ускладненню зв'язку між денотатом і сигніфікатом, через запровадження різного роду синтагматичних конструкцій. Синтагматика, зокрема у формі ритмічних структур, втручається у комунікацію, спонукаючи реципієнта фокусувати увагу на одиницях ритміки у процесі сигніфікації, і, тим самим, осмислювати тобто наділяти додатковим значенням-змістом означені одиниці тексту.

Таким чином, ритм, як знаково-структурний компонент комунікації, виконує додаткову інтерпретативну функцію щодо художнього змісту, спонукаючи читача, глядача чи публіку до індивідуального прирощення семантики у кожному окремому випадку сприйняття знаків-образів чи знаків-символів.

*Ключові слова:* комунікація, семантика, знак, образ, означування, семіоз.

**Вступ.** Сутність комунікації стає однією з найактуальніших проблем початку XXI століття у зв'язку із загостренням суперечностей на особистому та міжособистісному рівнях спілкування. Виникає різноманіття комунікативних ситуацій у суспільстві, які охоплюють великий масив явищ культури і стосуються чи не всіх сфер життєдіяльності людини. Наприклад, М. Бубер розглядав природу комунікації в релігійно-антропологічному ключі, згідно з яким комунікація є прагненням до абсолюту. К. Ясперс аналізував комунікацію в екзистенційній сфері, коли комунікація є засобом виявлення екзистенції. Дж. Мід – у сфері символічного інтеракціонізму, де комунікація являє собою соціальний акт закодований у символах. Існують також інші теорії комунікації, пов'язані з іменами таких дослідників, як П. Бурд'є, С. Гантінгтон, Ю. Габермас, Е. Мун'є, Н. Луман, Г. Тард, П. Ульріх, У. Еко, Х. Котгофф, Ф. Хіннекамп, В. Кеніг, Г. М. МакЛ'юен, Д. МакКуел. Серед

українських дослідників відомими є праці Г. Почепцова, В. Ф. Іванова, А. Єрмоленка, С. Квіта, О. Берегової, Б. Потятинника, Є. Бистрицького, Р. Зимовця, С. Пролєєва та інших.

**Мета дослідження** полягає в тому, щоб виявити антропологічний аспект комунікації стосовно особливостей впливу на свідомість людини художньої культури засобами здійснення ритму. У цьому плані найперспективнішим видається потенціал практичної комунікативної філософії Ю. Габермаса, К.-О. Апеля та П. Рікера, в якій комунікація нерозривно пов'язана із поняттями життєвого світу, комунікативної дії та дискурсу. Так, життєвий світ, за Ю. Габермасом, це насамперед сфера досвіду, а саме, певна сукупність можливих комунікативних ситуацій, або сфера, в яку первинно занурені учасники комунікації, і спираючись на яку, вони здійснюють комунікацію.

### Основна частина

**І. Комунікація і дискурс.** Важливо взяти до уваги, що сфера можливої, потенційної комунікації пов'язана, з одного боку, з вербальною мовою, а з іншого – з культурою, оскільки «життєвий світ утворює тотальність з центром всередині і невизначеними, пористими, водночас нетрансцендуючими межами», де «центр утворює спільна мовленнєва ситуація» [(Ю. Габермас) 2, с. 314], а культура є «сукупність знання, на основі якого учасники комунікації, завдяки тому, що вони знаходять один з одним порозуміння, забезпечуються засобами тлумачень» [(Ю. Габермас) 2, с. 318]. Отже, через мову життєвий світ актуалізується, а через культуру – тематизується.

