

Вікторія Гридчина

СЕМІОЛОГІЯ ВІЗУАЛЬНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ: ПОШУК МЕТОДУ ДОСЛІДЖЕННЯ

У статті розглянуто базові принципи семіології, користуючись якими можна дослідити візуальні повідомлення.

Ключові слова: знак, мова, код, символ, значення.

В статье рассмотрены базовые принципы семиологии, воспользовавшись которыми можно исследовать визуальные сообщения.

Ключевые слова: знак, язык, код, символ, значение.

In the article the basic principles of semiology which is possible to investigate the visual reports were devoted.

Key words: sign, language, code, symbol, value.

Мета статті — визначити семіологічні методи, які можна використовувати при дослідженні візуальних повідомлень.

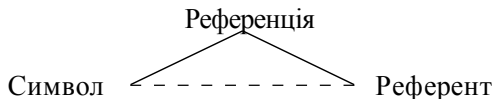
Об'єкт статті — семіологічні дослідження, **предмет** — методи, якими можна дослідити візуальні повідомлення.

Багато дослідників називають семіологію метанаукою, і, як будь-яка метанаука, вона володіє власним поняттєвим апаратом.

Перш ніж почати виклад, треба зазначити, що у нашій статті терміни «семіологія» і «семіотика» використовуються як тотожні, це пов'язано із оглядом праць різних семіологічних шкіл.

Так, Умберто Еко визначає семіологію як феномен комунікації [11]. Ю. Лотман трактував семіотику як науку, що вивчає комунікативні системи. «Ми прагнемо долучитись до певної системи комунікації, щоб одержати інформацію, яка передається. Без долучення, зберігання і передання інформації неможливе життя людини — ні пізнання світу, ні організація людського суспільства» [7, с. 7—8].

Механізм передання інформації передбачає створення і сприйняття повідомлення. Під візуальними повідомленнями розуміємо візуальну інформацію, створену людьми для людей, отже, виникає необхідність введення поняття «сприйняття» і «значення». Деякі аспекти сприйняття візуальної інформації розглядалися раніше у статті «Особливості сприйняття візуальної інформації» [6]. Якщо ж говорити про термін «значення», то необхідно звернутися до трикутника Огдена—Річардса [12].



Символ — це візуальний образ, референт — об'єкт чи річ, а референція — це відношення між символом і річчю, чи, як писав С. Ульман, «інформація, яку ім'я повідомляє слухачу» [13]. Семіотика вивчає відносини між символами і референцією.

Для подальшого викладу необхідно також визначити ще декілька понять. Семантичні теорії використовують терміни «денотат» — означувальний деякий клас речей (символ) і «конотація» — сукупність якостей означувального.

Семіологія як наука у своїй основі має деяку подвійність. Певним чином це пов'язано з її створенням і формуванням. Адже в основі семіології лежать дві ідеї: сосюрівська дихотомія «мова—мовлення» (означальне—означувальне) [10] та пірсівська тріадичність знакової системи.

Сама семіотика може бути методом гуманітарних наук, який визначається не природою об'єкта, а засобом його аналізу.

Зазвичай семіологію за об'єктом дослідження поділяють на три частини. Перша — семіотика мови, яка вивчає усі прояви мови (все, що можна назвати мовою: мовлення, мова, текст тощо); друга — знакові явища (все, що може бути знаком і означати); третя — системи комунікацій (біологічні та механічні зв'язки). Семіотика, яка за об'єкт бере системи комунікації, є не гуманітарною і тяжіє до теорії інформації, досліджуючи механічні кодування, шуми, зв'язок «людина—механізм» тощо. Гуманітарний напрям бере за аксіому, що в основі семіотики лежать комунікативні системи.

Говорячи про семіологію, треба зазначити, що існує певна подвійність—потрійність термінів. Так, уже йшлося про семіологію і семіотику. Говорячи про трикутник Огдена—Річардса, згадувався термін «символ», хоча інколи замість нього використовують термін «репрезентамент». Зрозуміло, що «символ» у трикутнику Огдена—Річардса відрізняється за значенням від «символу» у Пірса й у Сосюра. Подвійність термінів пов'язана не лише з поглядами різних наукових шкіл, а й з особливостями перекладу. Так, пірсівський термін «Icon» у різних працях перекладається як Ікона і як Зображення; «Index» — як Індекс і як Вказівник; «Rheme» — як Рема і як Слово; «Argument» — як Аргумент і як Умовивід.

