

**EPISTEMOLOGICAL STUDIES IN PHILOSOPHY,
SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES**

ISSN 2618-1274 (Print), ISSN [2618-1282](#) (Online)

Journal home page: <https://visnukpfs.dp.ua/index.php/PFS/index>

ФІЛОСОФІЯ

Олена Ігорівна Астапова-Вязьміна

Доцент кафедри філософських і політичних наук,
Черкаський державний технологічний
університет,

бульв. Шевченка, 460, Черкаси, 18006, Україна

E-mail: ast.elen.ig@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2104-9703>

УДК [111:81'22:316.613.4]:355.01

Olena Igorivna Astapova-Vyazmina

Associate Professor at the Department of
Philosophical Sciences,

Cherkasy State Technological University, 460

b. Shevchenko, Cherkasy, 18006, Ukraine

**ПОЛІТИЧНЕ ПЕРЕЖИВАННЯ ІЛЮСТРАЦІЇ ВІЙНИ:
СИНТАГМАТИЧНИЙ АНАЛІЗ ВІЗУАЛЬНИХ СИМВОЛІВ**

Received 30 May 2022; revised 20 June 2022; accepted 30 June 2022

DOI: 10.15421/342201

Анотація

Метою дослідження є активізація синтаксичної складової знакового процесу в площині візуальної символіки війни. Синтагматичний аналіз візуалізації війни дозволяє артикулювати приховані структури, що є основою домінуючого значення відповідних текстів, зробити їх видимими та зрозумілими. Війна, формуючи контекст семіотичної істинності, існує в площині просторово-часових відносин, що дозволяє чітко окреслювати знакову систему, яку вона формує. Війна, будучи одночасно і епістемічною ситуацією, і епістемічною системою, формує суб'єктивну істинність, створюючи нову смислову домінуючу новітньої картини світу. Синтагматичний ланцюжок розкриватиметься через емоційний настрій читача/глядача, висвітлення відповідної моральної позиції щодо візуального тексту, висловлення політичного переживання, що загострюється питанням ідентифікації та свободи дії.

Ключові слова: *символіка війни, синтагматичний аналіз, візуальні символи, візуальний текст, фотографія.*

Political experience of war illustrations: syntagmatic analysis of visual symbols

Abstract

The purpose of the article is to activate the syntactic component of the sign process in the plane of the visual symbolism of the war. The syntagmatic analysis of the visualization of war articulates the hidden structures that are the basis of the dominant meaning of the respective texts, making them visible and understandable. War forms the context of semiotic truth, exists in the plane of spatiotemporal relations, and this makes it possible to clearly outline the sign system that it forms. War is an epistemic situation and an epistemic system; it forms subjective truth, creates a new semantic dominant of a new picture of the world. Visual symbols of the war are air raid maps, interactive maps that systematize the process of hostilities, interactive maps of the bombing of the territory of Ukraine, posters, front-line portraits, views of destroyed cities, etc. Statistical data on the most popular Telegram channels in Ukraine are given. Telegram became during the war a high-speed source of news and a platform for the exchange of information between government agencies and Ukrainians. The syntagmatic chain is revealed through the emotional disposition of the reader/listener, the reflection of the moral position regarding the visual text, the expression of political experience, which is exacerbated by the problem of identification and freedom of action. The study is updated on the example of visual information that is distributed through the Internet, because it is in this context that the sequence of experiencing, transmitting, interpreting information is revealed and practical consequences are formed. Each visual sign is complemented by a verbal component, which creates a new level of perception and interpretation of the informative field. The distribution of illustrative material through social networks helps to assess the mediating role of the visual text in broadcasting various aspects of the war.

Key words: *symbolism of war, syntagmatic analysis, visual symbols, visual text, photograph.*

Постановка проблеми.

Візуалізація будь-якого символу функціонує в сфері ідеї зображення, комунікативного ефекту зображення та мети зображення. Останнє, маючи свою граматику, впливає на формування сприйняття предмету, існуючи у відношенні між власне знаками, між знаком та предметом, між знаком та ідеєю про предмет, між знаком та діями людей, між комунікантами в горизонталі використання знаку, формуючи багаторівневу структуру значень.

