

article is the analyses of media in the context of media-archeology and visual anthropology. Media research is primarily related to the emergence and study of technical media and their impact on human identity. **Methods.** The methodology of the research is connected with using of analytical, comparative and axiological methods, as well as the systemic, historical and cultural approaches. **Results.** Media turn from the means of deepening the vision of reality into its transponder, which leads to the emergence of a separate media reality format, which causes creation of research strategies for comprehension of the expansion of media images and definition of their ontological status. The emergence of "media archeology" indicates a change in the methods of researching the media, rethinking the content of the very concept of "media". **Originality.** The problem of the visual goes beyond the category of "mode of perception" and requires the inclusion of the category "experience of perception", which makes it possible to apply the term "visual anthropology" not only to the on-screen forms of visual culture and communication, but also to design and architecture; not only to the visible, but also to the imaginary (psychotherapy and philosophical anthropology), or to contemplative (various psychopractices of spiritual life); in which universal media are the "prism" of vision and memory technology. **Conclusion.** The subject field of media archeology and visual anthropology of Post-Present is not only a change in the methods of visualization and mediation, but also through a rethinking of the concept of "media" and the study of media influence on visual practices – the identification of the origins and conditions for the formation of the representation culture in general.

Key words: media culture, technical and optical media, mediations, media archeology, visual anthropology, representation culture.

Одержано редакцією 23.11.2018
Прийнято до публікації 07.12.2018

УДК [164.02:159.955.6]:004.738.5 (045)
DOI:10.31651/2076-5894-2018-2-76-84

АСТАПОВА-ВЯЗЬМИНА Елена Игоревна,
кандидат философских наук,
доцент кафедры философии и религиоведения
Черкасского национального университета
имени Богдана Хмельницкого,
e-mail: ast.elen.ig@gmail.com

СЕМИОТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ОБЩЕНИЯ И РАССУЖДЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ ОНЛАЙН-ИГРЫ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ FACEBOOK

В статье рассматривается новая модель общения, обязанная своим появлением социальным сетям, Интернету. Электронная почта, дискуссионные клубы, форумы, веб-сайты открыты для публичного обсуждения различного вида проблем, от научных до развлекательных. Типичная схема обмена информацией между адресантом и адресатом дополняется формированием нового смысла сообщения, смысла, который создают и транслируют читатели данного текста. Смена семиотического кода информационного пространства в начале 2000-х годов привела к новым возможностям восприятия и интерпретации текста. Появление новой модели общения, которая предусматривает вариант картинково-цитатного мышления, произвольное интерпретирование знака, а также обогащение значения знака с каждым последующим комментарием в онлайн-общении, позволяет рассматривать минимальный носитель текстовой информации – знак с позиции выбора семиотического ресурса. На примере онлайн-марафона в социальной сети Facebook в статье описывается формула новой модели общения, и анализируются виды рассуждений, которые используются в коммуникациях такого типа. Процесс создания заков зависит от интересов создателей знака, доступности семиотических ресурсов и способности создателя знака понимать значение, которое он хочет реализовать. Связь между «значением» и «формой» знака обязательно мотивирована. Классическая модель общения, предложенная Р. Якобсоном, дополняется взаимосвязанными системами информационной ценности, последовательности и формированием смысла самого сообщения.

Ключевые слова: знаковая система, семиотическая модель общения, информационное пространство, социальная сеть, Интернет, онлайн-игра, рассуждение.

Постановка проблемы. Сегодня Интернет является площадкой, которая предоставляет и создает новые формы общения. Электронная почта, видеоконференции, вебинары, дискуссионные клубы, форумы, веб-сайты, социальные сети открыты для публичных обсуждений среди пользователей Интернета по вопросам, которые имеют как общий (например, политика, психология, учеба, международные отношения и т. д.), так и узкоспециализированный интерес. Без строгой привязанности к временному параметру пользователи Сети могут читать, отвечать на общедоступные сообщения, вступать в дискуссию, аргументируя свою позицию. В данном контексте представляется возможным говорить о смене семиотического кода информационного пространства, новых формах моделирования, как ситуации возникновения знака, так и самого знака, а также формирования модели коммуникации, основанной на картинково-цитатной схеме.

