

Марина ЖОВНІР,

orcid.org/0000-0001-8498-9802

кандидат філологічних наук,

доцент кафедри українознавства та гуманітарної підготовки

Полтавського державного медичного університету

(Полтава, Україна) *kafedra_1@meta.ua*

Тетяна ЛЕЩЕНКО,

orcid.org/0000-0003-4682-3734

кандидат філологічних наук, доцент,

завідувач кафедри українознавства та гуманітарної підготовки

Полтавського державного медичного університету

(Полтава, Україна) *kafedra_1@meta.ua*

ВІЗУАЛЬНА МЕТАФОРА В МУЛЬТИМОДАЛЬНОМУ ТЕКСТІ

У праці розглянуто питання, пов'язані з мультимодальністю, мультимодальною комунікацією, реалізованою каналами сприймання інформації / шляхи її трансляції, і текстами, сформованими внаслідок поєднання різноформатних семіотичних кодів для акумуляції й передачі фактажу. Зауважено, що сучасна лінгвістика оперує широким спектром номінацій, уживаних на позначення породжених різноформатними знаковими системами текстів, що поєднують вербальні знаки із графічними зображеннями, аудіо- чи відеовізуальними ефектами. Акцентовано на тому, що функційний потенціал кожного з елементів мультимодального тексту залежить від типу, змісту, тематичного наповнення, мети його створення, а також від аудиторії, на яку націлено транслювану в мультимодальному тексті інформацію.

Авторки ідентифікують мультимодальний текст як поліморфний і полісеміотичний утвір, сформований шляхом поєднання гетерогенних компонентів – вербальних і невербальних. Крім цього, візуальну метафору подано механізмом конструювання й функціонування колективного сприйняття й відображення реалій дійсності, формування в реципієнта позитивного / негативного бачення факту, явища, феномена тощо. Зауважено, що розглядуваний тип метафори акумулює й візуалізує загальні та специфічні уявлення людини про світ і його фрагменти, реалізує номінативну, когнітивну, комунікативну й маніпулятивну функції.

Під час дослідження було окреслено суть, специфіку й функції обкладинки журналу як мультимодального тексту, який складається з гетерогенних компонентів; виявлено специфіку втілення на них основних реалій російсько-української війни засобами метафори, окреслено й проаналізовано ключові метафоричні моделі представлення росії на обкладинках журналів світових ЗМІ.

Масив досліджуваного авторками матеріалу склали мультимодальні тексти сучасних періодичних видань «Time», «The Economist», «Society», «Elle», «Vanity Fair», «Womankind» тощо, які ілюструють нагальні проблеми й реалії російсько-української війни. Дослідження ґрунтується на випусках журналів у період повномасштабного вторгнення росії на територію України.

Ключові слова: мультимодальність, мультимодальний текст, візуальна метафора, метафорична модель, обкладинка журналу.

Maryna ZHOVNIR,

orcid.org/0000-0001-8498-9802

Candidate of Philological Sciences,

Associate Professor at the Department of Ukrainian Studies and Humanitarian Training

Poltava State Medical University

(Poltava, Ukraine) *kaedhra_1@meta.ua*

Tetiana LESHCHENKO,

orcid.org/0000-0003-4682-3734

Candidate of Philological Sciences, Associate professor,

Head of the Department of Ukrainian Studies and Humanitarian Training

Poltava State Medical University

(Poltava, Ukraine) *kaedhra_1@meta.ua*

VISUAL METAPHOR IN MULTIMODAL TEXT

The given paper deals with issues related to multimodality, multimodal communication implemented via various channels of information perception / ways of its presentation. It is attempt to analyze texts created by combination of various semiotic codes for the accumulation and distribution of factual information.

The authors of the article emphasize on the fact that the functional potential of each of the mentioned elements depends on the type, content, and key purpose of its presentation. It is also noted that the audience factor is taken into account in the process of the multimodal texts creating and their broadcasting.

The authors indicate multimodal text as polymorphic and polysemiotic phenomenon formed by heterogeneous components, in particular, verbal and non-verbal. In addition to this, the visual metaphor is presented as a specific mechanism of construction and functioning of collective perception and reflection of the realities. Visual metaphor affects the formation of the recipient's positive / negative vision of a certain fact, phenomenon, actual fragment of reality, etc. It is shown that the considered type of metaphor accumulates and visualizes general and specific ideas, human perception and vision of the world, its fragments, implements nominative, cognitive, communicative and manipulative functions.

