

Л. Г. Масімова,
канд. наук із соц. комунік.
УДК 316.7: 81.22: 007

Семіотика як метод дослідження в соціальних комунікаціях

У статті розглядається проблема застосування методів семіотики щодо наукових досліджень у галузі соціальних комунікацій та в діяльності журналіста-практика. Демонструється можливість врахування семіотичним аналізом процесуального характеру комунікації.

Ключові слова: методи семіотики, комунікація, код, структура, текст, контекст, ідеологія.

Masimova Larysa. Semiotics as a method of studying in social communication.

The article explores a problem of application of semiotic methods to scientific studies of social communication and in a journalist's practical activity. It is demonstrated that semiotic analysis can deal with procedural character of communication.

Keywords: semiotic methods, communication, code, structure, text, context, ideology.

Масимова Л. Г. Семіотика как метод исследования в социальных коммуникациях.

В статье рассматривается проблема применения методов семиотики относительно научных исследований в отрасли социальных коммуникаций и в деятельности журналиста-практика. Демонстрируется возможность учёта семиотическим анализом процессуального характера коммуникации.

Ключевые слова: методы семиотики, коммуникация, код, структура, текст, контекст, идеология.

Соціологія розглядає журналістику як діяльність, що відповідає за розвиток комунікативних зв'язків і підтримку раціонального суспільного дискурсу, який налагоджує зв'язок публічної та приватної сфер життя [1, 252].

Італійський вчений-семіотик У. Еко вважає, що "в той момент, коли ми стикаємося з проблемою передачі інформації від однієї людини до другої, теорія інформації стає теорією комунікації..." [2, 139]. Тобто не можна говорити лише про інформування в журналістиці, адже вона не передбачає, що отримування повідомлення – це кінцевий етап існування інформації. У. Еко зазначає: коли повідомлення отримує людина, то воно стає "джерелом нового комунікативного ланцюга і відповідно джерелом нової інформації" [2, 140–141]. Це відбувається внаслідок того, що процес розуміння пов'язаний із необхідністю тлумачення інформації та включення механізму трансформації людського досвіду.

"При вивченні масової комунікації, коли поєднується різномірний матеріал, можливо та необхідно, спираючись на міждисциплінарні зв'язки, звернутися до різноманітних методів – від психології до соціології. Проте послідовно вивчати ці явища можливо лише в тому випадку, коли теорія і аналіз масових комунікацій є одним із розділів, причому найбільш важливим, загальної семіології" [3, 409]. Г. Почепцов

розуміє семіотику як загальну теорію дослідження феноменів комунікації [4, 196].

І. Михайлин у статті "У пошуках сутності журналістики" застосовує поняття "семіотика журналістики". Дослідник наголошує: "Журналістика, для якої мова – головний інструмент створення й транспортування повідомлень, підлягає загальним законам семіотики. На жаль, під кутом зору проблематики семіотики журналістика в Україні практично не вивчалася й не вивчається" [5].

На наш погляд, існують певні об'єктивні обставини, які пояснюють, чому досягнення семіотики не використовуються українськими дослідниками стосовно аналізу явищ соціальної комунікації.

Необхідно розрізнити семіотику як метод журналістики (тобто як діяльність зі створення текстів масової комунікації) та як метод наукового аналізу соціальних комунікацій. Це дозволить з'ясувати, чи потрібен той чи той метод журналісту та редактору. Відповідь на це запитання є важливою з освітньої точки зору. Адже в разі позитивного рішення опис семіотичного методу має бути запропонований у підручниках для студентів журналістських спеціальностей.

Найвні підручники та посібники не розглядають семіотику як метод журналістики [6–8]. Винятком є посібник "Методи журналістики",



але у ньому, на жаль, інформація про цей метод обмежується одним рядком [9].

У посібнику Л. Павлюк "Знак, символ, міф у масовій комунікації" описано метод синтагматично-структурного аналізу [10, 43]. Переважно йдеться про семіотичні категорії в аналізі тексту та комунікації, однак, це вже є значним досягненням для ознайомлення з теорією семіотики.

Таким чином, брак інформації в підручниках і посібниках про семіотичні методи є об'єктивним чинником, який призводить до ігнорування цього способу осмислення процесів масовокомунікативної діяльності.

