



НУЛЕВОЙ И ПУСТОЙ ЗНАКИ: СЕМИОТИЧЕСКИЕ ЭЛЕМЕНТЫ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ПРОГРАММ

А. С. ДАВЫДИК^{1), 2)}

¹⁾Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь

²⁾MediaГруппа Гревцова, Логойский тракт, д. 22А, пом. 200, ком. 5, 220090, г. Минск, Беларусь

Рассматриваются элементы визуальной композиции (пространство и цвет) с целью изучить их роль, выявить коммуникативный потенциал и определить алгоритм смыслообразования. На основе промежуточных экспериментальных данных предполагается, что пространство в визуальной коммуникации через типизацию, т. е. историко-культурную память, становится нулевым знаком (без формы, но со значением), что при поверхностном анализе позволяет субъекту декодировать содержание (тему сообщения). Цвет (один из знаковых элементов семиотического пространства) может выступать как нулевой и пустой знаки, которые не наблюдаются при анализе и не имеют смысловой нагрузки, не замечаются референтом.

Ключевые слова: семиотика; знаковая коммуникация; СМИ; телевидение; нулевой знак; пустой знак; цвет; фон; пространство.

ZERO AND BLANK SIGNS: SEMIOTIC ELEMENTS OF TELEVISION PROGRAMS

A. S. DAVYDIK^{a, b}

^aBelarusian State University, 4 Niezaliežnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus

^bMediaGruppa Grevtsova, 22A Lahojski Tract, office 200-5, Minsk 220090, Belarus

The article examines such elements of visual composition as space and colour in order to study their role and identify the communicative potential and determine the algorithm of meaning formation. Based on intermediate experimental data, there is a hypothesis that the space in visual communication through typing, which is assumed to be historical and cultural memory, becomes a zero sign (without a form, but with a meaning), which allows the subject to decode the content (subject of the message) on the basis of a superficial analysis. In this case, the colour (one of the sign elements of the semiotic space) can act as zero and empty signs which isn't observed in the analysis and not has a semantic load noticed by the referent.

Keywords: semiotics; sign communication; mass media; television; zero sign; empty sign; colour; background; space.

Введение

Визуальные (экранные) средства массовой коммуникации (телевидение, смартфоны, умные часы, рекламные борды и т. д.) для передачи информа-

ции используют гетерогенный текст, синтез первичных и вторичных моделирующих систем. По мнению Ю. М. Лотмана, под первичными системами

Образец цитирования:

Давыдик АС. Нулевой и пустой знаки: семиотические элементы телевизионных программ. *Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика.* 2021;2:46–50.

For citation:

Davydik AS. Zero and blank signs: semiotic elements of television programs. *Journal of the Belarusian State University. Journalism.* 2021;2:46–50. Russian.

Автор:

Александр Сергеевич Давыдик – преподаватель кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики¹⁾, ведущий информационных и авторских программ радио «Легенды FM»²⁾.

Author:

Alexander S. Davydik, lecturer at the department of television and radio broadcasting, faculty of journalism^a, and radio host of news and author's programs «Legendy FM»^b.
latynin@tut.by
<https://orcid.org/0000-0003-1967-6281>





понимается вербальный язык, а под вторичными – выразительно-изобразительные средства (например, пространство и цвет) [1, с. 17]. Учитывая, что телевидение является визуальной презентацией реальности, выразительные средства экрана, будучи элементами вторичной моделирующей системы, призваны усилить и улучшить, а в некоторых ситуациях сообщить, содержательную составляющую изображения. Однако не всегда наличие этих элементов в кадре несет в себе смысловую нагрузку.

Так, один из классиков семиотики Ч. С. Пирс, исходя из логической (философской) парадигмы, пришел к выводу, что по отношению к своим референтам (вещам или явлениям) знаки можно разделить на три вида [2, с. 58]. По Пирсу, иконические знаки представляют собой копию или подобие объекта (например, фотография или портрет человека). К ним же Ч. С. Пирс относит знаки-индексы, которые указывают на его признак (например, дым). Третью группу составляют знаки-символы, которые отсылают к объекту посредством правил, идеи (например, дерево – символ жизни).