The essence, specificity and functions of the magazine cover as a multimodal text consisting of heterogeneous components are outlined. In addition, the article shows the reflection of military realities, in particular, the war between russia and Ukraine after a full-scale invasion. The authors emphasize the metaphorical modeling of military reality. Key metaphorical models of the representation of russia on the covers of world media magazines are outlined and systematized.

The following samples of magazine covers were used for the study: «Time», «The Economist», «Society», «Elle», «Vanity Fair», «Womankind», etc. The research is based on magazine issues during the full-scale invasion of russia on the territory of Ukraine.

Key words: multimodality, multimodal text, visual metaphor, metaphorical model, magazine cover.

Постановка проблеми. Сучасна лінгвістика й низка тих її відгалужень, які тісно межують із розділами наук гуманітарного спрямування, активно розширюють категорійно-термінологічний апарат і охоплюють дедалі ширше коло мовознавчих об'єктів. Не минула ця тенденція й такої царини як словесна-знакова сфера функціонування мови, зокрема в тому її сегменті, який покриває потреби наукового осмислення поняття *мультимодальність*.

Під впливом позамовних змін, зокрема зміщення світових реалій і концептів, глобалізації, міграційних процесів та активізації кроскультурних контактів, стрімко формується мова візуалізації, яка цілком спроможна посприяти зростанню ефективності комунікації загалом і зміні мовно-поведінкових стереотипів і стандартів трансляції та засвоєння інформаційних потоків. У центрі студіювання науковців – гетерогенні тексти різноформатних дискурсивних парадигм.

Актуалізація зацікавленості згаданими аспектами – закономірний наслідок трансформації світу, якому притаманний оновлений формат співіснування ключових складників і систем: під впливом зростання значущості й різноманіття цифрових технологій модифікуються стиль мислення і взаємодії між людьми, вербальні й невербальні конструкції вибудовують базові полікодові комбінації для обслуговування всіх суспільних сфер і забезпечення потреб сучасної людини.

Аналіз досліджень. Дослідники розглядають мультимодальність одним зі способів організації семіотичної системи для створення смислів і передачі інформації. Таке традиційне трактування в науковому дискурсі функціонує паралельно з уявленнями про мультимодальність як новий жанр, що поєднує текст із графічними зображеннями, аудіо- чи відеовізуальними ефектами. Зазвичай саме комбінація модальностей із новітніми циф-

ровими засобами активно використовується в оновленому мультимодальному середовищі.

Попри розгалужену термінологічну парадигму – мультимодальний текст, креолізований текст, відеовербальний текст, полікодовий текст, лінгвовізуальний комплекс, семіотично ускладнений текст, ізовербальний комплекс (ізоверб), гібридний текст – дефінують такі тексти утворами, фактура яких складається з двох негомогенних частин: словесної і несловесної, тобто такої, що співвідноситься з наявними варіативними невербальними компонентами. Ці міркування представлено в науковому доробку вітчизняних / зарубіжних дослідників (І. Білюк, Л. Головіна, Н. Град, Г. Винокур, В. Ейгер, В. Єфименко, Ю. Зацний, В. Зірка, М. Карп, Л. Кияк-Редькович, Н. Коломієць, Г. Костенко, Г. Кресс, Т. Крутько, Т. ван Ліувен, Л. Макарук, І. Морозова, К. Серажим, О. Реформатський, О. Ткачук, М. Шукало, A.P. Baldry, J. Callaghan, E. McDonald, M. Bednarek, J.R. Martin, G. Kress, T. van Leeuwen, T. Royce, M. Walsh тощо).

Недостатнє обґрунтування теоретико-методологічних засад мультимодальності й відсутність монографічної розвідки, яка б містила її багатоаспектний аналіз і опис, передовсім на українськомовному матеріалі, умотивовує актуальність обраної для дослідження теми. Крім цього, своєчасність праці, безсумнівно, підтверджує стрімка популяризація графічно-словесної репрезентації дійсності та спілкування в такий спосіб, а також підвищений інтерес до наявних у інформаційному просторі жанрів мультимодальних текстів.

Розгляд вербальних / невербальних компонентів мультимодальних текстів із залученням релевантних методологічних парадигм дає змогу виявити, обґрунтувати й проаналізувати прагматичний потенціал різнорівневих знаків як засобів об'єктивації закодованого смислу.