Анализ последних исследований и публикаций. Классическая теория знаковой системы и знака представлена в работах Ч. Пирса, Ф. де Соссюра, Ч. Морриса, Р. Якобсона [1], Т. Себеока, Ю. Лотмана, У. Эко. Проблематика речевых актов является предметом анализа в работах Дж. Серла [2; 3], а социальной семиотики – в исследованиях Т. ван Лювена [4] и П. Ваннини [5]. Теория рассуждений и аргументации в контексте прикладных исследований рассматривается в работах Е. Лисанюк [6; 7], И. Микиртумова [8], А. Мигунова [9], В. Чуешова, С. Новиченкова; особенности форумов в Интернете как формы аргументативной активности – в исследованиях М. Левински [10].

Цель данной работы. Не претендуя на глубокий и детальный анализ, проанализируем особенности семиотической модели общения на примере онлайн-игры в социальной сети Facebook, а также опишем основные виды рассуждений, которые используются в коммуникациях такого типа.

Изложение основного материала. Семиотический код информационного пространства кардинально меняется с начала 2000-х годов, и сегодня мы имеем совершенно новое его понимание. Представим поток информации, находящийся между точками А (верхняя) и В (нижняя), который через несколько сантиметров расходится веером справа и символизирует собой текстовую (информационную) картину мира. Поток информации включает все виды информации, которые когда-либо существовали в обществе, но промежуток А – В – это период с фиксированной границей существования информации или понимаемой текстуальной картиной мира. За пределы А – В информационное пространство не выходило. Х – это точка начала веерного расхождения и обозначает начало 21 века. Что имеется в виду?

Речь идет о том, что до 2000-х годов существовала в каждый период развития общества почти одинаково интерпретируемая и понимаемая текстовая эпоха. Для людей, которые жили до начала 21 века, текстуальная информация была в контролируемых пределах восприятия. Веерное расхождение информации показывает неконтролируемый ее поток, который мы наблюдаем с начала 21 века и связан он, прежде всего, с развитием цифровых технологий и Интернета. С появлением социальных сетей, виртуальных библиотек, программ перевода с разных языков, компьютерных игр тексты стали более доступными. Одной из форм такой доступности оказалась интерпретация текста. Вследствие этой доступной интерпретации изменилось восприятие текста и отношение к нему, а, соответственно, меняется и его анализ. К тексту, если это выражение будет корректным, можно прикоснуться, ощутить его изнутри, что и определяет особенности восприятия и обработки информации современным человеком.

В ноябре 2018 года в социальной сети Facebook было размещено объявление о начале онлайн-марафона «Превращаем мечты в результат» и желающие могли вступить в закрытую группу. Уважая правила закрытой группы, особенности онлайн-игры опишем лишь в общих чертах. Авторы игры предложили для выполнения более 10 основных заданий и 5 факультативных (необязательных, но стимулирующих основную цель).

В первом подготовительном задании (1П) следовало написать, чем каждый из членов группы полезен людям планеты Земля. Вопрос звучал так: «Что Вы знаете и умеете уникального и почему нам это может понадобиться?» Написать надо было коротко, в несколько строк, при этом описание должно было быть максимально простым и второе условие, чтобы нам захотелось это срочно иметь. В ответах указывались различные умения: разговаривать на 3 языках и этим помогать другим, составлять рацион здорового питания, делать качественный дизайн магазина и товарных знаков, писать сказки для маленьких, управлять энергией и уменьшать разбрызгивание негатива в пространство, изучать альтернативную медицину и помогать другим, организовывать вечеринки, молиться за всех, смешить друзей и т. д.

Следующее подготовительное задание (2П) касалось непосредственно мечты. Надо было по 10-бальной шкале определить как далека мечта. Например, 1 – в паре шагов, 10 – так далеко, что страшно подступиться.

В одном из факультативных заданий (Ф31) предлагалось прожить завтрашний день так, как если бы вы точно знали, что впереди желанные перемены.

Первое основное задание (1О): представить себя ровно через год и описать свои чувства, мысли, достижения, вопросы, которые бы себе задали. В ответе авторы проекта рекомендовали ориентироваться на такие позиции: 1. Мечта. 2. Чувства и ощущения. 3. На сколько ты шагов от мечты. 4. Ты через год – ответы на вопросы. 5. То, что создано за год. 6. Советы и рекомендации от тебя будущего, выполнившего цели. 7. Немного рефлексии о том, как это было, какие переживания, идеи, мысли, осознания и т. д.