Проте для виникнення реальної комунікативної ситуації недостатньо лише співіснування в одному життєвому просторі. Наявність спільної мови і спільної культури сама по собі не передбачає суперечності, тоді як комунікація виникає там, де виникають суперечності і необхідність їх вирішення. Суперечність, в свою чергу, виникає там, де існує відмінність інтерпретацій: зіткнення поглядів щодо спільного життєвого світу між індивідами. Відстоювання свого бачення спільної для всіх індивідів життєвої ситуації, зіткнення інтересів і необхідність їх узгодження, – саме в цьому і полягає передумова реальної комунікації. Поняття комунікативної дії, за Ю. Габермасом, віддзеркалює пошук взаєморозуміння як узгодження інтересів дієвих осіб («акторів») комунікації. Тоді як дискурс є репрезентативним процесом такого узгодження – комунікативною дією в здійсненні. Інструментом комунікативної дії виступає мовленнєвий акт, який виражає сенс комунікації – її зміст. Мовленнєвий акт, по-суті, є аналогічним поняттю інтенції у трансцендентальній феноменології Е. Гуссерля, тобто є прагненням донести (або віднайти) певний зміст, з тією різницею, що ця інтенція в комунікативній дії детрансценденталізується: вона спрямовується суб'єктом не на об'єкт, а на інший суб'єкт, оскільки комунікація, за Ю. Габермасом, є явищем суб'єкт-суб'єктним (інтерсуб'єктивним). Отже, дискурс в даному сенсі є простором, в якому різноспрямовані мовленнєві акти зустрічаються і взаємодіють утворюючи ту чи іншу форму змісту – фразу, повідомлення і т. п., – яка комунікується від адресанта до адресата.

Важливо зазначити, що дискурс як форма змісту є мовленнєвою формою конкретного мовного спілкування, яку слід принципово відрізнити від мови як абстрактної системи. П. Рікер у роботі «Конфлікт інтерпретацій» окреслює поняття дискурсу, виходячи з п'яти ознак: по-перше, дискурс здійснюється в часі як мовленнєвий акт, *подія*, на відміну від мови як системи, що існує поза часом; по-друге, дискурс є послідовністю вільного *вибору* одних значень і відкидання інших, тоді як мовна система має примусовий характер; по-третє, дискурс є *комбінація* вибраних елементів, здійснювана в кожному дискурсі *по-новому*, тоді як мова є кінцевим і закритим описом знаків; по-четверте, лише в інстанції дискурсу мова набуває *референції*, тобто мовлення співвідноситься з певним предметом, оскільки «лише на рівні фрази знак щось

повідомляє, поза фразою він ні про що не говорить»; п'ятою і найважливішою ознакою, за П. Рікером, є те, що дискурс завжди передбачає суб'єкта – мовця і слухача на відміну від мови, яка є анонімною [7, с. 145–146].

Отже, ключовий чинник дискурсу можна побачити у прагненні до означування, тобто в інтенції до наділення семантикою і змістом, а точніше – в утворенні форми змісту, яким наділяється предмет дискурсу. Саме мислення людини в цьому сенсі є дискурсивним, як про це говорить Г. Щедровицький. Комунікація, на думку вченого, є мислекомунікацією в системі мислєдіяльності. Разом з тим, мислекомунікація за своєю формою є діалогом, який є безпосередньою сферою утворення і визначення змісту [11, с. 133, 287]. Тобто суб'єктом дискурсу початково є особа занурена в певний тип комунікації і яка продукує дискурс в процесі внутрішнього діалогу, формулюючи таким чином зміст.

М. Бахтін наголошував на принциповій різниці між функціонуванням змісту в рамках мови і спілкування. Вчений вважав, що спілкування належить не до компетенції мови, а до особливої сфери змістових відношень, які він називає «діалогічними». Діалог в цьому значенні, – це особливий спосіб утворення змісту. Ключовим змістовим елементом при цьому виступає не слово, а висловлювання. Слово (і мова в цілому), на думку М. Бахтіна, є лише засобом спілкування, але не самим спілкуванням. Цю останню функцію бере на себе діалог, який вчений називає «композиційною формою мовлення». «Будь-які два висловлювання, якщо ми їх співставляємо у площині змісту (не як речі і не як лінгвістичні приклади), виявляться в діалогічному відношенні» – пише вчений [1, с. 313]. Стає зрозуміло, що принцип діалогу є принципом співставлення, тобто протиставлення і водночас генерування елементів змісту. В результаті такого співставлення вербальний змістовий матеріал трансформується: мова отримує образ – «своєрідного автора, мовленнєвого суб'єкта» [1, с. 315]. Це означає, що в процесі співставлення виникає новий, раніше не існуючий зміст, який є неповторним, оскільки притаманний лише для даного і лише певним чином здійсненого співставлення висловлювань в рамках конкретного діалогу.