Семіотичний аналіз є, безперечно, цінним для розуміння процесу повідомлення і явні та неявні смисли, вкорінені в ньому, впливають на наше розуміння знакової конструкції, залишаючи простір для гри із смислами. З одного боку, можливо критично підійти до надмірності різних знаків в будь-якому повідомленні, але, з іншого – маємо ситуацію для здійснення як операції інтерпретації, так і маніпуляції, конструюючи множину «реальностей».

Війна, будучи одночасно і епістемічною ситуацією, і епістемічною системою, формує суб'єктну істинність, створюючи правдоподібну картину світу. Йдеться, перш за все, про те, що знакова система і дійсність не співпадають, це різні світи. По-друге, знак відображає предмет реального світу крізь призму створених культурою та мовою понять, а знакові системи, являючи собою абстрактні категорії, часто збільшують невідповідність між об'єктивним світом та втіленими знаками. Обрана система координат для відображення дійсності завжди перебуває в конотативній сфері, обумовленій як системою уявлень суб'єкта, так і системою конвенційних уявлень культури.

Війна, формуючи контекст семіотичної істинності, існує в площині просторово-часових відносин, що дозволяє чітко окреслювати знакову систему, яку вона формує. Перефразуючи відомого естонського біосеміотика Кавелі К. зауважимо, що семіотика абсолютно нічого не додає до того чи іншого предмету, її інструмент суто описовий. Відповідно, можемо стверджувати залежність війни як знакової системи від знаків, що систематизуються та наповнюються смислом (це забезпечує їх розуміння всіма учасниками знакового процесу),

а також детермінацію будь-якого її символу в текстуальному, соціальному, політичному, культурному аспектах.

Ствердження Р.Барта, що знак черпає свою цінність із свого оточення [Барт 2022:101], уможливорює спостереження за інтерпретацією символів (в нашому випадку символів війни) в межах політичної та історичної площини «поля реальності», утвореного візуальними уявленнями.

Метою дослідження є активізація синтаксичної складової знакового процесу в площині візуальної символіки війни. Практичний підхід до використання соціальних знаків наголошує на розкритті та розумінні дійсності, яка створюється та транслюється візуальним текстом. Синтагматичний аналіз візуалізації війни дозволяє артикулювати приховані структури, що є основою домінуючого значення відповідних текстів, зробити їх видимими та зрозумілими.

Аналіз основних досліджень та публікацій.

Наукові розвідки ґрунтуватимуться на класичній літературі з семіотики, персонально, на працях Ч.С.Пірса, Ф. де Соссюра, Р.Барта, Д.Чандлера (*Chandler D.*), що визначаються аналізом базової структури знаку та його видів. Безперечно, цікавою є проблематика співвідношення війни та семіотики, презентована Френком Джейкобом (*Frank Jacob*) в роботі «War and Semiotics. Sing, Communication Systems, and the Preparation, Legitimization, and Commemoration of Collective Mass Violence» (2021). Тема вербальних та візуальних ресурсів в новинних текстах розкривається в дослідженні Майкла Тассерона (*Michael Tasseron*) (2021); Каремм Ель Даманхорі (*Kareem EL Damanhoury*) (2017) студіює візуальні семіотичні інструменти на прикладі аналізу фотографій; політична мотивація користувачів в коментарях на новинних сайтах розглядається Патріком Зеррером (*Patrick Zerrer*) та Інес Енгельман (*Ines Engelmann*) (2022); посилання на модель колективних дій соціальної ідентичності, описана ван Зомереном (*van Zomeren*) (2016), дозволяє осмислити потенційний вплив візуальних текстів війни на емоційне забарвлення політичних артикуля-

цій. Семантичний аналіз фотографій періоду В'єтнамської війни, здійснений Лавлейс А. (Lovelace A.) (2010) унаочнює співвідношення між іконічним та індексальним знаками та виявляє загальні риси емоційного переживання, підкреслюючи безсилля не тільки жертв війни, але й глядачів.

Виклад основного матеріалу.