Основное задание 2 (2О) касалось вопроса воображаемого будущего через год. В ответе надо было указать: 1. Название проекта. 2. Миссию. 3. Ценности, на которых строится проект. 4. Слоган проекта. 5. Видение ситуации. 6. Цель проекта. 7. Осознания, решения, чувства. 8. Логотип проекта. Нарисовать символ этого года.

В следующем основном задании (3О) следовало расписать свой будущий проект по месяцам (что необходимо делать каждый месяц по пунктам).

Предпоследнее задание (ПЗ): написать внешние и внутренние препятствия для осуществления мечты.

Заключительное задание (ЗЗ): что понравилось и что не понравилось в марафоне.

Факультативное задание (Ф32), которое почти все время повторялось, называлось «через объектив». Через каждые три-четыре часа надо было фотографировать то, что нас окружает, описывать все эмоции, которые нас в момент фотографирования охватывали, и, как результат, выбираем фото дня и выкладываем. К данному посту прилагались 35 изображений различных эмоциональных состояний: коварство, стыд, любовь, ненависть, радость, вина и т. д.

Итак, перед нами классическая схема обмена информацией между отправителем и получателем, схема, которая осуществляется через определенный набор инструментов. Типичная семиотическая модель коммуникации была представлена Р. Якобсоном в «Лингвистике и поэтике». Р. Якобсон структурировал речевое событие или любой акт речевого общения с точки зрения шести связанных элементов: адресанта (addresser), сообщения, адресата (addressee), контекста (context), кода (code) и контакта (contact). «Адресант посылает сообщение адресату. Чтобы сообщение могло выполнять свои функции, необходимы: *контекст*, о котором идет речь...; контекст должен восприниматься адресатом, и либо быть вербальным, либо допускать вербализацию; *код*, полностью или хотя бы частично общий для адресанта и адресата (или, другими словами, для кодирующего и декодирующего); и наконец, *контакт* – физический канал и психологическая связь между адресантом и адресатом, обуславливающие возможность установить и поддерживать коммуникацию [1].

Каждому из этих шести элементов соответствует особая функция языка, замечает Р. Якобсон. *Референтативная* (денотативная, или когнитивная) функция – является центральной задачей многих сообщений; *эмотивная*, или экспрессивная, функция,

сосредоточенная на *адресанте*, имеет своей целью прямое выражение отношения говорящего к тому, о чем он говорит. Предметом речи становится сам код: речь выполняет здесь *метаязыковую* функцию (то есть функцию, толкования). Стремление начать и поддерживать коммуникацию характерно для говорящих птиц; именно фатическая функция языка является единственной функцией, общей для них и для людей. Ориентация на *адресата* – *конативная* функция – находит свое чисто грамматическое выражение в звательной форме и повелительном наклонении, Направленность (*Einstellung*) на *сообщение*, как таковое, сосредоточение внимания на сообщении ради него самого – это *поэтическая* функция языка [1].

В типичной модели общения речь идет о знаках представления информации и использовании этих знаков. При этом отправитель предлагает как информацию (это может быть письмо, художественный, живописный, научный текст, архитектурное сооружение, музыкальное произведение, жест и т. д.), так и код, заданный соответствием означаемых и означающих. Как получатель может идентифицировать посланное ему сообщение? С помощью кода адресат переведет полученную информацию в означаемое и сможет понять сообщение. Минимальным носителем текстовой информации выступает знак, который понимается как материальный объект и которому при определенных условиях соответствует некое «значение» (реальная или вымышленная вещь, явление, процесс, фантастическое или сказочное существо и т. д.).

Анализ знакового процесса приводит нас к моделированию ситуации возникновения знака, в которой осуществляется переход от мира реального к миру изображаемому. Мы получаем возможность рассмотрения знакового процесса, который основывается на понятии предшествования, который мы можем определить через оператор «ранее». Знак уже создан, картина написана, здание построено, научный текст представлен аудитории и т. д. Теперь зритель/читатель должен понять и объяснить этот знак. Иначе говоря, сегодня, в настоящем, надо понять смысл того, что было когда-то и кем-то создано.