Варто зазначити: ще в 60-х рр. теоретики журналістикознавства наполягали на необхідності застосування семіотики як методу в дослідженні публіцистики, але не розшифровували, у чому саме він полягає. Тому є актуальним завдання з'ясувати, що саме розуміють дослідники, коли розповідають про семіотику як метод гуманітарних наук.

У цій статті об'єктом дослідження є праці з семіотики, а предметом виступає семіотика як метод дослідження у соціальних комунікаціях.

Новизна пропонованого дослідження полягає у спробі описати методи семіотики, які придатні до використання в теорії і практиці журналістики.

У статті В. Проппа "Структурне й історичне вивчення чарівної казки (відповідь К. Леві-Строссу)" осмислюється процес народження нового методу: "Афанасьєв вважав ці казки різними тому, що виступають різні персонажі. Мені ж здається, що казки ці однакові тому, що однакові вчинки дійових осіб. Я цим зацікавився і став вивчати й інші казки з точки зору того, що в казці взагалі роблять персонажі. Так, шляхом входження в матеріал, а не шляхом абстракції, народився дуже простий метод вивчення казки за вчинками дійових осіб незалежно від їхньої подоби" [11, 457].

Цитата демонструє, як сам матеріал та мета дослідження вимагають певного методу осмислення. Повчальним цей уривок є і в тому сенсі, що дає зрозуміти, що у випадку з семіотичним методом прийоми, засоби аналізу потрібно вичленувати з конкретних досліджень, де не завжди одразу задані параметри аналізу. Так, у праці Г. Почепцова "Семіотика" роз'яснення методу дослідження не передують аналізу семіотики радянської цивілізації: "Радянське минуле, близьке багатьом, також надзвичайно системне. Це дозволяє на прикладі його аналізу показати методи семіотики" [4].

Отже, щоб дати вичерпне уявлення про метод, необхідно, з одного боку, розглянути праці різних представників семіотики, описати і систематизувати прийоми та засоби аналізу, а з друго-

го – уніфікувати саму теорію семіотики, адже саме вона визначає спосіб бачення об'єкта дослідження. Реалізація останнього завдання можлива на рівні створення підручника з семіотики.

У. Еко називає семіотичним таке дослідження, "в якому всі феномени культури розглядаються як факти комунікації, окремі повідомлення організуються і стають зрозумілими у співвідношенні з кодом" [3, 27].

Ми виділяємо три методи семіотики, що використовуються для аналізу комунікативних процесів. По-перше, це знаковий аналіз – найпоширеніший з цих методів. Він обґрунтовується і використовується у творчості таких семіотиків, як Ю. Лотман, У. Еко, Г. Почепцов та ін. Мета знакового аналізу полягає у виявленні соціально значущих аспектів досліджуваного явища. Суть даного методу – опис тексту як знакової системи. Цей метод впливає з властивості людини організовувати свої уявлення про дійсність у вигляді тексту (знакової системи), який потребує тлумачення. Так, Г. Почепцов розглядає радянську цивілізацію як знакову систему, "де дійсність є реалізацією сакрального тексту" [4, 248]. Ю. Лотман також стверджує, що "культура в цілому може розглядатися як текст" [12, 72]. Як зазначає Л. Павлюк, "пантекстуальний погляд на такі складники світу культури, як їжа, одяг, будівлі чи технічні засоби щонайперше ґрунтуються на тому, що всі ці об'єкти мають значення, тобто слугують означниками певного статусу, ролі, ситуації, стосунків..." [10, 14].

У. Еко у своїй публіцистичній творчості використовує цей метод, який допомагає зреалізувати прогностичну функцію журналістики (збірки "Торбинка Мінерви", "Кроком рака"). Публіцист, аналізуючи незначні, на перший погляд, події, явища життя, розглядає їх як знак більш складних процесів, що відбуваються або назрівають у суспільстві.

Наступним методом семіотики ми вирізняємо текстуальний аналіз. Цей метод запропонував Р. Барт у творах "S/Z" та "Текстуальний аналіз "Вальдемара" Е. По". Мета цього методу полягає в розкритті самого процесу "означування" через пошук коду комунікації (соціально значущих кодів, які забезпечують процес комунікації). "Слово "комунікація" окреслює тільки ті зв'язки у тексті, які констатуються як звернення до адресата..." [13, 518]. Тобто текстуальний аналіз намагається осмислити процес народження значення. Основним інструментом такого аналізу є код. "Ми називаємо кодами просто асоціативні поля, понадтекстуальну організацію системи значень, що нав'язують уявлення про певну ідею структури; код, як ми його розуміємо, належить переважно до сфери



культури: коди є певним типом вже баченого, вже прочитаного, вже зробленого; код – конкретна форма цього "вже", яке конституює будь-яке письмо" [13, 517].