Ч.С.Пірс зауважував, що базовим семантичним кодом інтерпретації візуальних текстів, який дозволяє глядачу розпізнавати зображене, є іконізм. Однак зворотним боком іконічного коду виступає символізація, дозволяючи людині співвідносити емпіричні об'єкти з абстрактними уявленнями і в такий спосіб ускладнювати та розширювати реальність свого існування. Прочитання візуального тексту найчастіше пов'язується з процесами альтернативної категоризації, а завершується у формі вербалізації. Ця позиція дозволяє стверджувати, що артикуляція візуального тексту в слові розгортає додатковий фон сприйняття зображення, доповнюючи його готовими враженнями.

Характеризуючи знак, Ч.С.Пірс зазначав, що останній має три виміри, а саме: 1) він є знак для деякої думки, яка його інтерпретує; 2) він є знак, який стоїть *замість* деякого об'єкта, еквівалентом якого він є в цій думці; 3) він є знаком в деякому відношенні або якості, яке приводить його в зв'язок з його об'єктом [Пірс 2021: 67]. І в зазначеному контексті засновник семіотичної теорії пише про те, що знак повинен мати властивість зв'язуватись *реально!* з іншим знаком того самого об'єкта або ж із самим об'єктом [Пірс 2001: 69]. Будь-який приклад візуальної символіки війни (мапа, фотографія, плакат тощо) підтверджують думку Пірса, що загальні ознаки існують в деталях: деталі являють собою увесь образ або картину в цілому [Пірс 2001: 71].

Звернемося до характеристики знаків, яку надає Ч.Пірс, оскільки це є важливим моментом для нашого дослідження. Зазначаючи, що знак є або *іконою*, або *індексом*, або *символом*, Ч.Пірс наголошує, що *ікона* є знаком, який мав би свої властивості навіть за умов не-існування його об'єкта. Прикладом такого знаку-ікони є геометрична лінія. *Індекс* є знаком, який

би відразу втратив свою характерну властивість бути знаком, якщо прибрати його об'єкт, але не втратив би цієї властивості, якщо б не було інтерпретанти. Наприклад, предмет з діркою від пулі в якості знаку пострілу, тому що без останнього не було б дірки. Але діра є і, неважливо, чи зможе хтось пов'язати її саме із пострілом. *Символ* є знаком, який втратив би свою властивість, якщо б не було інтерпретанти [Пірс 2001: 218].

Але оскільки єдиним способом передачі ідеї є ікона, то будь-яке твердження повинно містити в собі ікону, або, інакше, містити в собі знаки, чиє значення може бути поясненим тільки за допомогою ікон. І тут Пірс висловлює думку, яка визначає основну тезу знакового процесу: «Ідея, яку позначає ряд ікон (або еквівалент ряду ікон), що містяться в твердженні, може бути визначеною як предикат твердження» [Пірс 2001: 202]. Головна відмінність ікони полягає в тому, що через неї можливо виявити істини, які стосуються її об'єкта, але які є відмінними від тих, що були використані при її побудові [Пірс 2001: 203]. Ікони і індекси нічого не стверджують. Якщо б ікона могла інтерпретуватись реченням, то речення формулювалося б в умовний спосіб, тобто через вираження мети, бажання за певних умов. А якщо б в такий спосіб інтерпретувалася і індекс, то речення було б імперативним, наприклад, «Дивись!», «Стережись!». І Пірс робить висновок, що елемент символу може бути як іконою, так і індексом [Пірс 2001: 212-213]. Але справа в тому, що символ не може вказувати на жодну окрему річ, тому що він позначає рід речі, при цьому він не тільки означає рід, але й сам є родом, а не окремою річчю [Пірс 2001: 217].

Окреслені характеристики є суттєвими, тому що на їх ґрунті розгортається процес переживання знаку. Індексальність мислима, але вона не є знаком до моменту, поки не увійде в знакове відношення. Іконічність має певне буття, але не існує, поки не відбудеться порівняння. І тому, якщо індексальність є потенційним знаком, іконічність є лише потенційною підставою. Іконічний фон встановлюється на ґрунті властивостей, які притаманні двом предметам тільки тому, що вони є, і еталоном

порівняння стає подібність або тотожність.

