

Візуальні концепції у сучасній семіотиці

Батаєва Е.В., кандидат філософських наук, доцент

Чи не найпопулярнішим у сучасній науці методом вивчення візуального універсуму є семіотичний підхід. Характерною особливістю семіологічного/семіотичного проекту є намір геть усі феномени реального/гіперреального життя розглядати за допомогою поняття знаку. У цьому ж можна помітити й своєрідність проекту візуальної семіотики.

Ключові слова: семіологія, семіотика, візуальність, знак, образ.

Постановка проблеми. У сучасному візуалізованому світі виникає необхідність ретельного підбирання методів, способів вивчення нового гіперреального порядку гіпертрофованої образності. Одним з найбільш популярних у сучасній науці методів вивчення візуального універсуму є семіотичний підхід. Розглянемо основні установки семіології і семіотики в цілому, а також візуальної семіології і візуальної семіотики зокрема. Надалі з'ясуємо, чи не є семіологічний підхід до вивчення візуальності основним та незамінним, чи існують й інші, не менш (а, може бути, й більш) ефективні методи вивчення візуального порядку.

Ступінь розробленості проблеми. Семіологічна та семіотична тематика розвивається такими теоретиками, як Ч.У. Морріс, Ч.С. Пірс, Ф. де Соссюр, Р. Якобсон, Ю. Степанов, Н. Сіроткін, В. Феценко та інші. Візуальна семіологія і семіотика розвиваються Р. Бартом, С. Моріарті, Л. Ройе, У. Еко, Ю. Лотманом, Б. Успенським. Однак комплексного аналізу семіотичних і візуально-семіотичних проблем ще не було наведено у концептуальному полі вітчизняної філософії.

Метою статті є концептуальний аналіз основного поняття семіології і семіотики, – поняття знаку. Крім того, спробуємо знайти основні установлення деяких проектів візуальної семіотики (семіології візуальних повідомлень У. Еко, візуальної семіотики С. Моріарті, Р. Барта, Б. Успенського) та визначити, яку роль виграє поняття знаку у їх теоретичному полі.

Викладення основного матеріалу. Спочатку спробуємо відповісти на запитання, що таке семіологія? За визначенням Ф. де Соссюра, «семіологія (грец. «знак») – це наука, що вивчає життя знаків у межах життя суспільств» [8, с.54]. Відомий семіолог Ч.У. Морріс надав аналогічне визначення семіотики: «семіотика – це повноправна наука, що вивчає речі та властивості речей у їх функції слугувати знаками» [6, с.38]. Може скластися враження, що семіологія і семіотика – це одне й те ж. Однак змістовна різниця між ними все ж існує. Розглянемо три різних підходи до визначення їх змісту.

По-перше, ці поняття розрізняють у історичному відношенні, посилаючись на різне авторство й різні задачі цих дисциплін: «термін семіотика застосовується для формальної, логіко-математичної лінії, що наведена у працях американського логіка Ч.С. Пірса, тоді як змістовна, предметна лінія з легкої руки її засновника швейцарця Ф. де Соссюра зветься семіологією» [10, с.59].

По-друге, Р. Барт розрізнявав ці дисципліни за ступенем загальності та масштабності тем, що в них розвиваються: «термін «семіологія» Р. Барт застосовував для позначення загальної науки про знакові системи, тоді як «семіотиці» надавав конкретизуючого змісту («семіотика їжі», «семіотика одягу» тощо)» [4, с.7].

І, нарешті, третю версію розрізнення семіології і семіотики було висунуто Ж. Дельозом у книзі «Кіно»: «семіологія лінгвістичного типу намагається замкнути «означуюче» на собі й відсікти мову-language від образів та знаків, що складають першоматерію цього «означуваного». Семіотикою називають, навпаки, таку дисципліну, яка розглядає мову не інакше, як по відношенню до цієї специфічної матерії, до образів та знаків» [3, с.593-594]. Розрізняючи таким чином поняття семіології та семіотики, Ж. Дельоз виходить з розуміння феномену знаку, що було надано у семіології Ф. де Соссюра і семіотиці Ч. Пірса. Так, Ф. де Соссюр концептуалізував «замкнений» образ знаку, який є дистанцьованим від світу реальних об'єктів

(й саме цей смисл «абстрагованості від життя» вкладає Ж. Дельоз у термін «семіологія»). З іншого боку, Ч. Пірс підкреслював важливість виходу за межі знаку «до» життєвих подій, до самих речей, до людини, що інтерпретує зміст знаків (й саме цей смисл «пов'язаності з реальними об'єктами» вкладає Ж. Дельоз у поняття «семіотика»).

