

УДК: 32.019.51/7.049.1

<https://orcid.org/0000-0002-2988-620X>

<http://doi.org/10.5281/zenodo.1295417>

І. В. Мацишина

ПРОБЛЕМАТИКА ІКОНІЧНОГО ЗНАКУ: ПОЛІТИЧНИЙ ВИМІР

Аналіз політичної системи, як системи, яка сама себе продукує через знаки, дозволяє її розуміти через систему кодів. Завдяки кодуванню актуалізується не тільки політична реальність, а й її сприйняття, через що поширюється політичний досвід. Але іконічні знаки, як структура семіозису, не ретранслюють політичну реальність, а підмінюють її. Тут використовуються приховані коди, які впливають на вироблення впізнавання та сприйняття політичної реальності. Практика сприйняття іконічних знаків стає побудовою колективної рефлексії, яка формує ставлення до політичного.

Ключові слова: агентивна функція, знак, іконічний знак, політичні інститути, семіозис.

И. В. Мацишина

ПРОБЛЕМАТИКА ИКОНИЧЕСКОГО ЗНАКА: ПОЛИТИЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ

Анализ политической системы, как системы, которая сама себя производит через знаки, позволяет ее понимать через систему кодов. Благодаря кодированию актуализируется не только политическая реальность, но и ее восприятие, что развивает политический опыт. Но иконические знаки, как структура семиозиса, не ретранслируют политическую реальность, а подменяют ее. Здесь используются скрытые коды, которые влияют на выработку узнавания и восприятия политической реальности. Практика восприятия иконических знаков становится построением коллективной рефлексии, которая формирует отношение к политическому.

Ключевые слова: агентивная функция, знак, иконический знак, политические институты, семиозис.

I. Matsyshyna

PROBLEMS OF THE ICONIC SIGN: POLITICAL MEASUREMENT

The article is devoted to the analysis of the place and role of semiotics in the political space. It is reported that an analysis of the political system, as a system that produces itself through signs, allows it to be understood through a system of codes. This subject is devoted to the research of R. Barthes, U. Eco, V. Flusser, G. Kress, T. van Leeuwen and other representatives of Western science. Due to encoding, not only the political reality, but also its perception and political experience extend. But iconic signs, like the structure of a semiosis, do not retransmit political reality, but substitute it. Hidden codes are used here that influence the development of recognition and perception of political reality. The practice of perceiving iconic signs becomes the building of collective reflection on the sign that forms the attitude toward the political one.

Key words: agent function, sign, iconic sign, political institutes, semiosis.

Постановка проблеми. Сьогодні все будується на кодах. В той час, як у середньовічної людини було все пронизане Богом, місто абсолюту сучасної людини зайняв код. Процедури та практики обумовили сучасний софт, який вийшов за кордони програмного забезпечення. І ці ж самі процедури та практики стають виміром соціальної та політичної комунікації. Сучасна комунікація вибудовується завдяки алгоритмам, які потребують кодування та декодування. Серед них іконічний знак, як одиниця семіозису, представляє проблему дослідження. Його функціонування у політичному вимірі відбувається не тільки на рівні знаків, а й на рівні кодів, що вибудовує певні навички сприйняття суб'єктом політики політичної реальності. Для політології це відкриває новий горизонт дослідження, коли політична практика суб'єкта стає наслідком візуального досвіду.

Аналіз актуальних досліджень. Семіотика, як наука, що оперує поняттям знаку, з'явилася на початку ХХ ст. завдяки дослідженням Ф. де Соссюра, Ч. Пірса, Ч. Морріса. І хоча Ч. Пірс представляв її як розділ математики, а Ф. де Соссюр проводив лінгвістичний аналіз, термін *semeion* («знак, ознака») перекладається з грецької мови як «наука про симптоми в медицині». Спочатку семіотика була орієнтована на систему вивчення мови, а потім на аналіз знакових систем. Істотний погляд внесли Р. Барт, У. Еко, Ю. Лотман, Р. Якобсон, які позначили кілька предметних семіотичних галузей: знаки, коди, комунікація, мова, семіозис, дискурс тощо.

Ф. де Соссюр під знаком розумів двосторонню єдність позначуваного (*signifier*) і позначувального (*signified*). На відміну від нього, Ч. Пірс ввів трьохчастотну структуру знаку: репрезентамен – форма, яку приймає знак; об'єкт – те, на що знак посилається; інтерпретанта – сенс, отриманий під час функціонування знаку. Союз між реперзентаменом та інтерпретантою народжує семіозис, як процес функціонування знаків. На відміну від Ф. де Соссюра, який висловив гіпотезу, що відносини між позначуваним та позначувальним визначаються не зв'язком між ними, а суперечностями,

М. Трубецької вказував на те, що протиставляти можна тільки речі зі схожими властивостями. Тому всі знаки мають і загальні властивості.