Ф. де Соссюра, як стверджує Д. Чандлер, цікавили три види системних відношень: відношення між позначуваним та позначаючим, відношення між знаком та складовими системами, відношення між знаком та елементами всередині позначуваного [Chandler 2000]. План синтагми – це план сполучення «це, і це, і «це» і в часовому вимірі синтагми є внутрішньо текстуальними, тими, що сполучно існують в тексті [Chandler 2000]. Синтагма визначається як впорядкована комбінація взаємодіючих позначаючих, що утворюють смислове ціле в тексті, так би мовити, «ланцюжок». Наприклад, друкована реклама являє собою синтагму візуальних позначаючих [Chandler 2000]. На думку Ф. де Соссюра, синтагматичні відношення – це різні способи зв'язку елементів одного тексту між собою. І оскільки синтагми визначаються як «послідовні», а, отже, і часові, то можуть використовувати більш, ніж один вимір [Chandler 2000]. Ми бачимо, що в такий спосіб вимальовується «ланцюжок» взаємозв'язку, який поширюється інтерпретатором в трансляції знакового тексту та набуття ним характеристик іншої реальності.

Спираючись на теоретичний спадок Ф. де Соссюра, Р. Барт вперше розглянув знаки та значення як динамічні системи соціального та культурного життя. Він був першим, хто зосередився на «текстах», що склалися із позамовних знаків, особливо візуальних образів. Барт стверджував, що візуальне значення артикулюється на двох рівнях: на рівні денотації та рівні конотації. Рівень денотації відповідає буквальному значенню образу або безпосередньому значенню, яке стосується того, що презентовано в образі. Рівень конотації відповідає символічному або ідеологічному значенню, або діапазону можливих значень образу, що записаний культурними кодами. Останні можуть бути визначеними як «неявні правила», але денотативний текст функціонує в якості необхідної підтримки конотативного тексту, який розглядається як друге значення, пов'язаний власне з фотографічним повідомленням.

На думку Р. Барта, фотографія є повідомленням, позбавленим коду [Барт 2022: 97].

Мислитель прямо заявляє, що фотографія знаходиться якнайближче до свого об'єкта ніж інші візуальні тексти і тільки фотографія передає повідомлення, не використовуючи жодних додаткових знаків перетворення тексту.

Актуалізувати дослідження будемо виключно на візуальній інформації, що поширюється через мережу Інтернет, тому що саме в такому контексті якнайкраще вимальовуються можливості створення послідовності переживання, передавання та перетворення інформації, формуючи практичні наслідки. Наведемо декілька статистичних даних, щоб уявити ситуацію з основними сучасними каналами інформації в Україні та користуванням мережею Інтернет. На січень 2022 року в Україні було зареєстровано 31,10 мільйона користувачів Інтернету, а рівень проникнення Інтернету в Україні на початок 2022 року становив 71,8 відсотків від загальної чисельності населення (загальна чисельність населення України на січень 2022 складала 43,33 млн. осіб, при цьому 53,7% населення склали жінки, 46,3% – чоловіки). Однак 12,23 мільйона осіб в Україні не користувались Інтернетом на початок 2022 року, що дорівнює відповідно 28,2 відсоткам населення (дані наводяться на 15 лютого 2022 року). На початок 2022 року 70,0% населення України мешкало в міських центрах, а 30,0% – у сільській місцевості.

На початок 2022 року, за даними Digital 2022: Ukraine, соціальна мережа Twitter налічувала 910,4 мільйона користувачів, TikTok – 10,55 млн. у віці від 18 років, Instagram – 16,10 млн., YouTube – 28,0 млн., Facebook – 15,45 мільйона осіб.

У рейтингу мобільних додатків в Україні, за даними проекту Kantar CMater, в порівняльній таблиці за січень 2022 року та квітень 2022 року (на цей період припадає початок військових дій) простежується помітне зростання відсотку аудиторії соціальних мереж, наприклад, Viber – з 98,0% до 98,2%, Telegram – з 88,8% до 94,1%, TikTok – з 46,5 до 51,7%, відсоток користувачів YouTube, Instagram, Facebook дещо зменшується. Спробуємо припустити, що зазначена динаміка засвідчує інтерес і до візуального тексту, який дозволяє не тільки прокоментувати ту чи іншу подію, а й прочи-

тати чужий коментар та надати власний.