Пустота как нулевой знак семиотической композиции

Учитывая, что семиотические системы (как вербальные, так и невербальные) взаимосвязаны и исходят минимум из одной обобщающей функции – передачи информации в любой знаковой форме (устной, письменной, визуальной и др.), было решено применить исследование Р. О. Якобсона для анализа элементов визуальной коммуникации¹. Тем более что в рамках повышенного внимания к чувственно-экспрессивному воздействию любой информации на восприятие современного медиапотребителя, гипотеза о нулевых знаках Р. О. Якобсона становится наиболее актуальной. Следует также напомнить, что при разработке своей семиотической концепции Р. О. Якобсон прежде всего обращался к изучению поэтических текстов, полагая, что они, как художественные феномены, особым образом влияют на чувственно-экспрессивное, т. е. эстетическое, восприятие реципиента.

По примеру нулевого знака в морфологии в структуре визуального текста также допускается подобный элемент. При этом базовой характеристикой для идентификации нулевого знака является противоречие – отсутствие формы, но наличие содержания.

Уточним, что данное исследование проводилось в рамках изучения референциального выбора зрителем телевизионной программы на основе заранее сформированных целевых установок, главной из которых является реконструкция содержания по принципу первичного декодирования визуальных

Однако развитие семиотики в лингвистической парадигме на основе концепции, восходящей к Ф. де Соссюру, в которой знак подразделялся на означающее (слово, номинация) и означаемое (предмет, явление), привело к появлению нового вида знаков, не замеченных ранее в визуальном анализе. Так, известный исследователь Р. О. Якобсон, изучая грамматическую структуру слова, пришел к идее о существовании нового типа знаковости – нулевого знака [3, с. 223]. Отличительная особенность такого знака состоит в том, что он не имеет формы, но имеет содержание, как, например, нулевое окончание. По мнению исследователя А. А. Гируцкого, такой знак (нулевой показатель) в системе грамматических форм противопоставляется наличию формальных показателей, обретая в грамматических оппозициях свое значение [4, с. 151]. Другими словами, нулевой знак актуализируется в системе языка не потому что так предписано, а для того, чтобы при референции (соотнесении увиденного с конкретным) субъект понимал, какое именно означаемое перед ним.

элементов, входящих в моделирующие системы техногенных экранных коммуникаций.

Для проведения эмпирического исследования был выбран наиболее упрощенный материал – стихотворение из восьми строк, разделенное на два четверостишия, и стандартная форма заявления в адрес работодателя. Также было использовано замещение языкового кода (алфавита) волнистыми линиями, которое в силу неопределенности не позволит декодировать содержание, но благодаря упорядоченному размещению в пространстве обретет форму и станет иконическим знаком.

Под неосложненной формой мы подразумеваем визуальную композицию, состоящую из нескольких четко выделяемых элементов, что при декодировании не приведет к увеличению линейных, ассоциативных связей до бесконечности.

Процедура эксперимента заключается в индивидуальной демонстрации визуального материала, где каждому участнику референтной группы (20 человек) необходимо ответить на вопрос: «Что вы видите?». Если испытуемому недостаточно точности в вопросе, то задавался следующий: «Как вы думаете, что изображено?». Для еще большей конкретизации использовался вопрос: «На что это похоже?». После формулировки ответа, задавался уточняющий вопрос: «Почему вы так решили?».

Так, при демонстрации двух четверостиший на белом фоне референтная группа безошибочно смогла

¹Исследование проводилось в студенческой научно-исследовательской лаборатории семиотики виртуальной среды и аудиовизуальных медиа кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики БГУ.



ответить на вопрос: «Что вы видите?», – определив визуальный материал как стихотворение. Говоря о причинах своего решения, все участники указали на наличие графической записи, релевантной для кода стиха, причем независимо от языка, на котором графически отображено стихотворение. Это позволяет сделать вывод о том, что возможность определить объект в данном случае базируется на семиотическом противопоставлении, отграничении одного четверостишия от другого. Таким образом, в знаковой композиции вместо двух элементов присутствуют уже три, где главным становится графический – визуальное пространство между двумя алфавитными группами, которое является нулевым знаком (без формы, но с функциональным значением).