Аналогічним чином О. Розеншток-Хюссі говорить про те, що в процесі діалогу відбувається перетворення дійсності в дискурс, коли свідомість «вигорює» себе в повідомленні, тексті, створюючи стійкі диспозиції змісту, в яких виражена дійсність [8]. Таку позицію можна охарактеризувати як надзвичайно близьку до мистецької комунікації, яка, з одного боку, полягає у перетворенні дійсності в художній образ, а з іншого – у вираженні в даному образі свідомості, як індивідуальної, так і колективної.

Ключового значення, при цьому, набуває проблема сигніфікації – означування, тобто проблема самої форми, в якій зміст транслюється від адресанта до адресата. Елементом цієї форми вочевидь є *знак*, як комбінація змістової семантичної одиниці і чуттєво доступного компонента, посередництвом якого здійснюється комунікація. Знак виступає в якості провідника комунікативної дії, а отже, здійснення сигніфікації є неможливим без знакової системи як засобу генерування і донесення змісту до свідомості суб'єкта комунікації.

**II. Моделювальна функція знаків.** Щодо процесу сигніфікації важливо зазначити, що “*semeion*”, або знак – як єдність означника і означеного, стосується також певної єдності фізично-чуттєвого і поняттєво-семантичного й несе в собі такі конструктивні чинники, як «*ноема*», тобто смисловий епіцентр, та «*енергема*» – сугестивний епіцентр. Це свідчить про модальність впливу і про синестезію знака-образу, або ікони на людину та перекодування екстероцепції, інтроцепції, пропріоцепції, тобто перетворення чуттєвих даних різних модальностей сприйняття. Екстероцепція є сприйняттям явищ зовнішнього світу через дистанторецептори, інтероцепція – зондуванням підсвідомого, а пропріоцепція визначає гравітаційний локус (топос) місцезнаходження людини в світі.

Відповідно, виникає питання: яким чином модальності художнього образу перетворюються в “*semeion*”, тобто в знакову конструкцію? Візьмемо до уваги, що знак структурується з таких чинників, як означник-означуване (*сигніфікант* (*signifier*) – *сигніфікат* (*signified*)), згідно з Ф. де Сосюром. Або, згідно з моделлю знака Ч. С. Пірса, його компонентами є: *означник* (репрезентамен чи “*sign vehicle*”) – *інтерпретант*, або сенс (“*Interpretant: not an interpreter but rather the sense made of the sign*”) – *об’єкт* (*сигніфікат*), або денотат (*Object: to which the sign refers*).

Водночас, Ч. С. Пірс стверджував: «що головна функція знака полягає в тому, щоб презентувати недійсні відношення дійсними, – не приводити їх в дію, але встановлювати звичку або загальне правило, засобом якого вони при okazji будуть діяти» [6, с. 170].

Основне питання стосується визначення способу трансформування змісту, або переструктурування одного типу інформації в інший. Як було зазначено раніше, це питання можна розглядати у двох аспектах: як перекодування модальностей сприйняття, якщо мова йде про полімодальний образ, і як трансформацію змісту в процесі комунікації. Процес означування, що є проявом семіозу за термінологією американської школи семіотики [3, с. 58–69], матиме свою специфіку в кожному із зазначених аспектів. У першому випадку мова йде про синестезію, як перекодування даних відчуттів-дистантрецепторів (візуального у тактильне і т. п.). У другому випадку специфіка функціонування знаку полягає в тому, що останній заміщує для свідомості явище, яке він позначає, набуваючи водночас якості самостійного феномена і стає проявом конструктивного чинника семіозу щодо процесу моделювання дійсності. Йдеться, власне, про перекодування змісту в процесі комунікації, коли реальна річ *заміщується* її знаковим еквівалентом і, перетворюючись в об’єкт, моделює дійсність, що експлікується з віртуального стану, іманентного для свідомості людини. При цьому варто зауважити, що реальність і дійсність не є тотожними, «реальність існує сама-по-собі, незалежно від нашого сприйняття, тоді як дійсність – це все те, що здійснюється» [4, с. 16–29] завдяки актуальному спілкуванню в діяхронному і синхронному вимірах контексту комунікативних відношень»