Таким чином, код – це комплекс очікування читача, нав'язаний йому попереднім досвідом. У процесі читання під впливом коду виникає певна версія подальшого розгортання тексту (можливий світ, асоціативні поля), яка підтверджується або спростовується наступними кодами. Сам текст розуміється як плетиво кодів.

Третім семіотичним методом є структурно-нарративний аналіз, мета якого – пошук ідеологічного ядра, яке нав'язується тексту станом суспільства. Найкращим об'єктом для цього методу є твори маскультури. Структура (основне знаряддя методу) розуміється як код тексту, який сам по собі має багате смислове навантаження. Структура є не лише інструментом, який передає повідомлення, а й головним змістом цього повідомлення. Опис структур тексту "виявляється одним із найвигідніших шляхів налагодження зв'язків між твором і його соціально-історичним контекстом" [14, 183]. Характерною властивістю цього аналізу є його коловий рух. "Отже, коловий характер нашого методу полягає в русі від зовнішнього соціального контексту до внутрішнього структурного контексту твору, який ми аналізуємо; у створенні опису обох контекстів (чи інших фактів, що відіграють роль в інтерпретації) через використання в кожному випадку однакових інструментів дефініції та в розкритті структурних відповідностей між контекстом твору, його соціально-історичними контекстами, які можуть потрапити в поле зору під час дослідження" [14, 183]. Тож таке дослідження встановлює відповідності, а не причинові зв'язки, які існують між ідеологією та способом викладу матеріалу. Так, в есе "Риторика та ідеологія в "Парижських таємницях" Е. Сю" У. Еко встановлює відповідності між ідеологією автора, ринковими умовами, які визначили концепцію "Парижських таємниць", та нарративними прийомами цього твору [14].

Методи семіотики дають змогу досліджувати комунікацію як процес. По-перше, семіотика здатна аналізувати як вербальні, так і невербальні повідомлення. Вона забезпечує методологічний підхід до досліджень комунікативних явищ. Так, метод враховує рух смислової насиченості кодів, який призводить до того, що одна структура змінює іншу. "Якщо ми хочемо дізнатися, що насправді відбувається в процесі комунікації, взятому як певна цілісність, необхідно вдатися до аналізу фаз цього процесу" [3, 412]. Наприклад, в есе "Випадковість і сюжет. Телебачення і естетика"

У. Еко розглядає телебачення як засіб художньої комунікації, тому аналізує естетичну структуру прямої трансляції в певній послідовності її створення [2, 208–238].

Щоб обґрунтувати такий підхід, учений звертається до "Поетики" Арістотеля. У цьому творі історичну реальність кваліфіковано як подієве поле, і завдання митця полягає в тому, щоб "виділити в ньому зв'язний досвід, знайти генетичне співвідношення фактів, нарешті впорядкувати ці факти в певній ціннісній перспективі" [2, 220].

Таким чином, щоб розглядати пряму трансляцію як художню комунікацію, необхідно продемонструвати, що режисер здійснює відбір фактів і втілює свій вибір у певну форму. "Коли знімають який-небудь украй драматичний випадок, наприклад, пожежу, сукупність подій, що входять у контекст під назвою "пожежа в місті Х", можна розчленувати на декілька нарративних пластів – від переповненої страхом епопеї про руйнівну силу полум'я до розхвалювання пожежників, від драматизму рятувальних робіт до опису жорстокого чи співчутливого натопу, що зібрався навколо" [2, 221]. І вже від режисера залежить, яку саме нарративну стратегію він обере. Сам факт такого вибору підриває міф про об'єктивність прямої трансляції. Більше того, режисер повинен враховувати психологічні можливості сприйняття повідомлення, коли глядач може сприймати інформацію тільки тоді, коли вона має форму оповіді: "Таким чином, у своєму розвитку пряма трансляція визначається очікуваннями і специфічним попитом публіки, яка в той самий момент, коли вона вимагає повідомлення про те, що відбувається, сприймає його в категоріях добре зробленого роману і сприймає життя як справжнє тільки у тому випадку, якщо воно подається як позбавлене випадковості, зібране і оформлене за законами сюжету" [2, 232].