Розглянемо зміст основного поняття і семіології і семіотики, - поняття знаку. Можна відокремити два основні підходи до інтерпретування цього терміну (кожний з яких породив свою версію семіології). По-перше, це підхід Ф. де Соссюра, за думкою якого знак завжди має дву-членну структуру (означуване – означуюче): «мовний знак зв'язує не річ та її назву, але поняття й акустичний образ... Акустичний образ має чуттєву природу, а якщо ми називаємо його «матеріальним», то тільки для того, щоб протиставити його другому членові асоціативної пари – поняттю... Ми пропонуємо зберегти слово знак для позначення цілого й замінити терміни поняття і акустичний образ відповідно термінами означуване та означуюче» [8, с.99-100].

Другою принциповою особливістю соссюрівського знаку є те, що він виконує функцію «заступника», замітника реальної (та відсутньої) речі (референту): знак **витискує** річ; стає більш важливим, ніж річ.

Третьою особливістю знаку у концепції Ф. де Соссюра є «лінійність», плоскісність, не-об'ємність: «означуюче, яке за своєю природою сприймається на слух, розгортається тільки у часі й характеризується запозиченими у часу ознаками: а) воно має протяжність і б) ця протяжність має один вимір – це лінія» [8, с.103]. «Лінійний» знак цілком однозначний: його розуміння не передбачає виявлення множини смислів, але – тільки одного, запрограмованого автором.

Можна згадати ще одну характеристику знаку, яка у теорії самого Ф. де Соссюра не артикулюється, хоча латентно є присутньою. Мова йде про мовний, лінгвістичний характер знаку. Якщо Ф. де Соссюр вважав, що, оскільки семіологія є ширшою за лінгвістику, то теоретично можуть існувати й немовні знаки, то «ранній» Р. Барт (який прийняв соссюрівську версію

семіології) «радикалізував» цю тезу: не лінгвістика є частиною семіології, але, навпаки, семіологія є частиною лінгвістики, а саме тією її частиною, що має займатися вивченням великих значущих одиниць мови» [1, с.115]. Виходячи з уставлень семіологічного проекту Р. Барта, будь-який знак (і візуальний, і вербальний) треба визначити як внутрішньомовний феномен.

Другий підхід до феномену знаку (який історично виявився менш затребуваним, але до якого відроджується інтерес у сучасній науці) навів Ч.С. Пірс. На відміну від Ф. де Соссюра, Ч. Пірс спробував подолати лінгвістичну замкненість знаку, підкреслюючи необхідність його співвіднесення зі світом реальних речей. У його концепції знак має трьох-членну структуру: знак – об'єкт – інтерпретатор. Як вважає Н. Сироткін, у концепції Ч. Пірса можна виявити рух «поза межі» семіотики, – «до» реальних об'єктів. «Відмова від знаку як вихід поза межі семіотичного став логічним завершенням Пірсової програми. Мова йде про концепцію «фінальної інтерпретанти»: це «те, що було б виявлено наприкінці як істинна інтерпретація, якщо б розглядання питання продовжувалось до тих пір, доки не буде досягнуте кінцеве рішення». Фінальною інтерпретантою, за Пірсом, має бути не новий семіотичний феномен – оскільки він породжував би нову інтерпретанту, і так далі – але «цілеспрямовано формуючий сам себе хабіт». Мова йде про перехід від семіотичного оперування знаками до практичного оперування об'єктами» [7, с.42].

Ч. Пірс розглядує три форми співвідношення знаку та речі: іконічну, індексну і символічну, які, відповідно, породжують три форми знаку. У контексті нашої роботи особливого значення набуває поняття іконічного знаку (що співвідносить знак та образ): «якщо знак знаходить у самому собі властивості, якими має володіти його об'єкт, то у такому випадку знак є іконічним... Фотографія, карта зіркового неба, модель – іконічні знаки» [6, с.57]. Як можна помітити, пірсовський іконічний знак – це вже не просто субститут, що замінює річ, але певна форма поєднання знаку та речі (знако-річ), яких пов'язують «спільні якості».