**III. Специфіка семіозу художнього повідомлення.** Згідно з Дж. Ділі, «семіоз як вид активності характеризується тим, що включає три елементи, однак найвизначнішою його особливістю є те, що один з цих трьох елементів не потребує бути актуально існуючою річчю» [3, с. 59]. Цим елементом може бути в різних ситуаціях інтерпретант і/або об’єкт. Окрім того, «семіоз процесуально характеризується впливом майбутнього на нинішній стан речей» [3, с. 63]. У контексті пропонованого дослідження, семіоз необхідно розглядати у двох відношеннях: як зміст, який презентується перед свідомістю, тобто як об’єкт, образ або «вид» реальної речі, і як процес артикуляції певного змісту, у якому відбувається трансформація реальної речі на «образ – зображення» як феномен художньої культури.

У першому відношенні про семіоз говоримо як про презентацію, тобто представлення зображеної речі через її вигляд («вид», за Р. Ингарденом). Ключовим моментом, при цьому, стає відмінність між реальною річчю і баченням її образу. Якщо відтворюваний в зображенні «вид» або денотат це дещо відоме заздалегідь, то бачення цього виду не є наперед відомим і його необхідно створити, а точніше кажучи, *спроектувати*. «Вид» зображеного предмету, з цього погляду, це *проект* бачення в зображенні. Якщо розглядати проєкт з погляду комунікації, тобто взаємодії між відправником та отримувачем інформації, то це буде повідомлення, адресоване передусім самому відправнику, для якого важлива не вихідна інформація, – про неї не потрібно повідомляти, оскільки вона є заздалегідь відомою. Тобто важливості набуває не початкова інформація, якою є денотат або побачене, а видозміна останнього, тобто його розуміння, або те, як виглядає саме бачення.

В другому відношенні вирішальним чинником для семіозу в мистецтві стає артикуляція, або ті засоби, якими презентується бачення зображуваного. На відміну від моделі Ф. де Сосюра, згідно з моделлю Ч. С. Пірса, знак включає у свою структуру матеріальний елемент. Те, яким ставатиме образ, залежатиме від особливостей артикулювання означника, тобто – від способу передачі змісту. Що таке спосіб артикуляції змісту в мистецтві, можна пояснити за допомогою терміну «*прийм*», запровадженого у формальній школі мистецтвознавства В. Шкловським. Так, згідно з В. Шкловським, художня форма є способом навмисного ускладнення сприйняття. Якщо мистецтво створює певний образ як знак, що має певний денотат, то воно йде до цього зображення не прямим шляхом, а порушуючи відношення між денотатом та сигніфікатом. Це, на думку В. Шкловського, робиться для того, щоб збільшити зусилля, а найголовніше – збільшити тривалість сприйняття, оскільки «процес сприйняття в мистецтві є самодостатній, і повинен бути якомога тривалішим; мистецтво – це спосіб *переживати* «роблення речі», тоді як зроблене в мистецтві неважливо» [10, с. 13].

З цього випливає три висновки щодо специфіки семіозу в мистецтві: по-перше, трансформація реальної речі в образ відбувається *не як копіювання, а як створення речі заново*, по-друге, зміст художнього образу утворюється посередництвом *конкретної артикуляції й не існує поза нею*, по-третє, для образного повідомлення виняткового значення набуває тривалість комунікативного акту, тобто тривалість сприйняття, а точніше – *перебування у стані сприйняття*, яке стає спів-створенням образу.