Аналіз 11 українських телеграм-каналів (Верховна Рада України, Ukraine NOW, УП. Стрічка, ТСН новини, Бабель, Україна: оперативно, Hromadske, Суспільне Новини, SPRAVDI, Радіо Свобода, Держспецзв'язку) дозволив дослідити динаміку активності публікацій та їх переглядів. Дослідження охопило період з 14 лютого до 10 квітня 2022 року. Збір даних відбувся 12 квітня. Найбільше постів у період з 14 лютого по 10 квітня зробила Верховна Рада України – 7725, що становить 15,53% від сумарної кількості постів одинадцяти телеграм-каналів. Із проаналізованих телеграм-каналів найбільшу кількість власних постів, а не репостів, має Hromadske – 91% від усього контенту на каналі. Найбільшу частку репостів має Верховна Рада України – 60%, а репостів із доповненням – Суспільне Новини (8%). Найпопулярніший допис отримав майже 3,9 млн переглядів і починається із заклик до поширення: «!!! МАКСИМАЛЬНО ПОШИРЮЄМО!!!». В останньому повідомленні перші знаки оклику позначені червоним кольором жирним шрифтом і розташовані з пробілом, що підвищує візуальний ефект, який в свою чергу викликає ланцюжкову реакцію: увага, поширення, тривога, дія тощо.

Ukraine NOW має 1045489 підписників, ТСН новини – 853415, УНІАН – 756037, Віталій Кім – 750869, Zelenskiy/Official – 1217205.

Суттєво наростив охоплення Telegram, він опинився у топ-5 рейтингу. Месенджер під час війни став швидким джерелом отримання новин та платформою для обміну інформацією між держорганами та українцями.

Поширений через соціальні мережі ілюстративний матеріал допомагає оцінити посередницьку діяльність візуального тексту в трансляції різних аспектів війни. До візуальних символів війни відносяться: мапи повітряних тривог, забарвлені червоним; інтерактивні карти, що систематизують процес розвитку бойових дій; інтерактивні карти бомбардувань території України; ілюстративний матеріал щодо знищеної техніки та живої сили ворога; плакати; репортажні зображення; фронтові портрети; види зруйнованих населених пунктів; зображення наслідків бомбардування;

карикатури, що презентують різні образи та сюжети; окремо наголосимо на відео матеріалах, які несуть офіційну інформацію та відео репортажі, що поширюються через соціальні мережі користувачами з власної волі. Майже кожний візуальний знак доповнюється вербальною складовою, яка, в свою чергу, утворює новий рівень сприйняття та інтерпретації інформативного поля.

Лавлейс А. (Lovelace A.), здійснюючи семіотичний аналіз фотографій епохи війни у В'єтнамі, наголошує, що остання була визначена як «перша телевізійна війна» та перша війна, в якій журналісти не підпадали під цензуру і могли донести візуальний текст таким, яким вони його побачили. Фотографія Едді Адамса (Eddie Adams) страти Нгуена Ван Лема та відома фотографія «Випадковий напалм» (The «Accidental Napalm») Ніка Ута (Huynh Cong Ut) стали символами візуального уявлення війни [Lovelace 2010: 35]. Візуальні образи сприймаються та запам'ятовуються швидше ніж слова, завдяки зображенням цінності, почуття, які до цього часу перебували в стані абсолютного мирного спокою та деякого «забуття», вириваються назовні. Ані карта, ані фотографія не створюють ілюзію подібності, вони відображають предмет таким, яким він є.

Фотографії в новинах зано посилюють вплив слів в друкованих засобах масової інформації, впливають на суспільну думку в контексті ставлення до бойових дій.