Мета пропонованої праці – з'ясувати особливості метафоричного представлення дійсності в мультимодальному тексті засобами візуальної метафори. Досягнення поставленої мети передбачає вирішення відповідних завдань: 1) конкретизувати суть поняття *мультимодальний текст* із опертям на наявні дефініції й з урахуванням термінологічної варіативності; 2) визначити специфіку візуальної метафори й окреслити її ключові функції; 3) виявити й проаналізувати стрижневі метафоричні моделі представлення росії на обкладинках журналів світових видань.

Виклад основного матеріалу. Науковці обирають різні аспекти студіювання мультимодального тексту (віддаємо перевагу цьому терміну, оскільки він, на наш погляд, точно й однозначно експлікує специфіку гетерогенних лінгвовізуальних комплексів) і пропонують власне тлумачення розглядуваного терміна: «До параграфемних засобів належать також креалізовані тексти, в яких частина графічних елементів є іконічною (ілюстрації, графіки, схеми, зображення)» (Батринчук, 2018 : 81); «Мультимодальні писемні (друковані) тексти – це тексти, утворені шляхом залучення кількох різних модусів або семіотичних ресурсів, сукупність яких формує загальний вигляд тексту і продукує його значення» (Макарук, 2016 : 100); «Мультимодальний текст – це не безмірний простір, а матеріально актуалізована структурована єдність, основними категоріями якої є когезія та когерентність. Саму ж структуру тексту, в якій все взаємопов'язане, розглядають як синергетичний процес» (Кресс, 2002 : 256-257); «Візуальний текст – це видима (сприймається оком) структурно-функціональна модель, в якій цінності та норми певної культури мають кодовий характер і представлені у вигляді знаків, символів та образів, взаємопов'язаних між собою різними контекстуальними зв'язками; модель візуально сприйманої реальності будується за суб'єктивним чи об'єктивним принципом за допомогою екстралінгвістичних засобів» (Литвиненко, 2022 : 73); «Дослухаючись до міркувань дослідників, пропонуємо тлумачити мультимодальний текст складним цілісним полісеміотичним утвором із прагматичним ефектом. Текстова тканина сформована з двох негомогенних частин – вербальної, зосібна мовної / мовленевої, і невербальної, матеріалізованої за допомогою інших знакових парадигм, які відрізняються від мовних» (Лещенко, 2022 : 187). Ми схильні тлумачити мультимодальний текст поліморфним і полісеміотичним явищем, сформованим шляхом раціонального поєднання гетерогенних компонентів – вербальних і невербальних. Візуалізацію

несловесного масиву вможлиблюють представлені в тексті знакові парадигми, які відрізняються від мовних.

Окремі коди представлено в мультимодальному тексті метафорично, оскільки людина пізнає довколишню дійсність через метафору й мислить метафоричними образами. Для адекватного сприймання дійсності людині потрібно орієнтуватися в системі таких кодів та їхніх можливих комбінацій.

Термін *метафора* кодифіковано зі значенням «Художній засіб, що полягає в переносному вживанні слова або виразу на основі аналогії, схожості або порівняння, а також слово або вираз, ужиті в такий спосіб» (СУМ, 1970 : 687). Традиційне бачення суті метафори зводиться до засобу вторинної номінації. Її створюють шляхом зіставлення чи протиставлення елементів різних значенневих сфер. Різкий контраст формує новий смисл і вибудовується інший, ніж реальний, фрагмент дійсності, мовної та концептуальної картин світу.

Натепер метафора не сприймається лише стилістичним засобом чи традиційним художнім прийомом – її розглядають універсальним способом мислення, стрижневим механізмом у понятійному мисленні. Ці міркування суголосні ідеям американських дослідників Дж. Лакоффа і М. Джонсона, які вперше представили теорію концептуальної метафори (Лакофф, 2008: 56): метафора – це мовна одиниця, яка відображає процес пізнання, оскільки формує поняттєву систему. На думку вчених, метафори – це перенесення за онтологічними властивостями між різними концептуальними сферами. «Метафоричні перенесення підкоряються принципу інваріантності, суть якого полягає в тому, що при перенесенні зберігається когнітивна топологія (структура образ-схеми) сфери джерела відповідно до внутрішньої структури сфери мети», – переконана дослідниця О. Данцева (Данцева, 2009 : 56).

При цьому метафоричні моделі дефінують специфічними схемами, якими людина конкретного мовного колективу оперує і мислить. У дослідженні Дж. Лакоффа «Метафори, якими ми живемо» фіксуємо: «Наша звичайна поняттєва система з погляду того, як ми мислимо і діємо, суть метафорична за своєю природою» (Лакофф, 2008: 56). Отож, метафора реалізується і в мові, і в мисленні, а людина набуває здатності сприймати, інтерпретувати і створювати метафори з народження.