Відповідно, Ю. Лотман говорить про «два можливих напрямки передачі повідомлення». Першим є напрямок «Я»–«Інший», «у якому “Я” – це суб’єкт передачі, власник інформації, а “Інший” – об’єкт, адресат. В цьому випадку передбачається, що до акту комунікації певне повідомлення відоме “мені” і невідоме “йому”». Другим є «напрямок в передачі комунікації, який можна охарактеризувати як напрям «Я»–«Я». Випадає, коли суб’єкт передає повідомлення самому собі» [5, с. 24]. Ключовим тут стає те, що повідомлення є апіорі відомим адресату. «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 “Я”» [5, с. 26]. Отже, комунікативний акт починає працювати на переосмислення змісту повідомлення: «текст в каналі “Я–Я” має тенденцію набувати індивідуальних значень і отримує функцію організатора невпорядкованих асоціацій, що накопичуються у свідомості особи. Він перебудовує особу, яка залучена у процес автокомунікації» [5, с. 35].

**Два виміри комунікації в художній культурі.** Отже, виходячи зі сказаного можна говорити про два виміри комунікації, один із яких працює на передавання змісту і тим самим є екстенсивним, забезпечуючи кількість інформації, її незмінність та задаючи її напрямок. Другий вимір пов’язаний із якістю змісту, тобто з його зміною, а отже його можна охарактеризувати як інтенсивний. Ю. Лотман називає такий вимір «автокомунікацією», або «автокомунікативною системою» [5, с. 30]. Цей вимір комунікації характеризується також тривалістю, оскільки саме тривалість пов’язана із артикулюванням тих *означників* із яких утворюється художній образ («переживання роблення речі» за В. Шкловським).

Обидва виміри комунікації, у контексті проблеми, описаної вище як сигніфікація або означування, можна розглядати як способи трансформації змісту. В екстенсивному вимірі – як трансформацію чуттєвих даних за посередництвом знаку, наприклад, коли візуальний матеріал трансформується за допомогою сигніфікату, – знакової конструкції у зображення, яке може мати як візуальну, так і тактильну або кінетичну природу (про це йдеться у В. Фаворського, А. Гільдебранда, Г. Вельфліна, М. Маклюена).

В інтенсивному вимірі – як наділення змістом незмістових структур. Останнє відбувається в мистецтві за рахунок навмисного приглушення прямого зв'язку між денотатом і сигніфікатом, зображуваною річчю та її образом (вище про це йшла мова як про різницю між річчю та її баченням). Останнє відбувається через введення синтагматичних побудов різного роду. «Зростання синтагматичних зв'язків всередині повідомлення приглушує первісні семантичні зв'язки, – пише Ю. М. Лотман, – і текст на певному рівні сприйняття може поводити себе як складно побудоване асемантичне повідомлення. Але синтагматично високоорганізовані асемантичні тексти мають тенденцію ставати організаторами наших асоціацій. Їм приписуються асоціативні значення. Так, розглядаючи візерунок шпалер або слухаючи непрограмну музику, ми приписуємо елементам цих текстів певні значення» [5, с. 35].

**Значення ритму як семантико-комунікативного чинника.** Отже, можна сказати, що синтагматика, а точніше, вираження змісту через незмістову (ритмічну, метричну) структуру створює специфіку мовленнєвого акту, притаманну для художнього повідомлення. Ритмічні структури втручаються у комунікацію, спонукаючи реципієнта затримуватися у процесі означування, і, тим самим, осмислювати, тобто наділяти змістом означувальники тексту. Ритм, в даному сенсі, виконує семантико-комунікативну функцію, спонукаючи до генерування семантики у кожному індивідуальному випадку сприйняття образу.