Ролан Барт, говорячи про семіологічний пошук, наголошує, що для того, аби «дослідження стало можливим, необхідно з самого початку виходити із обмежувального принципу... принципу істотності:

дослідник приймає рішення описувати факти лише з одного погляду; відповідно він буде фіксувати в різнорідній масі фактів лише ті, які важливі з цього погляду (виключаючи все інше)» [3, с. 161]. Перш за все дослідник повинен визначити сукупність різнорідних явищ, які треба розглянути, — її називають «корпус». «Корпус — обмежена сума фактів, заздалегідь визначена дослідником у відповідності із його довільним вибором» [3, с. 162]. Корпус жодним чином не може змінюватись і повинен бути вичерпно проаналізований, щоб усі факти знайшли своє місце. Мета семіологічного дослідження, за Р. Бартом, — це відтворення семіотичної системи. Він також наголошує, що дослідник преси повинен «надати перевагу підбірці газет, які з'явилися одночасно, а не комплекту однієї і тієї ж газети за декілька років» [3, с. 163].

Визначившись із корпусом, необхідно визначитись і з принципами дослідження. Відповідно до поділу семіології за об'єктом дослідження зображення можна розглядати, користуючись різними принципами. Зображення можна розглядати як цілісну мову чи як знакову систему.

Дослідження зображення як мови. Отже, візуальні повідомлення можна розглядати як мову. Адже є певна група людей, які будуть з достатньою імовірністю однаково сприймати візуальні повідомлення. Мова, за Соссюром, завжди має подвійний характер. Тобто існують певні види подвійності чи пари сутностей: індивід—маса, означальне—означувальне.

Р. Барт у своїх «Основах семіології», говорячи про сосюрівську центральну ідею — дихотомію «мова—мовлення», перш за все акцентує, що мова є соціальним явищем, натомість мовлення (промова) — це «індивідуальний акт вибору й актуалізації».

Мова — це система значень, «психічний зв'язок (neud) між поняттям і знаком» [9, с. 192].

Натомість мовлення передбачає наявність «комбінацій» мовних кодів, за допомогою яких людина виражає власну думку, а також наявність психофізичного механізму, який дозволяє об'єктувати ці комбінації.

«Зрозуміло, що основним для мовлення є його комбінаторний аспект, який передбачає виникнення мовлення у результаті послідовного приєднання знаків один до одного» [3, с. 117].

Р. Барт відзначає: «Як тільки-но ми переходимо до систем, що мають глибинний соціальний смисл, ми знову стикаємось із мовою. Безумовно, різні предмети, зображення, манера поводитися здатні озна-

чати і в більшості випадків означають дещо, але при цьому вони завжди позбавлені автономності, будь-яка семіологічна система пов'язана із мовою» [2, с. 276].

Продовжуючи ідею, Р. Барт у «Нульовому ступені письма» називає візуальні образи «структурно надмірними», наголошуючи на тому, що в друкованих ЗМІ вони завжди продубльовані мовними повідомленнями, як-от підписи до фотографій та ілюстрацій.

Однак проблема полягає в тому, що на сьогодні ілюстрації, розміщені на сторінках журналів, не завжди пов'язані із текстом самої публікації. Наприклад, чи можемо ми стверджувати, що обкладинка журналу безпосередньо передає зміст матеріалів номера чи хоча б відтворює провідну тему?

На сьогодні певним чином можна говорити про існування тенденції розщеплення мови тексту і візуальної мови. Яскравим прикладом може слугувати журнал «Мисль» — дайджест світової економічної думки в галузі фінансів і управління. За винятком таблиць і діаграм, усі публікації журналу ілюструються фоторепродукціями картин із різних галерей. Журнал називає це — проект «Сучасне мистецтво України». Тобто у текстовій частині йдеться про економіку, а візуальна — розповідає про мистецтво.

Проблема неспівпадіння візуального ряду і тексту вже порушувалася раніше у статті «Зображальна інформація: інформаційні та неінформаційні зображення» [5]. Так, діловий журнал «Мир денег» (з ілюстративною частиною 42—60% обсягу видання) має від 11% до 22% зображення, які жодним чином не стосуються публікацій (візуальна реклама в ці відсотки не входить).

Отже, дослідження мови знаків — візуальної мови — набуває актуальності.

«Очевидно, в перцептивному плані зображення і письмове повідомлення, наприклад, сприймаються свідомістю по-різному; сам зоровий образ також може прочитуватися багатьма способами: схема може значити набагато більше, ніж малюнок, копія — більше, ніж оригінал, карикатура — більше, ніж портрет» [1, с. 73].