На думку українських вчених, «Метафоризація – це не семіотичний процес, який постає внаслідок заміни одного значення іншим, адже сенс

метафори не є тотожним буквальному значенню існуючих у мові слів та словосполучень, тому метафоризація – це процес семантичний, а можливо навіть і генетичний у сфері мови» (Гуцол, 2007: 112).

Аналізуючи мультимодальні зразки, фіксуємо вагоме функційне навантаження візуальних складників, зосібна саме вони привертають увагу адресата, сприяючи органічному сприйманню цілісного вербально-візуального тексту. Вони здатні впливати й на емоційну сферу людей. Функція візуальної частини полягає в ілюструванні інформації, яка передається за допомогою вербальних елементів, саме тому вони мають взаємодіяти між собою. Більше того, візуальна частина може створити нові поняття в поєднанні з вербальною частиною (Батринчук, 2018 : 89).

Утім, лише перетин словесно-знакових складників забезпечує адекватну інтерпретацію закодованого смислу, зокрема й представленого метафорично. Унаслідок протиставлення двох зорових образів формується візуальна метафора – «компонент візуальної комунікації, що становить, з одного боку, найважливіший риторичний прийом, апелюючи, залежно від її когнітивної складності, до пафосу або логосу, і, з іншого, – є одним із універсальних засобів позначення концепту в репрезентаційному значенні візуального тексту, салієнтності – у композиційному значенні й модальності – в інтерактивній площині значення, у такий спосіб корелюючи із компонентами візуальної граматики» (Кравченко). На думку дослідниці А. Сегал, «Візуальна метафора, так само як і вербальна, представлена двома концептуальними доменами. У будь-якій метафорі властивості референтного домену проєктуються на цільовий домен» (Сегал, 2014 : 125).

Візуальна метафора вибудовується шляхом зіставлення двох зорових образів, іконічних знаків, цілком подібних до конкретних об'єктів репрезентації. Наслідок такого зіткнення – формування нового смислу, який можна екстраполювати на інші об'єкти чи реалії дійсності, нетотожні з тими, які трансльовано в мультимодальному тексті. Цілком вірогідно, що візуальна метафора перебуває в тісному зв'язку зі словесними фрагментами мультимодального тексту, формуючи варіативні моделі: *вербальний елемент + іконічний елемент; іконічний елемент + вербальний елемент; вербальний елемент = іконічний елемент*. Поєднання гетерогенних компонентів та їх пристосування один до одного створюють у межах кожної із запропонованих моделей цілісний мультимодальний комплекс – візуально-вербальну метафору – специфіка

сприйняття якого зумовлена їхньою взаємодією і ступенем зрощеності компонентів. На думку дослідників, «Особливістю вербально-візуальної метафори є те, що вербальний контент може сприйматися і трактуватися на основі візуальних елементів (зображень), а також репрезентуватися як референтний домен завдяки перенесенню своїх ознак на зображення» (Загазей, 2002 : 43).

Тлумачення суті метафори й функцій, які вона виконує, змінюється: від традиційного засобу емоційного впливу до моделювання дійсності. Засобами візуальної метафори реалізуються передовсім номінативна, когнітивна, комунікативна функції мови. Апеляція до неї прагматично зумовлена, оскільки в такий спосіб транслуються абстрактні імпліцитні смисли, які набувають значення й можуть бути інтерпретовані реципієнтами в межах певної концептуальної системи: «Візуальна метафора апелює до підсвідомості та, безумовно, здатна доповнювати й розширювати смисл вербального складника мультимодального тексту» (Лещенко, 2023 : 171). Такий різновид метафоричного моделювання інформації стає механізмом конструювання й функціонування колективного сприйняття й відображення реалій дійсності, формування в реципієнта позитивного / негативного бачення факту, явища, феномена тощо.

Сприйняття дійсності – це безперервна робота свідомості. Актуалізація метафор у різних дискурсах, зосібна й мультимодальному, – спроба автора змістити акценти із другорядного фактажу на тому, що є ключовим для формування фрагмента дійсності, образу чи моделі світу в цілому. Візуальну метафору можна вважати способом моделювання дійсності, подачі й тлумачення об'єктів, реалій, ідей чи подій, тобто їй властива здатність створювати й трансформувати мовні / концептуальні картини світу та їхні фрагменти. При цьому формуються метафоричні моделі реальності як способи ефективної трансляції / узагальнення імпліцитних смислів різних дискурсивних парадигм. Уважимо за доречне під час аналізу візуальних метафор того чи того різновиду мультимодальних текстів зіставляти метафоричні моделі, властиві для них.