Для пояснення викладеного вище, проаналізуємо структуру мультиплікаційного образу. Зображення у класичному мультфільмі – двовимірне, тобто контурне, фігури розташовані на неглибокому, а в більшості випадків, взагалі пласкому фоні. Це обумовлюється головною функцією такого зображення – рухом фігури, який відбувається в горизонтальному вимірі. Фігура, при цьому, утворює вертикаль, яка протиставляється горизонтальному зображувальному ряду. Неважко побачити, що перелічені ознаки є цілком ідентичними з тим, чим В. Фаворський наділяє єгипетське зображення: площинність, домінування горизонталі, що обумовлює побудову фігур контурами, їх розміщення у вигляді рядів, а також організуючу функцію вертикалі, яка закріплює фігуру на горизонтальній поверхні. Давньоєгипетське, як і давньогрецьке зображення, за В. Фаворським, утворює за допомогою зображених предметів фронтальну площину, яка в першому випадку збігається з поверхнею зображення, а в другому, протиставляється фоновій площині, що дає можливість утворити неглибокий простір (давньогрецькі рельєфи) [9]. Всі ці ознаки без сумніву можна знайти в анімаційному зображенні. Відмінність полягає лише в тому, що в мультфільмі рух здійснює не глядач, а саме зображення рухається по горизонталі (екрану). При цьому необхідно враховувати, що такий рух опосередковується кадром і складається з окремих кадрів – мізансцен, кожна з яких є окремою композиційною побудовою. Саме перехід фігури із однієї сцени в іншу, а також складеність окремих мізансцен і окремих фігур в один цілісний кінетичний образ – створюють передумови основної естетичної проблеми зображення коміксу і мультиплікації (що відображено в етимології самого терміну: «мульти-плі-кація» означає «множинне складання»). Останнє дозволяє охарактеризувати архітектоніку такого типу зображення як композитну, тобто складену з багатьох окремих композиційних структур.

Окреслені особливості мультимедійної комунікації притаманні і для класичних мультфільмів студії Уолта Діснея, і для творів вітчизняної мультиплікації. Такі ж особливості зберігаються і в сучасних мультфільмах. І хоча в них спостерігаємо певний відхід від площинності (такою є зокрема комп'ютерна 3-D анімація), це не порушує композитної природи анімаційного зображення.

Фігура в такому зображенні постійно видозмінюється, перебуваючи в постійному русі. Найкраще це помітно в коміксах, де зображуються окремі сцени. Зображення такої

фігури, навіть якщо її відірвати від притаманного кінетичного середовища, як правило, не втрачає своїх динамічних якостей, ніби спонукаючи «вживлювати» в нього рух, уявити його в русі (можна навести аналогію із «танцівницями» Е. Дега). Кадр, а точніше його вертикальні межі, накладає обмеження на рух фігури, «примушуючи» її рухатися лише в заданих рамках, або зупинятися (не обов'язково повністю) і займати певне положення, приймати певний ракурс і т. п. Ці обмеження є не лише просторовими, але також часовими. Кадр диктує затримку або гальмує момент переходу однієї мізансцени в іншу. Проте фігура «чинить спротив» такому обмеженню (в мультфільмах статичні сцени трапляються рідко і не можуть тривати довго), вона прагне перетнути межі кадру, перейти в наступну сцену.

**Висновки.** Таким чином, на прикладі мультиплікаційного типу комунікації, спостерегаємо динамічне протистояння і взаємодоповнення двох структур: композиційної семіотичної структури кадру і драматургії мізансцени, що обумовлюється рухом. Узгодження цих структур може відбутися не інакше як за допомогою, по-перше, метрики, яка утворюється чергуванням кадрів (знаків-ікон), і, по-друге, – ритму, який створюється рівномірним переходом однієї мізансцени в іншу, зміною просторових положень фігур, а також часовою диспозицією їх кінематики. Названі засоби слугують об'єднувальними формотворчими чинниками, посередництвом яких формується цілісний мультиплікаційний «метаобраз», екзистенційним середовищем якого є рух. Загалом, йдеться про ситуацію виникнення естетичного ефекту, коли відбувається зміна свідомості реципієнта. Така зміна (семіоз) стосується не стільки формального протиставлення кадру і мізансцени, скільки особливостей їхнього *узгоджування*, тобто художньо-образної (знакової) специфіки інтерпретації переходу однієї мізансцени в іншу. У наведеному прикладі інтерпретантом стає ритм, який опосередковує кінетичний образ мультиплікаційного зображення. Відтак, ритм, виступаючи інтерпретативним чинником комунікації, артикулює і саму мізансцену, і її зміну, а також композицію кадру в якому відбувається дія.