«...Зображення імперативніше за письмо; воно нав'язує своє значення у цілому і відразу, не аналізуючи його, не подрібнюючи на складові. Проте ця відмінність зовсім не засаднича, оскільки зображення стає свєрідним письмом, як тільки воно набуває значення; як і письмо, воно створює *вислови*» [1, с. 74].

«Смисл є тільки там, де предмет чи дія названі; світ означувальних — це світ мови» [2, с. 276]. Схема дослідження, за Р. Бартом, — це встановлення «класу фактів, які належать мові, і класу фактів, які належать мовленню» [3, с. 124], визначення означального і означувального.

Говорячи про дослідження візуальної складової преси, можна стверджувати, що мова — це графічна концепція видання, натомість мовлення — це кожен номер, який за допомогою різних комбінацій знаків реалізує цю концепцію.

Дослідження зображення як знакових явищ. Знакові явища (все, що може бути знаком і означати). Тріадична система Ч. С. Пірса наголошує на різних рівнях дослідження знака. Так, перший рівень — це дослідження знака стосовно самого себе. Знак стосовно самого себе може бути **Квалісигнумом** (Qualisign), **Синсигнумом** (Sinsign) чи **Легісигнумом** (Legisign).

«**Квалісигнум** є якістю, що є Знаком. Він не може поводитися як знак, поки не буде актуалізований (embodied), проте його актуалізація жодним чином не причетна до того факту, що він усе ж є знаком» [8, с. 58]. Яскравим прикладом знака квалісигнума є колір. Достатньо порівняти значення: червона сукня, чорна сукня, весільна сукня.

«**Синсигнумом**... є реально існуюча річ або подія, яка є Знаком. Він може бути таким лише завдяки власним якостям, так що містить у собі своєрідний квалісигнум чи навіть декілька квалісигнумів, які відрізняються тим, що через їх актуалізацію знак тільки отримує форму» [8, с. 58]. Прикладами знака синсигнума є фотографія людини, дорожні знаки тощо.

«**Легісигнум** є закон, який є Знаком. Цей закон зазвичай встановлюється людиною. [...] Це не одиничний об'єкт, а загальний тип, про який домовилися, що він володіє деякою значимістю. Кожний Легісигнум означає (signifies) дещо завдяки конкретному випадку його застосування, який називається його Реплікою. [...] Репліка є Синсигнумом. Таким чином, кожний Легісигнум потребує Синсигнумів. Однак це не звичні Синсигнуми, якими є особливі випадки, визнані значущими. Так само і Репліка не буде мати жодного значення, якщо за нею не буде стояти закон, який її санкціонує» [8, с. 58]. Прикладами можуть бути логотипи газет, умовне зображення, зображення хреста.

Знак стосовно свого об'єкта може бути **Іконою** (Icon), **Індексом** (Index) чи **Символом** (Symbol).

«**Ікона** (Зображення) є Знак, що відсилає до Об'єкта, який він денотує, просто за допомогою властивих йому ознак, якими він володіє незалежно від того, існує такий Об'єкт насправді чи ні» [8, с. 58]. Приклади — діаграма, структура, малюнок, фотографія, тобто все, що за зовнішніми ознаками подібне до об'єкта.

«Справді, поки що не існує такого Об'єкта, Ікона не може діяти як Знак, проте це жодним чином не причетне до того факту, що вона все ж є знаком. Що б то не було, чи то якість, індивідуальне існування або закон, Іконою є що завгодно за умови, що вона подібна до цієї речі і використовується як її знак» [8, с. 59]. Щоби зрозуміти Ікону, ми повинні знати об'єкт і відповідно зіставити зображення із об'єктом.

Ч. С. Пірс виокремлює два відмінних підкласи іконічних знаків: образи та діаграми. В образах означальне репрезентує прості якості означувального. Діаграма — це іконічний знак співвідношення частин. Відношення означального відповідають відношенню означувального.

«**Індекс** (Вказівник) є знак, що відсилає до Об'єкта, який він денотує, коли знаходиться під реальним впливом цього Об'єкта. Тому він не може бути Квалісигнумом, бо сутність якості в тому, що вона є сутністю незалежно від будь-чого. Оскільки Індекс перебуває під впливом Об'єкта... він відсилає до Об'єкта. З огляду на це він включає в себе особливого виду Ікону. Індекс не характеризується простою подібністю до свого Об'єкта, навіть у тих відношеннях, які роблять подібність знаком» [8, с. 59]. Прикладами Індексу є стрілка-вказівник, калюжа, дим.