Ч. Морріс ввів поняття «метазнак», що позначає знаки, які вказують на інші знаки (у Ч. Пірса це індексальні знаки). Він властивість знаків поділяв на три частини: синтаксис – умови при яких знаки вступають в співвідношення, що є появою мови; семантика – значення знака, яке вказує на предмет; прагматика – відношення знака до його інтерпретаторів та інтерпретацій.

Першим, хто вжив слово «семіотика» у гуманітарному напрямку був Джон Локк (1690 р.). Він в своїй роботі «Досвід про людське розуміння» розподіляє всі науки на три частини: фізика, практика та семіотика і вказує, що остання займається законами мислення. Таким чином, у гуманітарних дослідженнях семіотика довгий час була синонімом слова «логіка». «Завдання логіки – розглянути природу знаків, якими розум користується для усвідомлення речей або для передачі своїх знань іншим» [4, с. 200]. А перша робота «Семіотика» була надрукована у 1764 р. І. Ламбертом, який наголосив на тому, що семіотика повинна витіснити і логіку і філософію. Тому поступово семіотика перетворюється з метода на окремий напрям науки, тому що старі логічні методи пізнання стали неактуальними і з'явилася необхідність іншого логічного напрямку. І хоча Е. Гуссерль та Ч. Пірс продовжують використовувати логіку як поняття семіотики, вони розширюють поняття семіотики, об'єднуючи логіку з риторикою та граматиною. Тому для Ч. Пірса семіотика це не тільки наука про знаки, а найвищий рівень логіки.

Аналіз знаків в політичній системі та їхній вплив на суспільство пов'язані з іменами відомих європейських дослідників, таких як Ж. Батай, Ж. Бодрійяр, П. Бурдьє, Ж. Дельоз, Гі Дебор. Проблему розуміння знаку на рівні економічного виробництва почав Ж. Бодрійяр. Політекономія знака дозволяє розуміти знак як символічний обмін, структурований соціально-політичним завданням. Ж. Бодрійяр в своїй роботі «До критики політичної економії знака» аналізує феномен симулякрів як знаків другого рівня (знаки

вказують не на речі, а на інші знаки). Знак в політиці, як позначуване, створює свої контури для позначувального. За словами Ж. Бодрійяра, сама праця людини стає знаком серед інших знаків, а, отже, симулякром. Симулякр, в перекладі з латинської мови означає «привид» або подвійне, щось подібне до дійсної речі, але являє собою лише привид і замінює річ. Іншими словами, імітація речей, товарів. Це не просто копія товару, швидше це образ образу того самого товару. Ж. Бодрійяр відзначає процес трансформації сенсу в симулякр у декількох стадіях:

- на першій стадії зображення відображає базову реальність;
- на другій – образ маскує і деформує базову реальність;
- на третій – образ замінює основну реальність;
- на четвертій – образ втрачає будь-який зв'язок з реальністю, яка перетворюється на симулякр.

Головна мета статті: дослідити місце і роль семіотики у політичному вимірі і на рівні іконічного знаку довести, що семіозис у політичному просторі не стільки виробляє нові знаки, скільки впливає на формування навичок сприйняття візуальних політичних текстів.

Виклад основного матеріалу. Семіотика у політологічній науці є матрицею різних семіотичних систем, всередині яких будуються соціальні ідентичності, що є першим рівнем конструювання соціального порядку. Транслявання сенсу відбувається на рівні знаку в процесі комунікації. У лінії взаємовідносин «знак – значення» знаходиться ряд додаткових факторів та учасників комунікації, які збагачують і ускладнюють цю конструкцію. Існує ансамбль знаків, що складається зі слів, образів, звуків, жестів. Це певна знакова система, аналіз якої дозволяє зрозуміти, як за допомогою знаків створюється сенс. Звичайно, не останню роль відіграє канал, по якому передаються повідомлення і останнє має свою специфіку від цього. Візуальні знаки, субстанцію яких можна читати у публічному просторі, є інструментом закодованого повідомлення як ресурс влади.