Пірсівська теорія знаку набула подальшого розвитку у працях Ч.У. Морріса, для якого особливий інтерес мав процес сприйняття і інтерпретації знаку його одержувачем (інтерпретатором), який створює «інтерпретанту». Ч.У. Морріс виокремив п'ять складових семіозису: «семіозис (або знаковий процес) розглядується як п'ятичленне відношення: знак, інтерпретатор, інтерпретанта, значення, контекст, у якому зустрічається знак» [5, с.119]. Як можна помітити, у концепції Ч.У. Морріса спостерігається ще більш значне «розмикання» знаку, – він вступає у комунікацію не тільки зі світом речей, але й з особою інтерпретатора.

Маючи на увазі різні розуміння природи знаку, спробуємо відповісти на запитання: якщо семіологія і семіотика мають справу зі знаковою реальністю, чи можуть стати предметом їх аналізу візуальні (поза-мовні) явища? Якщо поняття «мови» трактувати максимально широко, як будь-яку виразну систему (будь-який експресіонізм, транслюючий смисли за допомогою барв, звуків, жестів, поз тіла, тощо), тоді можна буде припустити, що семіологія і семіотика цілком можуть вивчати візуальні явища, сприймаючи їх як мовні та знакові (хоча й не-вербальні) феномени. Згадаємо деякі сучасні семіотичні концепції, у яких приймається саме таке розуміння мови і візуальності (як знакової форми).

У «Семіотиці мистецтва» Б. Успенського аналізуються просторово-часові-зорові особливості будови художнього тексту і картини [9, с.207], а у його «Семіотиці ікони» наводиться спроба виявити «семіотичну сутність ікони» [9, с.225] (церковної ікони, але не ікони як образу). У «Системі моди» Р. Барт вивчає структурні коди одягу-образу і одягу-опису, намагаючись «перевести образ одягу у мову» [2, с.51-52]. У «візуальній семіотиці» Сандри Моріарті вивчаються структурно-знакові компоненти рекламних образів, телезображень, публічних візуалізованих подій [13, с.228]. У роботах цих авторів використовується семіотична термінологія для визначення природи візуальності, при цьому візуальні факти розглядаються як мовні форми.

У різних варіантах візуальної семіотики поряд з терміном знаку використовується й поняття образу. Однак специфічного розуміння цього концепту (яке б відрізняло його від знаку) автори візуальних семіотик не надали. Більш того, образ постає тут у ролі знаку, – візуального знаку, – який має усі характеристики будь-якого іншого (у тому числі й лінгвістичного) знаку: у ньому закладена дву-членна структура (означуване-означуюче); у ньому можна знайти код, програмуючий образ на реалізацію певного смислу; він функціонує у режимі репрезентації відсутньої реальності. Так, за думкою С. Моріарті і Л. Ройе, «репрезентація – це, як правило, *образ* (картина, фотографія, малюнок, діаграма тощо), який заміщує, позначає чи символізує щось інше» [12, с.117].

Більш ретельно розглянемо проект «семіології візуальних повідомлень» У. Еко, наведений у другій частині його книги «Відсутня структура». У першій фразі, що відкриває проект семіології візуальних повідомлень, звучить сумнів: «чи мають візуальні факти мовний характер» [11, с.121]? Від відповіді на це запитання залежить багато чого: якщо візуальні факти є позамовним феноменом, тоді, відповідно, по відношенню до них вже неможна використовувати установлення знаково-лінгвістичної теорії; і, навпаки, якщо візуальні факти можна розглядати як мовне явище, якщо вони є подібними до лінгвістичних знаків, значить, проект «семіології візуальних повідомлень» є цілком виправданим і, більш того, єдино правильним. У. Еко ускладнює вказану проблему, намагаючись максимально розширити проект семіології і дистанціювати її від лінгвістики [11, с.122] (у цьому теоретичному жесті можна помітити відхід не тільки від соссюрівської, але й від бартівської семіологічної лінії). У. Еко говорить про існування не тільки лінгвістичних, але й транслінгвістичних знаків. Виходячи з цієї установки, можна припустити, що навіть якщо візуальні факти знаходяться поза мовою, вони все рівно мають знакову природу і за цією причиною можуть бути цікавими виключно для семіології.