Відповідно, візуальний ряд знаків-ікон (знаків-образів) уподібнюється орнаментальній структурі, хоча про це йдеться лише метафорично. Набагато важливішою є семантично-комунікативна функція такого «орнаменту»; вона полягає в тому, щоб інтенціювати свідомість глядача до формування цілісного, змістовно самототожного метаобразу, що, згідно з класифікацією Ч. П. Пірса, стає *legisaynom*, який складається з попередньо розрізнених знаків-ікон, або низки диференційованих зображень.

### Список використаної літератури

1. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. Сост. С. Г. Бочаров. 2-е изд. Москва : Искусство, 1986. 445 с.
2. Єрмоленко А. М. Комунікативна практична філософія. К. : Лібра, 1999. 488 с.
3. Ділі Джон. Основи семіотики. Пер. з англ. А. Карась. Львів : Арсенал, 2000. 232 с. [https://shron1.chtyvo.org.ua/Deely\\_John/Osnovy\\_semiotyky.pdf](https://shron1.chtyvo.org.ua/Deely_John/Osnovy_semiotyky.pdf)
4. Карась А. Семіотична перспектива інтерпретації реальності як дійсності // Філософська думка. К. : Інститут філософії ім. Г. Сковороди НАН України, № 5, 2008. С. 16–29.
5. Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. Москва : Языки русской культуры, 1996. 464 с.
6. Пирс Ч. С. Избранные философские произведения. Пер. с англ. Москва : Логос, 2000. 448 с.
7. Рикёр П. Конфликт интерпретаций. Очерки о герменевтике. Пер. с фр., вступ. ст. и коммент. И. С. Вдовиной. Москва : Академический Проект, 2008. 695 с.
8. Розеншток-Хюсси О. Речь и действительность. Москва : Лабиринт, 2008. 270 с.
9. Фаворский В. Литературно-теоретическое наследие. Москва : Сов. художник, 1988. 587 с.

10. Шкловский В. О теории прозы. Москва : Сов. писатель, 1983. 284 с.  
11. Щедровицкий Г. П. Избранные труды. Москва : Шк. культ. полит., 1995. 800 с.

## TWO DIMENSIONS OF COMMUNICATION IN ARTISTIC CULTURE AND SEMANTIC AND COMMUNICATIVE RHYTHM FUNCTION

**Bohdan Skovronskyi**

*National Pedagogical Dragomanov University,  
9, Pirogova str., Kyiv, 01601, Ukraine  
e-mail: skovronskij81@gmail.com  
ORCID ID 0000-0001-5413-6630*

The purpose of the study is to identify the anthropological aspect of communication regarding the features of the impact on the human consciousness of artistic culture by means of rhythm. The key importance, at the same time, is the problem of signature – signification, that is, the problem of the form in which the sense communicates from the addressee to the addressee. The main issue that needs to be addressed is the method of transforming the content, which can be considered in two aspects: it can be the transcoding of the modalities of perception if we are talking about a polymodal image or it can be a transformation of the sense in the process of communication.

Based on this, we can talk about two dimensions of communication, one of which works on the transmission of content, and thereby is extensive, ensuring the amount of information, its immutability, and setting its direction. The second dimension is associated with the quality of the content, that is, with its change, and therefore it can be described as intensive. This measurement of communication is also characterized by duration since it is the duration associated with the articulation of those signifiers of which an artistic image is formed. Both dimensions of communication, in this context, can be seen as ways to transform content. In an extensive dimension – as a transformation of sensory data through a sign, in an intensive dimension – as an endowment with the content of meaningless structures. The latter occurs in art due to the deliberate suppression of the direct connection between the denotation and signify, through the introduction of syntagmatic constructions of various kinds. Syntagmatic, or rather, rhythmic structures interfere with communication, prompting the recipient to linger in the process of signification, and, thereby, to comprehend that is, to provide meaning to the elements of the text.

Thus, rhythm, as a sign-structural component of communication, performs an additional interpretive function in relation to artistic content, exciting the reader, viewer, or audience to an individual increment of semantics in each case of perception of signs-icons or signs-symbols.

*Key words:* communication, semantics, sign, image, signification, semiosis.