Знак – це предмет, явище або дія, що вказує на інший знак і виступає кластером зберігання та передавання інформації. Знакові системи потребують наявності «кодів». Вони пов'язують між собою позначуване та позначувальне та мають властивість як поєднувати, так і розривати семіотичну структуру. Завдяки ним вибудовується комунікація, де під час передачі інформації вона кодується (з боку відправника інформації) та декодується (з боку одержувача інформації). Традиційна модель комунікації Р. Якобсона передбачає наявність користування однаковим кодом, що відбувається завдяки домовленості між учасниками комунікації.

Розуміючи семіотичну структуру як код, У. Еко досліджує питання сприйняття, що детерміновано кодом. Вчений наголошує на тому, що комплекс знаків актуалізує структуру сприйняття. Для політологів таке розуміння є цікавим з позиції дослідження знаків як процес встановлення кодів у політичному вимірі. «Код – це модель, яка є результатом низки умовних спрощень, вироблених заради того, щоб забезпечити можливість передачі тих чи інших повідомлень» [6, с. 83]. Для політичної системи важливою є не стільки семіотика знаку, скільки діяльність семіозису у політичному просторі. Для політичного режиму це має значення, оскільки він працює на своє сприйняття заради своєї стабільності. Тому кодування та втілення кодової інформації у публічному просторі є одним з провідних завдань політичних інституцій, які покликані забезпечити стабільність системи.

В своїй роботі «Відсутня структура» У. Еко досліджує рівні знаків Ч. Пірса (іконічні, індексальні, символічні) і зосереджує свою увагу на іконічному та індексальному знаках. Ч. Пірс відзначав, що індексальний знак привертає увагу до позначувального та актуалізує ставлення до нього завдяки досвіду. Але в той час, як іконічний знак має близьку схожість з об'єктом, який він репрезентує, він «схожий з позначувальним предметом тільки у деяких своїх аспектах» [6, с. 155]. У. Еко наголошує, що співвідношення кодів та предметів не може повністю замінити предмети, але вони вибудовують

загальні умови для сприйняття. Після відбору, який відбувається завдяки коду впізнання і порівняння з репертуаром графічних конвенцій, суб'єкт сприймає знак як предмет. Графічна конвенція – це система відношень, де схеми іконічних зображень актуалізують частини схем інших іконічних зображень. У. Еко наводить приклад сонця, як вогневий шар, який випромінює промені світла. Таким чином, за думкою вченого, іконічні знаки не відображають реальність, а розвивають систему розкодувань.

Репертуаром графічних конвенцій у політичному, наприклад, можуть бути рекламні бігборди де зображені політики. Не відбувається відображення політичної реальності, а сукупність всередині візуального тексту елементів актуалізує наш політичний досвід. Умовність сприйняття такої реклами полягає в тім, що ми розпізнаємо в площині одного тексту окремі елементи (фігури, точки, лінії, плями, кути, світло), а потім їх поєднуємо. Порівняння та поєднання позначуваних є системою кодування та декодування як репертуар графічних конвенцій. А це позначає, що іконічні знаки не відтворюють реальність, а розвивають наше уявлення про неї.

У. Еко пропонує свою класифікацію кодів:

1. коди сприйняття; коди впізнавання; коди передавання;
2. тональні коди;
3. іконічні коди (фігури, знаки та семи);
4. іконографічні коди;
5. коди смаку та сенсорні коди;
6. риторичні коди (риторичні фігури, передумови і аргументи);
7. стилістичні коди;
8. коди несвідомого.

Таким чином, У. Еко зміщує іконічний знак в бік коду і розуміє його значне ширше ніж Ч. Пірс, оскільки вказує на обумовленість процесів кодування, які опосередковані досвідом. Розвиток кодів впізнавання та сприйняття відбувається в наслідок досвіду і якщо зображення не прочитується, то це не означає його відсутності, а вказує на відсутність

досвіду знання оригіналу. Звідси іконічні знаки та їхні коди, слабкі і нестійкі, що може породжувати різний політичний дискурс.

Аналізуючи поняття «коду» під час комунікації Г. Кресс зазначає, що «не може бути ніякого припущення про «загальні коди». Такі терміни, як «кодування», «декодування» або «загальний код», не релевантні» [3, с. 94]. Якщо відправник інформації не є авторитетною особою, повідомлення не може бути розкодованим. На його думку, комунікація можлива тільки тоді, коли є інтерпретація. Тому комунікація сьогодні відбувається двічі: один раз – виробником повідомлення і ще один раз – інтерпретатором (партнером по діалогу). Такий підхід посилює присутність влади при комунікації. І комунікативна модель Шеннона – Вівера, яка передбачає рівні умови влади відправника і одержувача повідомлення, в політичному дискурсі не працює. Роль інтепретатора при передачі повідомлення може вступати в конфлікт з відправником повідомлення. Знак, як ресурс влади, знаходиться в руках у інтепретатора для створення необхідного сенсу. За допомогою знаку одні значення викривляються, інші просуваються. Звідси маніпулятивна роль влади за допомогою ЗМІ, які є каналом трансляції знака, посилюється.