Отже, основне запитання У. Еко можна переформулювати: чи мають візуальні факти знакову природу? Якщо так, – значить вони складають предмет саме семіології, а також семіологічної версії іконографії.

Намагаючись зрозуміти природу візуальних фактів, У. Еко використовує пірсовський концепт «іконічного знаку», який він іноді замінює терміном «образ». (При цьому У. Еко гостро критикує тезу К. Метца про самодостатність образу, – тезу, яка за думкою У. Еко, не має ніякого відношення до семіології [11, с.126]). Візуальний факт – це і є іконічний знак. Сутність зображення чи «іконічного знаку» міститься у тому, що він сприймається на основі тих самих кодів сприйняття (як можна помітити, семіотична риторика Коду тут присутня), які працювали б у ситуації сприйняття реальних речей/об'єктів: «іконічні знаки не мають властивості об'єкту, який вони заміщують, але скоріше відтворюють деякі загальні умови сприйняття на основі звичайних кодів сприйняття, відкидаючи певні стимули і приймаючи інші, ті, що спроможні сформувати структуру сприйняття, яка мала б – завдяки коду, що склався експериментальним шляхом – те ж «значення», що й об'єкт іконічного зображення» [11, с.126]. У якості ілюстрації своєї тези У. Еко наводить приклад зображення пляшки з пивом: сприймаючи зображення пляшки з пивом, що піниться та переливається через край, спостерігаючи на спітнілому склі краплі вологи, «що породжують відчуття холоду», спостерігач підключає ті ж самі коди сприйняття, які були б задіяними, якщо б він бачив справжню пляшку з холодним пивом: «сприймаючи образ, я працюю з емпіричними даними, що йдуть до мене від зображення, точнісінько так, як я працюю з емпіричними даними, що йдуть до мене від сприйняття справжньої склянки» [11, с.125].

Не зважаючи на вхідні зауваження про транслінгвістичну природу візуальних фактів, У. Еко у той же самий час говорить про їх тісний зв'язок з мовною семантикою: «складання переліку кодифікованих образів має здійснюватися на рівні семантики. Семіологія візуальних комунікацій задовольняється цим рівнем у тому числі й тоді, коли вивчає образи

фігуративного живопису і кінематографічні образи» [11, с.157]. Таким чином, візуальні факти як іконічні знаки, семи чи образи (з точки зору У. Еко це – одне й те ж саме) одночасно й належить порядку мови, й виходять поза його межі (у будь-якому випадку, залишаючись всередині семіології). У. Еко використовує ще одне семіотичне поняття для позначення сутності іконічного знаку: *сема* [11, с.156]. Під «семою» У. Еко (слідом за Л. Пріето) розуміє словосполучення чи вираження, що прояснює зміст іконічного знаку.

Основні теоретичні положення семіології візуальних повідомлень У. Еко прояснює, аналізуючи образи кіно, живопису, архітектури, реклами. У контексті нашого дослідження нас цікавить рекламний образ як різновид соціального медіа-образу.

Не зважаючи на те, що У. Еко відокремлює два рівні у рекламному повідомленні (вербальний і візуальний [11, с.180]), його цікавлять, перед усім, мовно-риторичні функції реклами. Візуальні образи У. Еко розглядає як «засіб аргументації» [11, с.178], як «риторичні фігури», що мають не стільки візуальну, скільки інформаційну значущість. У даному контексті й з'являється термін «іконограма» [11, с.181]. Саме іконограмами (чи візуалізованими семами, інакше – «мовою зображень») оперує рекламне повідомлення, намагаючись передати змістовну/мовну інформацію: «реклама використовує умовні *іконограми*. Іконограма між тим (як і сполучання іконічних фігур) це вже не знак, а *сема*» [11, с.181]. Іконограма, таким чином, постає у семіології У. Еко як візуальний замінювач/знак певної вербальної формули, тобто як одиниця візуалізованої мови.

Висновки. У статті проаналізовано дві моделі знака, – «соссюрівська» і «пірсовська». У семіології Ф. де Соссюра знак постає як опозиційна структура означуване-означуюче, яка має такі характеристики, як лінійність, субститутивність, репрезентативність, функціональність. У семіотиці Ч. Пірса надається трьох-членна модель знака, що складається з таких елементів: знак (в узькому сенсі) – об'єкт – інтерпретатор. У візуальній семіотиці (теорії У. Еко, С. Моріарті, Р. Барта, Б. Успенського) візуальність

аналізується крізь призму сосюрівської моделі знаку, при цьому образна реальність виконує роль репрезентанти зовнішньої дійсності, основною задачею якої стає указування на референти та аргументація їх значущості.