В плоскости данного исследования онлайн-игры, необходимо учесть особенности культурного и индивидуального опыта каждого участника, картины его мира, языка и мышления. И на первый план выходит более проблема понимания *другого*, нежели проблема убеждения или переубеждения, задача, которую перед собой ставили организаторы онлайн-игры. Однако сейчас в социальных сетях мы наблюдаем совершенно иную модель общения, у нас уже нет одного отправителя и одного получателя. В современном мире есть отправитель и несколько получателей.

В контексте социальной семиотики мы не можем предполагать, что тексты произведут именно те значения и эффекты, на которые надеются их авторы. На уровне социальных действий следует изучать именно борьбу и ее неопределенные результаты, а также их влияние на производство смысла. В социальной сети идеальная мета-функция знака может комментировать обратную связь от адресата (или адресатов), получающего произведенный знак. Таким образом, значение, которое переносится из знака, не принадлежит его собеседнику. Содержимое знака будет обогащено комментариями других пользователей, которые транслируют сообщение.

Что произошло в данной онлайн-игре? Межличностная мета-функция знака распространилась среди участников группы, тех, кто читает посты. Группа закрытая, и можно утверждать, что организаторами была предложена командная игра. В последней играть всегда легче, ответственность понимания распределяется на всех участников и есть как обязательный положительный, так и обязательно отрицательный пример. В данном онлайн-марафоне на отрицательный результат никто не был настроен, однако ответы на задания обязательно комментировались участниками, кому-то что-то нравились, кому-то нет, под понравившимся ответом ставились лайки. Даже возможно было проследить фаворитов среди участников игры. Ответ, как знак, был доступен всей аудитории и поэтому важность создания привлекательного, а потом и популярного сообщения приносила уважение его

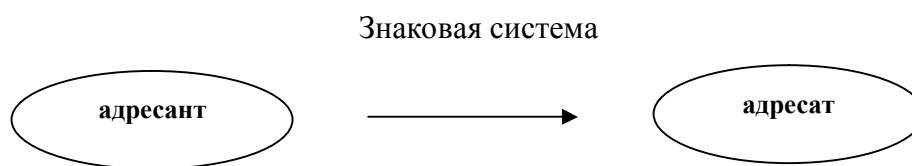
производителю.

Каждое задание авторы проекта сопровождали примерами, предлагая возможность создания такого же знака, состоящего из цитат, картинок, фото, маркеров времени и т. д. Данная ситуация может быть оценена как сотрудничество, закрепляя общие возможности всех участников игры на создание похожего знака. Картинка, которая выставлялась как аналог текста, закрепляла определенный образ, и участники группы этот знак могли повторить. Например, какую фотографию выкладывать, если в течение дня меня окружает не совсем привлекательный пейзаж или в моей квартире интерьер не предполагает к хвастовству. Тогда я могу предложить картинку или фото, которое для меня что-то символизирует, что мне дорого. Участники предлагали фото поделок своих детей, фото праздничного стола на каком-нибудь мероприятии или картины известных художников.

Формирование такого типа мышления, картинково-цитатного, настраивало аудиторию на позитивный лад, так как текст становился понятен всем участникам и читать, комментировать его доставляло удовольствие.

Итак, представляется возможным говорить о нескольких взаимосвязанных системах, которые связывают интерактивные значения картинки и текста. Во-первых, это информационная ценность. Расположение элементов онлайн-игры, которые связывали участников и организаторов, а также участников друг с другом, наделяют их конкретным информационным значением, которое закрепляется за определенными зонами формирования положительного результата самого онлайн-марафона. Результатом должны были стать конкретные мечты конкретных людей, а также конкретные задания, планируемые конкретные задания для их выполнения и реализации. Во-вторых, последовательность. Ключевые элементы марафона – задания и примеры их решения должны были привлечь участников игры фактором повторяемости действия, тональностью ответов. Вебинары, о которых опять же с определенной последовательностью заявляли организаторы марафона и комментарии автора вебинаров, которая выступала положительным примером реализовавшейся мечты. Автор – успешная бизнес-леди, имеющая интересное хобби (регата и все, что с ней связано), а также постоянно переезжающая из дома в одной европейской стране в дом в другой европейской или ближневосточной стране. Третья составляющая – это сам пост, который включает и элементы изображения, и элемент текста. Анализируя текст, мы не всегда используем один семиотический код, так как возникает вопрос интегрированности составляющих, их взаимодействия, иначе говоря, речь идет о смысле текста.