Масив досліджуваного нами матеріалу складають мультимодальні тексти сучасних періодичних видань «Time», «The Economist», «Society», «Elle», «Vanity Fair», «Womankind» тощо, які ілюструють нагальні проблеми й реалії російсько-української війни. Дослідження ґрунтується на випусках журналів у період повномасштабного вторгнення росії на територію України.

Традиційно основною функцією обкладинки журналу вважають привертання уваги потен-

ційного читача та збільшення кількості продаж. На ній зазвичай представлено короткий зміст випуску, заголовки статей, розміщених у ньому, анонси, цікаві цитати, підписи до ілюстрацій тощо. Корпус проаналізованого матеріалу, а саме обкладинок світових видань, на яких зображено сам факт / реалії російсько-української війни, демонструє, що актуалізацію загальносвітової проблеми вторгнення на територію суверенної держави здійснено за допомогою використання великої кількості різних за структурою й функційним навантаженням засобів немовної природи, зокрібно й метафорично.

Зауважимо, що в праці вітчизняної мовознавиці Мирослави Мамич зафіксовано думку про те, що «медійний жанр «обкладинка» відображає типові для часу виходу журналу, для суспільної атмосфери, для соціальної групи, способу її діяльності (праця, навчання, відпочинок, догляд за собою і кимось, здоров'я, міжособистісні стосунки, презентація когось чи чогось тощо), загалом – для української культури – явища» (Мамич, 2017 : 229).

Зображення на обкладинці видання легко декодувати з оперттям на масив фонових знань і досвід читача. Вербальне обрамлення ілюстрації – факультативний компонент. У разі відсутності словесного супроводу, підписів чи слоганів на обкладинці інформацію легко відновити за рахунок невербальних складників. Візуалізовані метафорично смисли не лише відіграють важливу роль у процесі втілення стрижневої ідеї, а й гармонійно переплітаються з вербальними компонентами і створюють цілісний масив, інформаційний згусток, наділений комунікативно-прагматичним смислом.

Функційний потенціал невербального складника мультимодального тексту уповні залежить від типу, змісту, тематичного наповнення, мети його створення, а також від аудиторії, на яку націлено зображену на мультимодальному тексті інформацію. Аналіз розглядуваних зразків оприявнив чітку залежність між темою, висвітленою на обкладинці, та обраною для її втілення метафорою.

Акумулюючи в собі гетерогенні компоненти за посередництвом різних типів кореляції і стилістичних прийомів, обкладинки світових видань активно транслюють реалії російсько-української війни, а парадигма візуальних метафор досить розлога. Щоб запобігти фрагментарності й алогічності аналізу й подачі матеріалу, фіксуємо найбільш поширені метафоричні моделі.

Метафорична модель «росія – зброя». Більшість розглянутих зразків обкладинок світових видань, на яких представлено російсько-україн-

ську війну, зобразили росію мілітарним злочинцем. За фальшивими закличками до миру і налагодження ситуації – бажання захопити території України і знищити українське населення. На зразках мультимодальних текстів представлено арсенал зброї, літаки, танки, вогнепальна зброя, яку використовують для нападів на Україну з метою «мирного врегулювання» ситуації. У такий спосіб трансльований мир протиставлено насиллю, життя – народженню, дитинству, а задекларований очільниками російської армії та країни загалом порядок, який солдати «повертають» на території України, насправді – прихована збройна агресія (рис. 1).



Рис. 1.

Метафорична модель «росія – ядерна загроза». Президент росії з'являється на обкладинках із ядерною боеголовкою / червоною кнопкою – узуальними символами ядерної атаки і знищення людства. Зіставлення двох безвихідних ситуацій, зокрема імовірної поразки агресора й використання зброї масового знищення, демонструють недалекоглядність російського лідера, обмеженість його поглядів і прихований страх. При цьому сам володимир путін поданий старим, безсилим чоловіком у безвиході, якому складно зважитися на щось, окрім погроз. На патовість положення росії вказують прірва, символ кінця, і глухий кут, який транслює інформацію про неочікувану скруту агресора і на полі бою, і на міжнародній арені (рис. 2).



Рис. 2.