У політологічних дослідженнях структурами знаку політичного є: політичний актор (як знак певної групи, як знак політичного іміджу, як знак політичного інституту тощо), політична дія (ритуальні та не ритуальні), речі політичного простору (кабінет, сцена, булава тощо), національно-ідеологічні знаки (прапор, колір, партійна символіка тощо). Інформаційні технології призвели до різноманіття текстів, які знаходяться і за межами лінгвістики. Жести і зображення влади стають предметом аналізу політичної влади, що може дати відповіді на дизайн політичного. Мультимодальний текст впливає не тільки на комунікативні практики, але і на просторове конструювання реальності, де візуалізується виробництво смислів.

Разом з Т. ван Лювенем Г. Кресс виділяє кілька процесів, за якими можна здійснювати дослідження візуального.

1) Дієві процеси. Актор – учасник комунікації, який утворює вектор повідомлення. У зображенні актори візуального повідомлення стають найважливішими завдяки розміру, місцю в композиції, контрасту з фоном, насиченістю кольорів, фокусу. Так, за думкою Г. Кресса та Т. ван Лювена, утворюється «психологічна значимість» учасників візуального тексту на глядача. Вчені пишуть, що у моделі комунікації К. Шеннона та У. Вівера навіть «джерело шуму» є актором.

Дія – це подія, яка відбувається з кимось у кадрі. Можна бачити, хто у кадрі щось робить. Коли в наративі візуального є два учасника: один – актор, інший – мета. «Актор у такому транзакційному процесі – це не стільки учасник, який рухається (як у процесі без транзакцій), а той, що провокує рух» [7, с. 64].

2) Реакційні процеси. В основі дослідження є явища, які виникають на рівні вираження обличчя. Феноменом реакційної структури є погляд та вектор його напрямку. Це може створити потужне почуття співпереживання або ототожнення з представленими учасниками.

3) Процес мовлення та ментальний процес. У вигляді діалогових куль, що поєднують героїв з їхньою мовою або думкою. Часто такі процеси зображуються у коміксах. Ці процеси пов'язують і з візуалізацією думок героя, а у випадку мовних векторів – акцент на напрямок мови.

4) Конверсійні процеси. Цей тип процесу автори порівнюють з перетворенням, коли відбувається комунікація між учасниками процесу, де дія представлена як природний процес (наприклад, танець або виступ на трибуні).

Але запропонована авторами модель перетинається з культурними традиціями, що значно звужує дослідження, оскільки культурні коди не є універсальними моделями для дослідження різних культурних формацій.

Різноманітній досвід під час розкодування, з одного боку, та широке навантаження кодів у візуальному тексті, з іншого боку, призводить до умисного розшарування індивідів у політичному просторі. Це не тільки вказує на нестабільність іконічних знаків, але й значно послаблює агентивну функцію

самих політичних інститутів. Агентивність, як якість суб'єкта здійснювати вільний вибір у соціальному вимірі, у політичному просторі стає одним з головних ресурсів політичних інститутів. Агентивні функції - це коли функції не визначаються природним шляхом, а призначаються агентом. Їхня відмінність від неагентивних функцій саме в навмисному приписуванні. Агентивна функція використовує мову, щоб позначити цю функцію у вигляді знаків та символів. І коли політичні інститути пропонують політичну модель в той час, як не мають ніяких ресурсів для оновлення чи побудови цієї моделі, це призводить до викривлення самої політичної реальності. Навіть фотографія, як іконічний знак, має свій вплив на розшарування суспільства.

Наприклад, Р. Барт при дослідженні фотографії як набір кодів, вказує на технологію вписування конотативних кодів у денотативну поверхню фото. Він виділяє прийоми конотації: монтаж, позу, об'єкти, фотогенію, естетизм та синтаксис. І, за його думкою, як повідомлення без коду фотографія стає повідомленням з кодом. «Однак така чиста «денотативність» фотографії, її аналогічна точність та повнота, одним словом її «об'єктивність» – все це може виявитися міфом; саме ці якості приписує фотографії повсякденне мислення, насправді ж цілком можливо (прийmemo це за робочу гіпотезу), що фотографічне повідомлення, принаймні газетне, також володіє конотацією» [1, с. 381]. Таким чином, виявляється бартовський парадокс фотографії.