И если классическое отношение между отправителем и получателем информации может быть представлено в виде схемы:



то схема сообщения в социальной сети на основе рассматриваемого нами примера онлайн-игры может быть представлена в виде формулы:

$$\text{Post (m)} = \text{Post (a)} + \diamond \text{Like} + \diamond \text{Comment (s)}$$

\uparrow \uparrow где
 (R) (Rp),

Post (m) – это мое сообщение,
 Post (a) – это сообщение автора,
 \diamond Like – это возможный «лайк»,

◇ Comment (s) – это возможный комментарий,

R – моя реакция на пост автора и реакция других участников группы как на мой ответ, так и на пост автора.

Знаки – это элементы, в которых «значение» и «форма», обозначающее и обозначаемое объединяются общим смыслом. Процесс изготовления знаков зависит от интересов создателей знаков, доступности семиотических ресурсов и способности создателей понимать те значения, которые они хотят реализовать. Иначе говоря, связь между «значением» и «формой» не является произвольной, а обязательно мотивирована. В социальных сетях это сообщения, которые генерируются, комментируются, транслируются, пересылаются, нравятся или не нравятся пользователям, участвующим в интерпретации сообщения.

Из доступной системы ресурсов «выбирается» семиотический ресурс, другими словами, мы выражаем значения посредством своего выбора из контекста, доступного в конкретный момент. Однако этот выбор всегда социален, регулируется знаковой системой, в которой мы находимся, отношениями, доступными в обмене информацией, и формирует способы использования их. Например, представим для наглядности в виде таблички количество комментариев на основные и факультативные задания онлайн-марафона:

задание	количество комментариев
1П	968
2П	664
Ф31	158
1О	694
2О	534
3О	279
ПЗ	155
ЗЗ	139
Ф32	287
Ф33 (такое же, как предыдущее)	35

Как видим, наибольшее количество комментариев набирали задания, которые касались непосредственно темы самой мечты. Коммуникативное поле марафона задавалось авторами по принципу аналогии: «Я смогла реализовать, значит, Вы тоже сможете это сделать», «Я хотела..., значит, Вы тоже можете это хотеть», «Мне удалось..., значит, и Вам удастся», «Я предлагаю свой вариант, а Вы по моему принципу формируете свой», «Я уже сделала (реализовала, имею и т. д.), а Вам предстоит это сделать, иметь и т. д.».

Аналогия – один из самых простых и доступных способов убеждения: «Я такая же, как и Вы», «У меня такие же интересы, страхи, болезни, как и у Вас», а также приводятся примеры третьих лиц, которые также смогли преодолеть все трудности, не-знания, волнения и боязнь, и как результат – стали успешными и богатыми. Вообще эффективность модели зависит от того, насколько человек критически и креативно думает о своих аргументах. В данном случае модель ориентирована была на эвристику построения аргумента.

Это очень увлекательный момент – помечтать, построить планы на будущее, представить себя счастливым, богатым, обеспеченным человеком, а именно на это делалось ударение. В примерах к заданиям были строго практические цели: иметь такой-то доход, иметь недвижимое имущество, определенный уровень заработка к такому-то времени. Аналогичный пример легко построить, тем более, что тебя обязательно поддержат все участники группы, так как почти все игроки находились в определенной системе «пока недостижимости своей мечты». Ключевым моментом выступает концепция диалога, которая рассматривается как контекст, в который вписываются аргументы, чтобы их можно было оценивать как

подходящие или нет в данном контексте.