Метафорична модель «росія – брехня». Образ російського лідера як очільника й уособлення російського народу, керованого масштабною пропагандою, трансльованою в медійному контексті, подано брехуном, який спотворює об'єктивну дійсність. Через зіставлення лідера й сили – замилювання очей / уведення в оману, візуалізованого за допомогою символічної локшини жовто-блакитного кольору, трансльовано ідею викривлення інформації про війну в Україні, наміри і мотиви, якими керується країна-агресорка (рис. 3). Факт повсякчасного неправдивого висвітлення фактажу й некоректної інтерпретації історичних реалій і сучасного контенту представниками російських провладних сил употужнено невербальними засобами: спокійний вираз обличчя, відсутність емоцій, відсторонений погляд демонструють відпрацьованість механізму маніпулювання свідомістю реципієнтів.



Рис. 3.

Метафорична модель «росія – імперство». Ненаситна жага володіти територіями й контролювати людей – ключові ознаки й поведінкові орієнтири президента росії. Він зображений царем, гангстером, упирем, який погрожує світові та світовому порядку (рис. 4). Образи імперця, злочинця й упири контрастують із трансльованою інформацією про безкорисливий намір росії допомогти українському народу, звільнити його від сваволі провладних сил. Посилюють смисл вербальні компоненти, зокрема гасла, марковані іронією «A tsar is born», «Don't mess with Russia», «Gefährlich schwach» тощо.



Рис. 4.

Метафорична модуль «російський президент – Гітлер». Очільника російської імперії подано в образі Адольфа Гітлера, який донині уособлює агресію, військові злочини, смерть, смуту, голокост. Для візуальної схожості автори апелюють до знакових елементів німецького фюрера, зосібна впізнаваних за формою вус, створюючи різні оптимальні для розковування релевантні контексти. Через поєднання двох впізнаваних постатей створюється ефект з'яви не лише нового візуального образу – формується концепт, який транслює чітко сформовану життєву позицію соціуму й експлікує фрагмент моделі світосприйняття, цінностей і суджень. При цьому метафоричність посилено наявними вербальними компонентами – «Adolf Putin», «The return to the history». Така трансформація пересвідчує в ототожненні вчинків, ідей і злочинів кривавих диктаторів. Необґрунтовані імперські амбіції та відповідні дії росії суголосні ідеям надлюдини, переваги однієї нації над іншою, втілені в політиці володимира путіна (рис. 5).



Рис. 5.

Зооморфічна метафорична модель. За кілька днів до війни польське видання «Wprost. Польща» вийшло з обкладинкою, на якій ведмідь намагається обійняти маленького хлопчика (рис. 6). Ведмідь, який вважається символом росії та її правлячої партії, спить і хоче пригорнути зляканого малюка. Фіксуємо графічний моноліт, зокрема ведмедик – росія і хлопчик – Німеччина і Франція. При цьому образ ведмедя метафоричний: страх дитини вказує на агресивного хижака попри намагання транслювати доброту й піклування. На більшості зразків традиційний символ росії та її правлячої партії зображений спокійним зовні, але насправді загрозливим для оточення: фальшиву виваженість, силу і трансляцію удаваної турботи протиставлено прихованим намірам захопити світ. Фіксуємо також і протилежне: хутро неживого ведмедя, яке слугує килимом для американського президента, пересвідчує в псевдосилі й хибних уявленнях про нездоланність росії.



Рис. 6.

Висновки. Вектори наукового студіювання тексту останнім часом помітно змінилися: від традиційного аналізу гомогенного тексту до різноаспектного вивчення зразків, що складаються з вербальних і невербальних компонентів. Наявні в актуальному мовознавчому просторі визначення мультимодального тексту об'єднує ідея співіснування на спільному графічному полі семіотично гетерогенних компонентів – словесного й іконічного.

Кодування інформації в сучасному медіапросторі відбувається завдяки одночасному залученню двох кодів: вербального і невербального, які поєднуються в єдине смислове і структурне ціле. Функційний потенціал кожного з елементів мультимодального тексту залежить від типу, змісту, тематичного наповнення, мети його створення, а також від аудиторії, на яку націлено трансльовану в мультимодальному тексті інформацію. Мультимодальний текст – це поліморфний і полісеміотичний утвір, сформований шляхом поєднання гетерогенних компонентів – вербальних і невербальних.