Питання сприйняття фотографії пов'язано безпосередньо з комунікацією та теорією медіа. Відомо, що в технічному сенсі комунікація складається з відправника, каналу та одержувача. Наявність і функціональність коду, повідомлення і шумів стосується більш соціальної комунікації. Одвічне питання В. Флюссера «Що є медіа в разі телефону – провід або мова?», у дослідженні феномену іконічного знаку у політичному вимірі є мовою. Спочатку фотограф є кодувальником інформації. Фотографуючи об'єкт чи подію в жанрі фоторепортажу, реальність множитья в репродукціях, які в свою чергу створюють стереотипи. Коди, на думку В. Флюссера, накладають вже медіа, які поширюють канали. «Це кодування являє собою боротьбу між

поширенням апарату і фотографом. Фотокритик, приховуючи цю боротьбу, залишає «медіа» повністю непомітними для одержувача» [5, с. 65]. Фотографія тут не кінцевий пункт повідомлення, а лише проміжна зона, де суб'єкт підпадає під вплив кодів.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Сьогодні проблема семіотичного підходу в тому, що немає єдиної системи аналізу в цьому напрямку. Частий акцент на мовних проблемах робить її більше надбанням філологів і менше для дослідників інших гуманітарних напрямків. Звідси не опрацьовані ще загальні підстави для методології в цілому.

Політична реальність, як знак, зчитується за формами, розпізнається і відрізняється від інших за мовними конструкціями. Але не завжди ця мова виступає саморефлексією самої себе. Це не означає, що ця мова має походження від політичної системи. Вплив інших систем, таких як культурна, економічна, історична відтворюють себе в політичній системі також через мову. Накладання різних систем знаків всередині політичної системи говорить про її вторинність по відношенню до культурної, економічної, історичної тощо. У той же час, не можна розуміти останні у відриві від політичної системи, яка теж робить свій вплив на їхню внутрішню структуру. Будучи вторинною по відношенню до інших систем, кожна система під впливом інших виробляє і своє внутрішнє значення. Політична система актуалізує семіотичну систему під час трансформації. Зміна різних форм політичних процесів, як політичних режимів та політичних інститутів, потребує застосування нових знаків. Тому, політична система як контекст, в якій функціонують знаки, надає їм новий вимір функціонування як позначувального самої політичної системи. Семантична властивість одних знаків може посилюватися, в той час як інші знаки отримують нульові функції. Під час трансформації набуває властивості т.зв. «пустий знак», коли позначувальне відривається від позначуваного і навпаки. Коли, наприклад, зображення колишнього президента, втрачає конотативне значення у даному часовому просторі. Але це не позначає того, що знаки зникають. Вони

затухають, поступаючись місцем іншим знакам. Їхній новий синтаксис (фактори, які вказують на форму політичних процесів), нова семантика (комунікативний рівень діяльності політичних процесів) і нова прагматика (актуалізація влади як інтерпретатора повідомлень) в цілому створюють новий сенс. Це і є одним з властивостей системи, яку Жак Дерріда позначав як «реконструкція».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры / Р. Барт; [пер. с фр., вступ. ст. и сост. С. Н. Зенкина]. – М.: Издательство им. Сабашниковых, 2003. – С. 378–392.
2. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция / Ж. Бодрийяр // Философия эпохи постмодерна. – Минск: БГУ, 1996. – 230 с.
3. Кресс Г. Социальная семиотика и вызовы мультимодальности / Г. Кресс // Политическая наука. – 2016. – № 3. – С. 77–100.
4. Локк Дж. Сочинения: В 3-х т. – Т. 2 / Дж. Локк; [под ред. И. С. Нарского]. – М.: Мысль, 1985. – 560 с.
5. Флюссер В. За философию фотографии / В. Флюссер ; [пер. с нем. Г. Хайдаровой]. – СПб.: Изд-во С.Петербург. ун-та, 2008. – 146 с.
6. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У. Эко; [пер. с итал. В. Г. Резни и А. Г. Погоняйло]. – СПб.: «Симпозиум», 2006. – 544 с.
7. Kress G. R. Reading Images: The Grammar of Visual Design / G. R. Kress, T. van Leeuwen. – L.: Psychology Press, 2006. – 291 p.

Стаття надійшла до редакції 17.11.2017