ЛІТЕРАТУРА

1. Барт Р. Основы семиологии /Ролан Барт// Структурализм: «за» и «против». – М.: Прогресс, 1975. – С.114-163.
2. Барт Р. Система Моды. Статьи по семиотике культуры/ Ролан Барт; – [Пер. с фр., вступ. ст. и сост. С.Н. Зенкина]; - М.: Издательство им. Сабашниковых, 2003. – 512 с.
3. Делез Ж. Кино / Жиль Делез; [пер. с франц. Б.Скуратова]. – М.: "Ад Маргинем", 2004. – 622 с.
4. Косиков Г.К. Ролан Барт – семиолог, литературовед/ Г.К.Косиков// Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика.– М.: Прогресс, 1989. – 616 с. – С.7-49
5. Моррис Ч.У. Знаки и действия / Ч.У. Моррис; [Пер. с англ. В. П. Мурат] /Семиотика/ [Под ред. С.Ю. Степанова]. – М.:Радуга, 1983. – 637 с. –С.118-132
6. Моррис Ч.У. Основания теории знаков / Ч.У. Моррис; [Пер. с англ. В. П. Мурат] // Семиотика/ [Под ред. С.Ю.Степанова]. – М.:Радуга, 1983.– 637 с. – С.37-89
7. Сироткин Н. О методологии исследования авангардизма/ Н.Сироткин// Семиотика и Авангард: Антология / [Под общ. ред. Ю.С. Степанова].— М.: Академический Проект; Культура, 2006. — 1168 с.– С.33-428.
8. Соссюр Ф. де. Курс общей лингвистики /Фердинанд де Соссюр// Труды по языкознанию/ [пер. с фр. Б. П. Наумова]. – М.: Прогресс, 1977. – 696 с.
9. Успенский Б. Семиотика искусства/ Борис Успенский; – М.: Школа «Языки русской культуры», 1995. – 360 с.

10. Фещенко В. *Autopoetica* как опыт и метод, или о новых горизонтах семиотики / В.Фещенко// Семиотика и Авангард: Антология / [Под общ. ред. Ю.С. Степанова].– М.: Академический Проект; Культура, 2006. – 1168 с.– С.54-122

11. Эко У. *Отсутствующая структура. Введение в семиологию*/Умберто Эко; [Пер. с исп. А. Г. Погоняйло, В. Г. Резник]; – М.: ТОО ТК «Петрополис», 1998. – 432 с.

12. Moriarty S., Rohe L. *Cultural Palettes in Print Advertising: Formative Research Design Method* /S.Moriarty, L.Rohe// *Handbook of visual communication. Theory, methods, and media/ Edited by Ken Smith, S.Moriarty, G.Barbatsis, K.Kenney/ New Jersey; Mahwah: Lowrence Erlbaum Associates, 2005.– 601 p. – P.117-126*

13. Moriarty S. *Visual Semiotics Theory* / S.Moriarty // *Handbook of visual communication. Theory, methods, and media/ Edited by Ken Smith, S.Moriarty, G.Barbatsis, K.Kenney/ New Jersey; Mahwah: Lowrence Erlbaum Associates, 2005. – 601 p.– P.227-242*

Визуальные концепции в современной семиотике

Батаева Е.В.

Одним из наиболее популярных в современной науке методов изучения визуального универсума является семиотический подход. Отличительной особенностью семиологического/семиотического проекта является стремление абсолютно все феномены реальной/гиперреальной жизни рассматривать сквозь призму понятия знака. В этом же можно видеть своеобразие и проекта визуальной семиотики.

Ключевые слова: семиология, семиотика, визуальность, знак, образ.

Visual concepts in modern semiotics

BatayevaYe.V.

One of the most popular and modern scientific methods for studying visual universum is semiotic approach. A distinctive peculiarity of semiologic/semiotic project is the desire to consider absolutely all phenomena of real-hyperreal life from the viewpoint of sign. The peculiarity of visual semiotics project can be seen in the same.