Наголошуючи, що Інтернет змінив індивідуальну політичну участь, П.Зеррер (*Patrick Zerrer*) та Інес Енгельман, звертають увагу, що коментарі користувачів мережі Інтернет під постами слід розглядати як форму політичної участі, врахувавши мотиви аудиторії мережі Інтернет. До результатів проведеного контент-аналізу автори залучають дослідження Ван Зомерена щодо політичної мотивації користувачів в розділах коментарів на новинних сайтах.

Так, наприклад, називається перша політична мотивація, ідентичність, що описується як приналежність індивіда до групи, яка «відображає основи для розвитку соціальної (або групової) ідентичності» [Zerrer 2022]. Люди сприймають себе особистостями або члена-

ми групи в залежності від ситуації та індивідуальних факторів. Вони можуть переключатись між індивідуальною та колективною ідентичністю та різними рівнями ідентичності (наприклад, політична група, нація).

Друга позиція політичної мотивації розуміється як «динамічний психологічний механізм, це спрямовує зусилля людей орієнтуватись в складних обставинах. Коментуючи текст, вони корегують позитивні чи негативні емоції в залежності від ситуації та індивідуальних факторів [Zerrer 2022].

Третьою політичною мотивацією є мораль, яка визначається «як відображення мотивації індивідів захищати чи пропагувати основні цінності» [Zerrer 2022].

Моральна складова візуального тексту поглиблює відчуття справедливості/несправедливості, захищеності/незахищеності, безпеки/небезпеки, загрози власному життю, життю співвітчизників тощо, а, отже, загострюється рівень моральної оцінки в коментарях, висвітлюючи відмінності та співпадіння між індивідуальними та колективними вимірами. Порушення моральних норм, що фіксуються візуальними символами війни, можуть проковувати підсилений інтерес до політичного життя та бажання брати в ньому участь.

Четверта політична мотивація визначає віру в можливість досягнення «певної мети через певну (колективну) дію» [Zerrer 2022].

Так, дійсно, коментар новин є формою участі в політичному дискурсі. Обговорення в розділі коментарів на сайтах новин є формою політичної комунікації. Динаміка традиційної комунікації змінюється на мотивацію можливості безпосередньої участі в політичному дискурсі. Синтагматичний ланцюжок розкриватиметься через емоційний настрій читача/глядача, висвітлення відповідної моральної позиції щодо візуального тексту, висловлення саме політичного переживання, що загострюється питанням ідентифікації та свободи дії.

Останню можливо корелювати спільною участю в військовій операції (волонтерство, приєднання до сайтів допомоги, поширення інформації через соціальні мережі на власний розсуд і за власною волею та бажанням тощо). В такий спосіб людина не просто болісно пе-

реживає події, але й формує політичну складову, артикулюючи на концептуальному твердженні, що візуальний контент посідає одне із центральних місць в сучасній геополітиці. Погодимось із думкою, що після війни у В'єтнамі глобалізація ЗМІ перевели конфлікт в складову життя кожної людини в сучасному світі [Lovelace 2010: 12].

Онлайн-дії – коментування, обмін та лайки можуть бути визначеними як політичні, що в свою чергу позитивно чи негативно впливають на інших читачів та коментарів.

У передмові до курсу семіотики Д. Чандлер зауважує на відношеннях між знаками в контексті теорії Ф. де Соссюра. Йдеться про структурні комбінації та асоціативні відношення. Перші можна реалізувати в контексті лінгвістичного ланцюжка в реченні, асоціативні відношення – це співвідношення між певним словом та тими, які виникають в даному контексті на підставі попередніх, так би мовити, продовжують смисловий ряд. Створена в такий спосіб основа соціальної практики вибудовує та реконструює соціальну реальність, інтерпретуючи та збагачуючи її іншими смислами.

Ф. де Соссюр наголошував, що «ми найчастіше не виражаємо себе однією мовною знаковою одиницею, а групою знаків, які організовані в певний спосіб» [Chandler 2000]. І йдеться не тільки про вербальні, а й візуальні знаки. Сполучення елементів знаків стає цілісною знаковою системою, забезпечуючи нас повним інформативним рядом.

Як зауважує в своїй роботі Р.Барт, «Фотографія здатна відтворювати до безкінечності те, що мало місце лише один раз: вона механічно повторює те, що ніколи б не змогло повторитися екзистенційно. ...Вона являє собою абсолютну Одичність, суверенну...» [Барт 2022: 115].