Успех подобного проекта зависит от уровня заинтересованности в обмене информацией. И поэтому организаторы онлайн-марафона рекомендуют в вебинарах поделиться и обсудить точку зрения по ряду интересующих вопросов. Представляется возможным предположить модель рассуждения, в которой аргументация имеет смысл только в ответ (фактический или просто ожидаемый) сомнения относительно основной проблемы проекта, а именно, *как* реализовать ту или иную мечту. Таким образом, отправной точкой для обсуждения предлагаются вопросы участников группы, как выражение различного мнения, порой даже не-знания решения элементарных жизненных проблем. И данные «разногласия», определяя исходные позиции для ведения такого типа онлайн-игры, определяют права участников группы создавать новые значения диалога-поиска, эристического диалога, диалога убеждения, диалога-обсуждения.

Выводы. Социальные сети формируют модель общения, в которой уже нет одного отправителя и одного получателя сообщения. Новая модель коммуникации предлагает отправителя и нескольких получателей, каждый из которых по-своему интерпретирует тот или иной знак. Предложенная формула новой модели общения показывает зависимость понимания авторского сообщения от реакции каждого из активных читателей данного поста, поскольку каждый читатель имеет возможность не только прокомментировать сообщение, но и артикулировать внимание на интересующих его элементах данного знака. Онлайн-коммуникацию нельзя отнести к эпистолярному жанру, однако, это и не реальный разговор. На сегодня мы имеем дело с новым типом диалога, участниками которого являются удаленные собеседники, изменяющие прагматическую направленность коммуникации. Визуальная форма информации не только помогает в ее обмене, но и формирует новые смыслы, скрытые от автора сообщения. Во-первых, каждый знак что-то выражает о ситуации, в которой он функционирует, во-вторых, показывает связь между людьми, которые его используют или не используют, и, в-третьих, образует связь с другими знаками, функционирующими в данной знаковой ситуации. В онлайн-общении значение знака обогащается каждым последующим комментарием и не принадлежит отправителю. Для уточнения значения участники коммуникации обращаются не к источнику, а к комментариям, или комментарию, который наиболее удачно, по их мнению, очертил значение знака. В онлайн-общении знаки пересылаются, комментируются, интерпретируются, нравятся или не нравятся, они остаются на страничке онлайн-общения и к ним всегда можно вернуться, дочитать информацию, еще раз пересмотреть свои и чужие посты и использовать тот или иной знак-картинку для будущего сообщения.

Список использованной литературы:

1. Якобсон Р. Лингвистика и поэтика / Р. Якобсон // Структурализм: «за» и «против». – М.: Прогресс, 1975. – С. 193-230 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://philologos.narod.ru/classics/jacobson-1p.htm>
2. Серль Дж. Р. Что такое речевой акт / Дж. Р. Серль // Новое в зарубежной лингвистике. – 1986. – Вып. 17. – С. 151-169.
3. Серль Дж., Вандервекен Д. Основные понятия исчисления речевых актов / Дж. Серль, Д. Вандервекен; Пер. с англ. А. Л. Блинова // Новое в зарубежной лингвистике. – 1986. – Вып. 18. – С. 243-262.
4. Leeuwen T. van. Introducing Social Semiotics / T. van Leeuwen. – London, New York: Routledge, 2005. – 320 p. [Electronic resource]. – Accessed mode: <https://pdfs.semanticscholar.org/aca7/c8ffa23c38b05faede391273a4130fc28b4a.pdf>
5. Vannini P. Social Semiotics and Fieldwork: Method and Analytics / P. Vannini // Qualitative Inquiry. – 2007. – Vol. 13, Issue 1. – P. 113-140 [Electronic resource]. – Accessed mode: http://www.academia.edu/1534032/Social_Semiotics_and_Fieldwork_Method_and_Analytics
6. Лисанюк Е. Н. Аргументация и убеждение / Е. Н. Лисанюк. – СПб: Наука, 2015. – 400 с.
7. Лисанюк Е. Н. Когнитивный подход и системная модель аргументации / Е. Н. Лисанюк // Радио.ru. – 2012. – №8. – С. 46-65 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://journals.kantiana.ru/upload/iblock/33b/%D0%9B%D0%B8%D1%81%D0%B0%D0%BD%D1%8E%D0%BA_46-65.pdf