Як висновок, мусимо констатувати: семіотика несповна використовується в теоретичних розробках і практиці української журналістики. Це зумовлено тим, що науковці не описали цей метод як сукупність прийомів та операцій, як особливу систему обробки і аналізу змісту явищ соціальної комунікації.

Семіотика синтезувала методи дослідження лінгвістики, герменевтики, структуралізму, наратології тощо і відтак виокремилася в наукову дисципліну, яка розуміє текст як комунікативний акт. Якщо структуралізм розглядав текст як замкнену систему, то семіотика не замикає текст на самому собі. Розуміння тексту як комунікативного акту спонукає розглядати обставини комунікації (контекст) як складову частину тексту, що є головною вимогою аналізу. Та-



ким чином, методи семіотики базуються на описі структур тексту (нарративних, ідеологічних, емоційних, естетичних, жанрових тощо) як таких, що забезпечують комунікацію. Науковцям семіотика дозволяє врахувати процесуальний характер комунікативних феноменів. А журналісту та редактору цей метод допомагає спрогнозувати процес споживання інформаційної продукції, а отже, свідомо керувати цим процесом.

1. *Соціологія* : підруч. для вищ. шк. / Волович В. І., Головченко Г. Т., Горлач М. І. [та ін.]. – Х. : Фактор, 2006. – 768 с.

2. *Эко У. Открытое произведение: Форма и неопределенность в современной поэтике* / Умберто Эко ; пер с итал. А. Шурбелева. – С.Пб. : Академический проект, 2004. – 384 с.

3. *Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию* / Умберто Эко ; пер. с итал. А. Г. Погоняйло, В. Г. Резник. – С.Пб. : ТОО ТК "Петрополис", 1998. – 432 с.

4. *Почепцов Г. Г. Семиотика* / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук ; К. : Ваклер, 2002. – 432 с.

5. *Михайлин І. Л. У пошуках сутності журналістики // Від бароко до постмодерну : зб. пр. каф. укр. та світової л-ри Харківського нац. пед. ун-ту ім. Г. С. Сковороди.* – Х. : Майдан, 2007. – Т. V: До ювілею доцента Валентини Пантеліївни Андрусенко. – С. 377–392.

6. *Михайлин І. Л. Основи журналістики* : підручник / І. Л. Михайлин. – К. : ЦУЛ, 2002. – 284 с.

7. *Основи масово-інформаційної діяльності* : підручник / А. З. Москаленко, Л. В. Губерський, В. Ф. Іванов. – К., 1999. – 634 с.

8. *Різун В. В. Методи наукових досліджень у журналістикознавстві* : навч. посіб. / В. В. Різун, Т. В. Скотнікова. – К. : ВПЦ "Київський університет", 2005. – 104 с. – Бібліогр.: С. 100.

9. *Мельник Г. С. Методы журналистики* : учеб. пособ. для студ. ф-тов журналистики / Г. С. Мельник, М. С. Ким. – С.Пб. : Изд-во Михайлова В. А., 2006. – 272 с.

10. *Павлюк Л. Знак, символ, міф у масовій комунікації* / Л. Павлюк. – Львів : ПАІС, 2006. – 120 с.

11. *Пропп В. Структурное историческое изучение волшебной сказки (ответ К. Леви-Строссу)* // Семиотика : антология / сост. Ю. С. Степанов. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Академический Проект ; Екатеринбург : Деловая книга, 2001. – С. 453–471.

12. *Лотман Ю. М. Культура и взрыв* // Лотман Ю. М. Семиосфера. – С.Пб. : Искусство – СПб, 2004. – С. 12–390.

13. *Барт Р. Текстуальний аналіз "Вальдемара" Е. По* // Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст. / за ред. Марії Зубрицької. – 2-ге вид., допов. – Львів : Літопис, 2001. – С. 497–524.

14. *Эко У. Роль читача. Дослідження з семіотики текстів* / Умберто Эко ; пер. з англ. М. Гірняк. – Львів : Літопис, 2004. – 384 с.