Візуальне уявлення про війну найчастіше пов'язується із фотографією, що акумулює емоційний вибух, зображення насильства, відчуття невинності, безсилля тощо, а потім нескінченної радості від перемоги. Відомо, що набагато швидше і триваліше зберігається в пам'яті саме зоровий образ і тому фотографії набувають культового статусу, шокуючи

аудиторію відвертими сценами. Йдеться про абсолютну підтримку захисних дій, побажання смерті ворогу, виправданого застосування насилля до нього. Зображення сприяють зміні мови, яка, з одного боку, спрямована на підтримку нації, з іншого – на знищення ворога. Змінюється не тільки мовна культура мовця, але й мовна культура адресата. Сучасні соціальні мережі пропонують, так би мовити, авторський варіант захисної позиції, яка не завжди є свідченням тверезого аналізу, оскільки є виразом та виявом максимальної емоційності.

Висновки.

Візуальну символіку війни можливо віднести до універсальної мови, візуальні ефекти можуть діяти як спосіб комунікації незалежно від заданої культури або інших аспектів, викликаних культурними відмінностями. Включення в даний контекст синтагматичного аналізу надає можливість орієнтуватись на максимально широке поле інтерпретації. Семіотика як соціально орієнтований процес через знак породжує або колективні, або індивідуальні смисли на ґрунті конкретних культурних контекстів. Але водночас семіотика дозволяє артикулювати нові проблеми, надаючи потенційно об'єднуючу основу та набір

методів та термінів для використання у всьому діапазоні означаючих практик, включаючи жести, одягу, письмо, мовлення, фотографію, кіно, телебачення, радіо. В будь-якій формі семіотика безцінна, якщо ми хочемо вийти за межі явного змісту текстів [Chandler 2000].

Ми завжди маємо справу із знаками, а не з безпосередньою об'єктивною реальністю. Створюючи семіотичний (текстовий) простір людина репрезентує світ в різнорівневих мовних системах. Ми не можемо виокремити знак від самої речі, не можемо жити в «чистих речах», в мисленневих конструкціях, текстовий світ потребує інтерпретації в межах коду власної системи. Для людини значимим є тільки те, що знайшло відображення в символі, було поіменовано мовою культури, включено до знакової системи і тому важливим є акцентувати на варіантах інтерпретації, а не прирівнювати зміст до смислу. Як зауважують Кресс та ван Леувен, різні семіотичні модуси – візуальний, словесний, жестикуляційний... мають свої можливості та свої обмеження» [Kress 2004: 31]. Така позиція відкриває нові граматичні правила організації семіотичного аналізу.

Бібліографічні посилання

- Chandler, D. (2000). *Semiotics for Beginners*. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://visual-memory.co.uk/daniel/Documents/S4B/> (дата звернення 18.04.22)
- Digital 2022: Ukraine. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-ukraine> (дата звернення 18.04.22)
- Jacob, F. (2021). *War and Semiotics. Sing, Communication Systems, and the Preparation, Legitimization, and Commemoration of Collective Mass Violence*. [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://play.google.com/books/reader?id=Ev8MEAAAQBAJ&pg=GBS.PT11&hl=en_US (дата звернення 18.04.22)
- Kress, Gunther & Theo van Leeuwen. (2004). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London: Routledge.
- Linfield, S. (2010). *The Cruel Radiance. Photography and Political Violence*. Chicago and London: The University of Chicago Press.
- Lovelace, A. (2010). *Iconic photos of the Vietnam War era: A semiotic analysis as a means of understanding*. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://eloncdn.blob.core.windows.net/eu3/sites/153/2017/06/04LovelaceEJSpring10.pdf> (дата звернення 18.04.22)
- Zerrer, P., Engelmann, I. (2022). Users' Political Motivations in Comment Sections on News Sites [Електронний ресурс]. Режим доступу: <file:///C:/Users/Zver/Downloads/18852-65196-1-PB.pdf> (дата звернення 18.05.22)
- Активність новинних Телеграм-каналів до і після 24 лютого: Дослідження. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://marketer.ua/ua/activity-of-news-telegram-channels-before-and-after-february-24-research/> (дата звернення 20.04.22)