8. Микиртумов И. Б. Аргументативная поддержка в логическом анализе дискуссии / И. Б. Микиртумов // Модели рассуждений – 3: когнитивный подход. Сб. науч. статей под общ. ред. В. Н. Брюшинкина. – Калининград: Изд-во РГУ им. И. Канта, 2010. – С. 172-192.
9. Мигунов А. И. Семантика аргументативного речевого акта / А. И. Мигунов // Аргументация: сб. науч. статей. – СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2006. – Вып. 6. – С. 35-47.
10. Lewinski M. Internet Political Discussion Forums as an Argumentative Activity Type / M. Lewinski. – Amsterdam: Rozenberg Publishers, 2010. – 240 p. [Electronic resource]. – Accessed mode: https://pure.uva.nl/ws/files/1542250/77136_thesis.pdf

References:

1. Yakobson, R. (1975). Linguistics and Poetics. Structuralism: pro et contra, 193-230. M.: Progress. Retrieved from: <http://philologos.narod.ru/classics/jakobson-lp.htm> (in Russ.)
2. Searl, J. R. (1986). What is speech act. *New in foreign linguistics*, 17, 151-169 (in Russ.).
3. Searl, J., Vanderveken, D. (1986). Basic concepts of calculation of speech acts. *New in foreign linguistics*, 18, 243-262 (in Russ.)
4. Leeuwen, T. van. (2005). Introducing Social Semiotics. London, New York: Routledge. Retrieved from <https://pdfs.semanticscholar.org/aca7/c8ffa23c38b05faede391273a4130fc28b4a.pdf>
5. Vannini, P. (2007). Social Semiotics and Fieldwork: Method and Analytics. *Qualitative Inquiry*, 13, 1, 113-140. Retrieved from http://www.academia.edu/1534032/Social_Semiotics_and_Fieldwork_Method_and_Analytics
6. Lisanyuk, E. N. (2015). *Argumentation and Persuasion*. SPb.: Nauka (in Russ.).
7. Lisanyuk, E. N. (2012). Cognitive approach and system model of argumentation. *Ratsio.ru*, 8, 46-65. Retrieved from: https://journals.kantiana.ru/upload/iblock/33b/%D0%9B%D0%B8%D1%81%D0%B0%D0%BD%D1%8E%D0%BA_46-65.pdf (in Russ.)
8. Mikirtumov, I. B. (2010). Argumentative support in logical analysis of the discussion. *Modeli rassuzhdeniy – 3: kognitivnyy podhod (Models of reasoning: a cognitive approach – 3)*, 172-192. Kaliningrad: Izd-vo RGU im. I. Kanta (in Russ.)
9. Migunov, A. I. (2006). Semantics of argumentative speech act. *Argumentacia (Argumentation)*, 8, 35-57. SPb: Izd-vo SPbGU (in Russ.)
10. Lewinski, M. (2010). Internet Political Discussion Forums as an Argumentative Activity Type. Amsterdam: Rozenberg Publishers. Retrieved from: https://pure.uva.nl/ws/files/1542250/77136_thesis.pdf

ASTAPOVA-VYAZMINA Yelena Igorevna,

Candidate of Philosophical Sciences,
Associate Professor of the Department
of Philosophy and Religious Studies,
Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy,
e-mail: ast.elen.ig@gmail.com

THE SEMIOTIC MODEL OF COMMUNICATION AND THE REASONING ON THE EXAMPLE OF ONLINE-GAME IN FACEBOOK NETWORK

Abstract. Introduction. The analysis of a new sign system functioning, viz. Internet and Social Networks, suggests a large number of issues. **The purpose** of the paper is to consider the features of the new semiotic model of communication on the example of online game in Facebook Network. The online marathon of “Turning dreams into results” is considered as an example. A description of the main types of reasoning in the communication of this type is offered. The classic philosophical **methods**, viz. structural and comparative analysis, hermeneutics, were used to study the issue. **Results.** The study shows the mechanism to obtain a new meaning of the post. This study has an applied focus. As a result of the study, a formula of the new communication model was proposed to reflect the dependence of an author's message on the reaction of each active reader of the post. **Originality.** The key point is the concept of dialogue considered as the context, in which the arguments fit to be assessed as suitable or not in this context. **Conclusion.** The Internet forms a new type of dialogue that changes the pragmatic orientation of communication. In online communication, the meaning of a sign is enriched with each subsequent comment and does not belong to the addressee. The process of creating a sign depends on the interests of the author. The visual form of information both helps in its exchange and forms new meanings hidden from the author of the message. The communicative field of the online marathon was set by the authors on the principle of analogy. Analogy is one of the simplest and most accessible ways of persuasion, “I am the same as you,” “I have the same interests, fears, and diseases as you”. It is possible to assume a model of reasoning, in which argumentation

makes sense only in response (actual or just expected) to doubts concerning the main problem of the project, namely, how to realize this or that dream. Each sign reflects the situation in which it functions, shows the connection between people who use it or do not use it, and forms a connection with other signs.