У мультимодальному просторі різних дискурсивних парадигм засобами знаків, ужитих і в прямому значенні, і метафорично, представлено загальну картину світу чи її фрагменти, культурне середовище, а також окремі ментальні конструкції. Метафора в мультимодальному тексті вибудовується за принципом поєднання компонентів – різкого зіставлення / протиставлення візуальних образів. Прийом візуальної метафори розглядається як

комплекс процедур, спрямованих на інтерпретацію візуальних елементів шляхом зміщення ключових акцентів на концептуальні елементи в межах іншого або одного концептуального домену. Розглядуваний тип метафори акумулює й візуалізує загальні й специфічні уявлення людини про світ і його фрагменти, реалізує номінативну, когнітивну, комунікативну й маніпулятивну функції.

Послугування модусами різної спрямованості й використання візуальної метафори сприяють виконанню різними мультимодальними зразками, зосібна і розглядуваними в праці обкладинками журналів, прагматичної функції – відображення сприйнятої й інтерпретованої людиною й етносом дійсності, переосмислених історичних фактів, постатей чи ідей.

Серед ключових метафоричних моделей представлення росії на обкладинках журналів світових ЗМІ, присвячених російсько-українській війні, вирізняємо такі: «росія – зброя», «росія – ядерна загроза», «росія – брехня», «росія – імперство», «російський президент – Гітлер», «зооморфічна метафорична модель». Звісно, спроба вирізнення й опису метафоричних моделей не є вичерпною, аналіз відкриває перспективи студіювання особливостей функціонування метафор у мультимодальних текстах. Перспективним бачиться розгляд візуальних метафор у руслі прагматики й когнітивної лінгвістичної парадигми.

Візуальна інформація, трансльована через метафору, універсальна й доступна, активізує емоційний рівень сприймання, її легко сприйняти й осягнути мисленням, а наслідок розкодування смислів – сформований у результаті різкого зіставлення / протиставлення іконічних образів концепт, що експлікує фрагмент колективного сприйняття й відображення реалій дійсності, формування в реципієнта позитивного / негативного усвідомлення факту, явища, феномену тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Батринчук З. Креолізований текст як параграфемний елемент у сучасному англомовному епістолярному дискурсі. *Закарпатські філологічні студії*: зб. наук. пр. Ужгород. 2018. Вип. 3. С. 80-84.
2. Гуцол С. Метафора як спосіб символічного вираження внутрішнього досвіду особистості. *Вісник НТУУ «КПІ»*. Філософія. Психологія. Педагогіка : зб. наук. пр. 2007. № 3 (21). Ч. 1. С. 109-116.
3. Данцева О. М. Метафоричні моделі майбутнього у політичному дискурсі України. *Вісник Дніпропетровського університету*: зб. наук. пр. Дніпро. 2009. Вип. 15. С. 54-61.
4. Загазей І. Вербальний та невербальний взаємозв'язок у креолізованих текстах. *Молодий вчений*: зб. наук. пр. Одеса. 2002. Вип. 11 (111). С. 41-44.
5. Кравченко Н. Візуальна метафора в рекламному дискурсі: проблема взаємодії підходів концептуального змішування, візуальної граматики та теорії релевантності. *Філологічна освіта і наука: трансформація та сучасні вектори розвитку*: наукова монографія. Рига, Латвія : «Baltija Publishing», 2023. С. 238 -257.
6. Литвиненко А. Аналіз та інтерпретація візуальних текстів культури. *«Науковий вісник» КНУТКіТ*: зб. наук. Київ. 2022. Вип. 30. С. 71-76.

7. Мамич М. Медійний жанр обкладинка: постать, час, оцінка. *Культура слова*: зб. наук. пр. 2017. Київ. Вип. 86. С. 228-234.
8. Лещенко Т. О. Метафора в мультимодальному тексті як екстралінгвальний феномен. *Культура. Ідентичність. Сучасність*: матеріали міжнар. наук. конф., 2–3 листопада 2023 р. Львів : Львівський національний університет імені І. Франка. 2023. С. 162–175.
9. Лещенко Т. Навчальний текст як мультимодальний лінгвовізуальний феномен: цілісність, зв'язність, інформативність. *Інноваційна педагогіка*: зб. наук. пр. Одеса. 2022. Вип. 47, т. 1. С. 185–190.
10. Сегал А. Л. Візуальні компоненти в рекламно-інформаційному колажі як креолізованому утворенні. *Studia philologica*: зб. наук. пр. Київ. 2014. Вип. 3. С. 123-128.
11. Словник української мови : в 11-ти т. Київ. 1070.
12. Kress G. R. The multimodal landscape of communication. *Medien Journal*. 2002. №4. С. 4-19.
13. Lakoff Gy Johnson M. *Metaphors We Live By*. University of Chicago Press. 2003. London.