Індекс, чи то Вказівник, ми розшифруємо і розуміємо завдяки попередньому досвіду. Ми бачимо, що коли горить вогонь, то йде дим, отже, коли ми бачимо дим, то відповідно асоціюємо його із полум'ям.

«**Символ** є знак, який відсилає до Об'єкта, який він денотує шляхом закону, зазвичай — поєднання деяких спільних ідей, які діють таким чином, що стають причиною інтерпретації Символу, які відсилають до вказаного Об'єкта. Можна зробити висновок, що він сам по собі є деякий загальний тип, чи закон, тобто є Легісигнумом. Як такий він діє через Репліку. Не лише він сам є загальним правилом, а й Об'єкт, до якого він відсилає, за природою своєю також є дечим загальним. Таким чином, повинні існувати деякі випадки того, що денотує Символ. Символ непрямо, через асоціацію чи інший закон, відчуває вплив цих випадків, відповідно включає у себе особливого роду Індекс» [8, с. 59]. Приклади — хрести, умовний малюнок тощо.

Розуміння символу безпосередньо залежить від того, як нас навчили це робити. У Х. Л. Борхеса є оповідання «Перетворення», де він зауважує, що стрілка-вказівник колись була зробленою із металу зброєю, якою вбивали; прикраса у вигляді аркану колись була знаряддям чередника; рунічний хрест на кладовищі — знаряддям убивства Бога. «Хрест, аркан і стріла, стародавні знаряддя людини, що впали чи підняті зараз до символів... жоден із нас не знає, у що його перетворить прийдешнє» [4, с. 524]. Один і той же символ може бути по-різному розшифрований людьми різних культур і часу. Досить пригадати вислів — «змінювати чоловіків як рукавички». Час змінив значення.

Знак стосовно інтерпретанта може бути **Ремою** (Rheme), **Дицисигномом** (Dicisign) і **Аргументом** (Argument).

«**Рема** (Слово) — це Знак, який для свого Інтерпретанта є Знаком якісної можливості, тобто розуміється як репрезентуючий такого-то і такого-то роду можливий Об'єкт. Будь-яка Рема, ймовірно, може надати деяку інформацію, проте в такій можливості не інтерпретуються» [8, с. 60]. Це будь-який візуальний знак — як термін якогось вираження.

«**Дицисигнум** — це Знак, який для свого Інтерпретанта є Знаком дійсного існування. Саме тому він не може бути Іконою, оскільки не має основи для інтерпретації його як такого, що посилається на дійсне існування. Дицисигнум із необхідності в якості своєї частини включає особливого роду Рему, щоб тим самим описати факт в якості вказівника/індикатора (indicating), на який Дицисигнум інтерпретується. Оскільки така Рема є суттєвою складовою Дицисигнума, він жодним чином не визначає її як таку» [8, с. 60]. Це два візуальних знаки, пов'язані між собою певним чином.

«**Аргумент** (Умовивід/Дискусія) — це Знак, який для свого Інтерпретанта є Знаком закону. Можна говорити, що Рема — це знак, який розуміється як репрезентація Об'єкта винятково у власних рисах; що Дицисигнум — це знак, який розуміється як репрезентація об'єкта з погляду його реального існування; що Аргумент — це Знак, який розуміється як репрезентація Об'єкта в якості Знака» [8, с. 60].

Прикладом візуального аргументу можуть бути інфографіка, колажі, що складаються із зображень, фотографій, текстів.

Кожне зображальне повідомлення може бути дослідженим у трьох знакових вимірах. А відтак можливі різні комбінації знаків, наприклад, один візуальний знак може бути Іконічним Рема-Квалісигномом чи Індексальним Рема-Синсигномом тощо.

Отже, вивчення зображення як знакових явищ може охоплювати всі три рівні, а може, навпаки, досліджуватися лише один із видів знаків.