Key words: sign system, semiotic model of communication, information space, Network, reasoning, online game, the Internet.

Анотація. Астапова-Вязьміна О. І. Семіотична модель спілкування і міркування на прикладі онлайн-гри в соціальній мережі Facebook. У статті розглядається нова модель спілкування, що зобов'язана своїм виникненням соціальним мережам, Інтернету. Електронна пошта, дискусійні клуби, форуми, веб-сайти відкриті для публічного обговорення широкого кола проблем, від наукових до розважальних. Типова схема обміну інформацією між адресантом та адресатом доповнюється формуванням нового смислу повідомлення, який формують і транслюють читачі даного тексту. Зміна семіотичного коду інформаційного простору на початку 2000-х років призвела до нових можливостей сприйняття й інтерпретації тексту. Поява нової моделі спілкування, яка передбачає варіант картинково-цитатного мислення, довільне інтерпретування знаку, а також збагачення значення знаку з кожним наступним коментарем в онлайн-спілкуванні, дозволяє розглядати мінімальний носій текстової інформації – знак з позиції вибору семіотичного ресурсу. На прикладі онлайн-марафону в соціальній мережі Facebook у статті описується формула нової моделі спілкування та аналізуються види міркувань, які використовуються в комунікаціях такого типу. Класична семіотична модель комунікації, запропонована Р. Якобсоном, доповнюється взаємозв'язаними системами інформаційної цінності, послідовності та формування смислу самого повідомлення.

Ключові слова: знакова система, семіотична модель спілкування, інформаційний простір, соціальна мережа, Інтернет, онлайн-гра, міркування.

Одержано редакцією 15.11.2018

Прийнято до публікації 07.12.2018

УДК 141.3/116:122

DOI:10.31651/2076-5894-2018-2-84-90

САКОВСЬКА Олександра Юріївна,
аспірантка Національного університету
«Києво-Могилянська академія»,
e-mail: herrezen@gmail.com

ТОМА АКВІНСЬКИЙ ПРО *CREATIO EX NIHILO* ТА ЗАРОДЖЕННЯ ЛЮДИНИ

Статтю присвячено проблемі створення Всесвіту загалом та людини зокрема у філософській системі св. Томи Аквінського з точки зору дискусій ХХ ст. між представниками традиційної науки та креаціонізму у питаннях створення суцього з нічого (*ex nihilo*) та теорії Великого Вибуху. Автором здійснюється спроба виявити зв'язок між процесом творення людини та творенням світу неживих об'єктів з нічого, а також продемонструвати залежність поняття творення з термінами акту та потенції як основними поняттями метафізики. Розглянуто основні причини відмінності процесу творення від процесу зміни в томістичній філософії. Виявлено, що гіломорфічна система світоустрою, до якої апелював св. Тома, а також поняття акту буття є головними складовими вчення про створення і підставами відмінності між самим Богом та людиною, згідно з позицією Аквіната. Відстоюється думка, що створюючи індивідуальні людські душі *ex nihilo*, Бог в томістичному розумінні спроможний уникати безпосередньої участі в процесі створення іншого земного суцього, оскільки дієвою причиною такого суцього можуть бути інші фактори, зокрема, і сама людина. Виокремлено основні метафізичні аксіоми в системі св. Томи, як от: простоти, досконалості та причетності до родо-видової диференціації, що мали суттєвий вплив на формування Аквінатового вчення. Наголошується, що св. Томі Аквінському вдалося створити потужну філософську систему, яка була здатна узгодити на перший погляд суперечливі підходи, зокрема, і щодо створення різнопорядкового суцього.

Ключові слова: зародження, створення, *Creatio ex nihilo*, зміна, Тома Аквінський, акт, потенція.