REFERENCES

1. Batrynychuk Z. (2018) Kreolizovanyi tekst yak parahrafemnyi element u suchasnomu anhlomovnomu epistoliarному dyskursi [Creolized text as a paragraph element in modern English-language epistolary discourse] *Zakarpatski filolohichni studii*: zб. nauk. pr. – Transcarpathian philological studies: coll. of science Uzhhorod. 3. 80-84. [in Ukrainian].
2. Hutsol S. Metafora yak sposib symbolichnoho vyrazhennia vnutrishnoho dosvidu osobystosti [Metaphor as a way of symbolic expression of an individual's inner experience] *Visnyk NTUU «KPI»*. Filosofia. Psykholohiia. Pedahohika : zб. nauk. pr. – Bulletin of NTUU «KPI». Philosophy. Psychology. Pedagogy: coll. of science pr., 3 (21). 1. 109-116. [in Ukrainian].
3. Dantseva O. M. (2009) Metaforychni modeli maibutnoho u politychnomu dyskursi Ukrainy [Metaphorical models of the future in the political discourse of Ukraine] *Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu*: zб. nauk. pr. – Bulletin of Dnipropetrovsk University: coll. of science Dnipro, 15. 54-61. [in Ukrainian].
4. Zahazei I. (2002) Verbalnyi ta neverbalnyi vzaïmozv'язok u kreolizovanykh tekstakh [Verbal and non-verbal relationship in creolized texts] [in Ukrainian] *Molodyi vchenyi*: zб. nauk. pr. – Young scientist: coll. of science Odesa, 11 (111). 41-44. [in Ukrainian].
5. Kravchenko N. (2023) Vizualna metafora v reklamnomu dyskursi: problema vzaïmodii pidkhodiv kontseptualnoho zmishuvannia, vizualnoi hramatyky ta teorii relevantnosti [Visual metaphor in advertising discourse: the problem of the interaction of approaches of conceptual mixing, visual grammar and relevance theory] *Filolohichna osvita i nauka: transformatsiia ta suchasni vektory rozvytku: naukova monohrafiia*. Ryha, Latviia : «Baltija Publishing» – Philological education and science: transformation and modern vectors of development: scientific monograph. Riga, Latvia, 238 -257.
6. Lytvynenko A. (2022) Analiz ta interpretatsiia vizualnykh tekstiv kultury [Analysis and interpretation of visual texts of culture] «Naukovyi visnyk» KNUTKiT: zб. nauk. – «Scientific Bulletin» KNUTKiT: coll. of science, 30. 71-76. [in Ukrainian].
7. Mamych M. (2017) Mediïnyi zhanr obkladynka: postat, chas, otsinka [Cover media genre: figure, time, evaluation] *Kultura slova*: zб. nauk. pr. – Word culture: coll. of science, 86. 228-234. [in Ukrainian].
8. Leshchenko T. O. (2003) Metafora v multymodalnomu teksti yak ekstralinhvalnyi fenomen [Metaphor in a multimodal text as an extralinguistic phenomenon] *Kultura. Identychnist. Suchasnist* : materialy mizhnar. nauk. konf., 2–3 lystopada 2023, Lviv : Lvivskiyi natsionalnyi universytet imeni I. Franka. 2023 – Culture. Identity. Modernity: materials of the international of science conference, November 2–3, 2023. Lviv: Lviv National University named after I. Franko. 2023. 162–175. [in Ukrainian].
9. Leshchenko T. (2022) Navchalnyi tekst yak multymodalnyi lnhvovizualnyi fenomen: tsilisnist, zviaznist, informatyvnist [educational text as a multimodal linguovisual phenomenon: integrity, coherence, informativeness] *Innovatsiina pedahohika*: zб. nauk. pr. – novative pedagogy: coll. of science, 47. 185–190. [in Ukrainian].
10. Sehal A. L. (2014) Vizualni komponenti v reklamno-informatsiinomu kolazhi yak kreolizovanomu utvorenni [Visual components in an advertising and informational collage as a creolized formation] *Studia philologica*: coll. of science – *Studia philologica*: zб. nauk. pr. 3. 123-128.4. [in Ukrainian].
11. Slovyk ukraïnskoi movy : v 11-ty t. [Dictionary of the Ukrainian language: in the 11th v.] Kyiv. 1970. [in Ukrainian].
12. Kress G. R. The multimodal landscape of communication. *Medien Journal*. 2002. №4. С. 4-19.
13. Lakoff Gy Johnson M. *Metaphors We Live By*. University of Chicago Press. 2003. London.