Мова, досліджена через знак. Ч. Моріс пропонує досліджувати мову через знаки, використовуючи пірсівську тріадичність. «Термін «мова», так само, як і більшість термінів, що стосуються знаків, неоднозначний, оскільки його ознаки можуть бути сформульовані в термінах різних вимірювань. Так, представник формальної логіки схильний розглядати мову як будь-яку аксіоматичну систему, незалежно від того, чи визначає ця система певні об'єкти і чи використовує її реальна група інтерпретаторів; представник емпіризму, навпаки, схильний підкреслювати необхідність зв'язку знаків із об'єктами, які вони означають і властивості яких вони правильно констатують; нарешті, представник прагматизму схильний розглядати мову як тип комунікативної діяльності, соціальної за походженням і сутністю, за допомогою якої члени соціальної групи більш успішно задовольняють свої індивідуальні та загальні потреби» [9, с. 45].

Отже, мову як систему знаків «можна проаналізувати за трьома вимірами: дослідження самої структури знаків, їх відношення до того, що вони означають, і їх відношення до інтерпретаторів» [9, с. 47].

Дослідження самої структури знаків — синтактична структура мови; відношення до того, що означає, — семантична структура мови; відношення до інтерпретаторів — прагматична структура мови.

Кожна мова функціонує завдяки певним правилам, формулювання яких лежить в основі морісівського підходу.

Синтактичні правила будуть визначатися взаємопов'язаністю знаків та реакцій на них. «Представник формальної логіки формулює реакції у вигляді знаків; і хоча він починає з довільного набору правил, в якості попередньої умови він визнає взаємопов'язаність реакцій, що повинні бути у можливих інтерпретаторів до того, як про них можна було б сказати, що вони використовують цю мову» [9, с. 51].

Так, фотографія людини буде сприйматися як безпосереднє посилання на цю людину, проте якщо ми візьмемо цю фотографію у чорну рамку, то сприйматимемо це як повідомлення про смерть сфотографованої людини. Певним чином чорна рамка вводиться як знак заперечення існування об'єкта.

«Семантичне правило визначає, за яких умов знак можна застосувати до об'єкта чи ситуації; такі правила встановлюють відповідність

між знаками і ситуаціями, які ці знаки здатні визначати (денотувати). Знак може означати (мати денотатом) усе те, що відповідає умовам, сформульованим у семантичному правилі, тоді як саме правило констатує умови означення (десигнації) і тим самим визначає десигнат (клас чи рід денотатів)» [9, с. 56]. Тобто це ті умови, при яких знак буде мати сенс.

«Будь-яке правило, коли воно реально застосовується, виступає як тип поведінки, і в цьому сенсі в усіх правилах є прагматичний компонент. Проте в деяких мовах існують знакові засоби, що керують правилами поза і понад синтактичними і семантичними правилами; такі правила є прагматичними» [9, с. 67].

«З погляду прагматики мовний знак використовується у поєднанні з іншими знаками — членами певної соціальної групи; мова — це соціальна система знаків, опосередкована реакція членів колективу стосовно один до одного і їх оточення. Розуміти мову — значить користуватися лише тими сполученнями і перетвореннями знаків, які не забороняються і прийняті у цій соціальній групі, визначати об'єкти і ситуації так, як це роблять члени цієї групи, мати... ті ж сподівання, що й в інших членів, і висловлювати свої власні стани так, як це роблять інші, розуміти мову чи правильно її використовувати — значить наслідувати правила користування (синтактичні, семантичні та прагматичні), прийняті в цій соціальній спільності людей» [9, с. 68].

«Синтактичні правила визначають знакові відносини між знаковими засобами; семантичні правила співвідносять знакові засоби із іншими об'єктами; прагматичні правила констатують умови, при яких знаковий засіб є для інтерпретаторів знаком» [9, с. 67].

Ч. Моріс наголошує також на тому, що кожний розділ чи окрема дисципліна потребує власних термінів: «термін «імпліцирує»... це термін синтактики; «означає» і «денотує» — терміни семантики, а «виражає» — прагматики. Оскільки різні вимірювання — це лише аспекти одного і того ж процесу, то між термінами цих дисциплін виявляються певні зв'язки; і знадобляться особливі знаки для характеризовання цих зв'язків і тим самим процесу семіозису загалом. Термін «знак» — це термін семіотики в цілому; його неможливо визначити в межах однієї лише синтактики, семантики чи прагматики...» [9, с. 43—44]. Вчений також уводить свої види знаків, якими користується на всіх рівнях семіозису (синтактичному, семантичному та прагматичному). Так, індексальний знак вказує на один конкретний об'єкт; характеризуючий —

означає багато речей, а отже, поєднується із знаками, що експліцирують (пояснюють) або обмежують сферу його застосування; універсальний знак може означати все, тобто має зв'язки зі всіма знаками.