- Барт, Р. (2022). *Camera lucida. Нотування фотографії*. Харків: Видавництво музею Харківської школи фотографії.
- Каталог Телеграм-каналів та чатів*. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://uk.tgstat.com/> (дата звернення 15.04.22)
- Пирс, Ч.С. (2001). *Избранные произведения*. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://scibook.net/filosofii-pervoistochniki/izbrannyye-filosofskie-proizvedeniya-per-angl.html> (дата звернення 30.03.22)
- Рейтинг мобільних додатків за квітень 2022*. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://tns-ua.com/news/rejting-mobilnih-dodatkov-za-kviten-2022> (дата звернення 10.05.22)
- Рейтинг українських сайтів за березень 2022: у топі Telegram та новинні сайти*. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://ain.ua/2022/04/16/rejtyng-ukrayinskyh-sajtiv-za-berezen/> (дата звернення 15.04.22)

References

- Aktivnist novynnykh Telehram-kanaliv do i pislia 24 liutoho: Doslidzhennia* [Activity of Telegram news channels before and after February 24: Research]. Retrieved April 20, 2022 from <https://marketer.ua/ua/activity-of-news-telegram-channels-before-and-after-february-24-research/> (in Ukrainian)
- Bart, R. (2022). *Samera lucida. Notuvannia fotohrafii* [Samera lucida. Notation of the photo]. Kharkiv: Vydavnytstvo muzeiu Kharkivskoi shkoly fotohrafii. (in Ukrainian)
- Chandler, D. (2000). Semiotics for Beginners Retrieved April 18, 2022 from <http://visual-memory.co.uk/daniel/Documents/S4B/>
- Digital 2022: Ukraine*. Retrieved April 18, 2022 from <https://datareportal.com/reports/digital-2022-ukraine>
- Jacob, F. (2021). *War and Semiotics. Sing, Communication Systems, and the Preparation, Legitimization, and Commemoration of Collective Mass Violence*. Retrieved April 18, 2022 from https://play.google.com/books/reader?id=Ev8MEAAAQBAJ&pg=GBS.PT11&hl=en_US
- Kataloh Telehram-kanaliv ta chativ* [Catalog of Telegram channels and chats]. Retrieved April 15, 2022 from <https://uk.tgstat.com/> (in Ukrainian)
- Kress, Gunther & Theo van Leeuwen. (2004). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London: Routledge.
- Linfield, S. (2010). *The Cruel Radiance. Photography and Political Violence*. Chicago and London: The University of Chicago Press.
- Lovelace, A. (2010). Iconic photos of the Vietnam War era: A semiotic analysis as a means of understanding. Retrieved April 18, 2022 from <https://eloncdn.blob.core.windows.net/eu3/sites/153/2017/06/04LovelaceEJSpring10.pdf>
- Pyrs, Ch.S. (2001). *Yzbrannyye proizvedeniya* [Selected Works]. Retrieved March 30, 2022 from <https://scibook.net/filosofii-pervoistochniki/izbrannyye-filosofskie-proizvedeniya-per-angl.html> (in Russian)
- Reitynh mobilnykh dodatkov za kviten 2022* [Rating of mobile applications for April 2022]. Retrieved May 15, 2022 from <https://tns-ua.com/news/rejting-mobilnih-dodatkov-za-kviten-2022> (in Ukrainian)
- Reitynh ukrainskykh saitiv za berezen 2022: u topi Telegram ta novynni saity* [Rating of Ukrainian sites for March 2022: Telegram and News sites are in the Top]. Retrieved April 15, 2022 from <https://ain.ua/2022/04/16/rejtyng-ukrayinskyh-sajtiv-za-berezen/> (in Ukrainian)
- Zerrer P. & Engelmann, I. (2022). Users' Political Motivations in Comment Sections on News Sites. Retrieved May 18, 2022 from <file:///C:/Users/Zver/Downloads/18852-65196-1-PB.pdf>