Як акцентує Ч. Моріс, зображення є продуктами поведінки людини. Знакові ж фактори сприйняття взаємопов'язані із знаками та знаковими засобами. Бачимо червоне світло світлофора та зупиняємося: червоний колір — небезпека, червоний зазвичай сприймається як колір крові: втрата крові — загроза, смерть. «...Завдяки взаємопов'язаності явищ, з одного боку, і взаємопов'язаності дій — з іншого, знаки стають взаємопов'язаними, і виникає мова як система знаків» [9, с. 47].

Історично так склалося, що семіологія як наука використовує різні підходи та принципи до вивчення знакових явищ. Починаючи семіотичне дослідження, науковець стикається із низкою проблем, таких як визначення корпусу дослідження, вибір об'єкта, принципу та методу дослідження.

Вивчати мову як явище із визначенням подвійних сутностей образної знакової системи: таких як визначення означального і означувального; індивідуального — масового? Чи досліджувати різні види знаків? Чи, можливо, спробувати визначити правила, які роблять обрану систему функціональною мовою, яку розуміє широкий загал споживачів?

Поле для вивчення візуальних повідомлень безмежне. Свого часу У. Еко дослідив іконічні коди реклами, визначаючи денотацію і конотацію повідомлення.

Ч. С. Пірс наголошував, що семіологічні дослідження — це сфера феноменології [8].

Адже, як підкреслював Ю. Лотман, семіотичний механізм — це адекватне передання певного повідомлення, а «співпадіння кодів того, хто передає, і того, хто приймає, у реальності можливе лише деякою зовсім відносною мірою» [7, с. 157].

Отже, дослідник створює свій семіотичний вимір, де рівень співпадань безпосередньо залежить від ступеня проникнення у культурне середовище.

1. *Барт Р.* Избранные работы : Семиотика. Поэтика : пер. с фр. / Ролан Барт. — М. : Прогресс, 1989. — 616 с.
2. *Барт Р.* Нулевая степень письма / Ролан Барт. — М. : Академический проект, 2008. — 431 с.
3. *Барт Р.* Основы семиологии / Ролан Барт // Структурализм: «за» и «против». — М., 1975. — С. 114—163.

4. Борхес Х. Л. Собрание сочинений : в 4 т. / Хорхе Луис Борхес. — 2-е изд., испр. — СПб., 2006. — Т. 2. — 847 с.
5. Гридчина В. В. Зображальна інформація: інформаційні та неінформаційні зображення / В. В. Гридчина // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Сер.: Филология. — 2005. — Т. 18(57), № 1. — С. 248—252.
6. Гридчина В. В. Особливості сприйняття візуальної інформації / В. В. Гридчина // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Сер.: Филология. — 2006. — Т. 19(58), № 5. — С. 35—39.
7. Лотман Ю. М. Семиосфера / Ю. М. Лотман. — СПб. : Искусство—СПБ, 2000. — 704 с.
8. Пирс Ч. С. Начала прагматизма : пер. с англ. / Чарльз Сандерс Пирс. — СПб., 2000. — 352 с.
9. Семиотика. — М. : Радуга, 1983. — 636 с.
10. Соссюр Ф., де. Заметки по общей лингвистике : пер. с фр. / Ф. де Соссюр. — М. : Прогресс, 1990. — 228 с.
11. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / Умберто Эко ; пер. с итал. В. Г. Резник и А. Г. Погоняйло. — СПб. : Симпозиум, 2006. — 544 с.
12. Ogden C.K. Il significeto del significato / C. K. Ogden, I. A. Richards. — Milano, 1966.
13. Ullman S. La semantica / S. Ullman . — Milano, 1966. — P. 90—130.

Максим Балаклицький

ГАЗЕТА «ДЛЯ ТЕБЯ»: ШЛЯХИ МЕДІАТИЗАЦІЇ ХРИСТІЯНСЬКОЇ ІДЕОЛОГІЇ

Стаття доводить, що журналісти газети «Для ТЕБЯ» виявляють релігійний компонент усіх сфер суспільного життя, використовуючи фонові знання нецерковної аудиторії.

Ключові слова: *медіатизація, ЗМІ, газета, преса, протестант.*

Статья показывает, что журналисты газеты «Для ТЕБЯ» выявляют религиозный компонент всех сфер общественной жизни, используя фоновые знания нецерковной аудитории.

Ключевые слова: *медиазация, СМИ, газета, пресса, протестант.*