Следующим этапом стало усложнение семиотической композиции для референтной группы – использование в качестве визуального материала образца официального заявления на белом фоне, состоящего из трех элементов (шапка, индексация (заголовки),

текст), которые заменены волнистыми линиями. При демонстрации материала применялось фрагментарное развертывание изображения (индукция), что последовательно усложняло материал. При выведении на экран элемента «текст» ни один из участников референтной группы не мог определить, о чем бы он мог сообщить. Когда был показан элемент «индексация», 13 человек предположили, что это *какой-то рассказ*. При добавлении последнего элемента «шапка» 13 человек назвали композицию «заявление», 6 – «официальный документ» и 1 человек не смог соотнести форму с каким-либо знакомым ему содержанием. Обосновывая свое решение, 19 человек, которые правильно сопоставили форму с содержанием, указали, что главными элементами стали «шапка» и «текст».

Таким образом, референция произошла на основе размещения этих элементов в композиции и противопоставления двух элементов в пространстве, что стало возможным благодаря наличию нулевого знака.

Цвет как нулевой знак в структуре аудиовизуального контента

Анализ промежуточных данных показал, что участники референтной группы при ответе на вопрос: «Что вы видите?» – отмечали все элементы композиции, кроме цвета, на котором изображена форма. Это заставило выдвинуть идею, что цвет в аудиовизуальной коммуникации может выступать не только как символ, но и как нулевой знак. При этом цвет, в отличие от алфавитной графической записи, имеет форму и функциональное значение, но не замечается при декодировании.

Для проверки предположения была выбрана методология исследования, которая включает в себя последовательную демонстрацию двух слайдов, состоящих из двух визуальных элементов – цвета и геометрической фигуры в виде круга. Слайды демонстрировались индивидуально каждому участнику двух референтных групп (по 20 человек каждая). При этом первой группе первоначально был показан белый слайд с синим кругом в левом верхнем углу, а затем – зеленый с аналогичным синим кругом в правом нижнем углу. Второй группе сперва демонстрировался зеленый слайд с синим кругом в верхнем левом углу, а далее – белый с синим кругом в правом нижнем углу.

Важно отметить, что увеличение количества участников эксперимента вызвано желанием уменьшить погрешность и основано на предположении, что при смене слайдов разных цветов второй с высокой вероятностью будет замечен на базовом принципе семиотики – противопоставлении.

Результат эксперимента показал, что в первой группе при ответе на вопрос: «Что вы видите?» – 7 участников не отмечали цвет фона, 12 участников не отмечали первый, но отмечали второй цвет, и один человек отметил оба цвета. Во второй группе 11 участников не отмечали цвет фона, 5 человек не отмечали первый, но отмечали второй, 2 участника отмечали оба фона и 1 человек отметил первый цвет, но не отметил второй.

Таким образом, большинство участников (18 человек) не обратили внимания на смену цвета фона, при этом зафиксировали, что фигура переместилась, 17 участников не отметили первый фон, но при смене слайда заметили изменение цвета и положения фигуры, 3 человека отметили оба фона и лишь один человек отметил только первый фон.

Применительно к аудиовизуальной коммуникации аналогичная тенденция проявляется и при анализе элементов телевизионных программ, когда создатели контента используют графику для демонстрации. Например, в программе «ТОП_net. Перегрузка»², которую выпускает Белтелерадиокомпания, демонстрация видео из социальной сети *Инстаграм* происходит на белом фоне, что позволяет включить этот фрагмент в наш эксперимент.

Композиция кадра состоит из нескольких элементов: смартфона как иконического знака, геометрических фигур как знаков-символов, которые

² «Топ_net. Перегрузка». Выпуск № 35 [Электронный ресурс] // АТН: новости Беларуси и мира. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=vS-r9zo36tw&list=PL9rJMLzuPv25IU51XnnNVu4D5qJhNnRjQ&index=2> (дата обращения: 07.12.2020).



в совокупности становятся знаками-индексами, указывающими на видеоплеер. Во время анализа изображения, отвечая на вопрос: «Что вы видите?», – участники референтной группы (20 человек) в подавляющем большинстве не отметили наличие белого цвета, 18 участников отметили фигуры на фоне, 2 человека озвучили цвет.

Цвет как пустой знак

Другое положение проявляется в содержательном и функциональном планах, когда авторы аудиовизуального материала применяют цвет в качестве фона своего произведения. Так, *YouTube*-канал «ПостНаука»³ целенаправленно использует в качестве фона белый и черный цвета. С точки зрения функциональности контраст оправдывается минимальными затратами ресурсов при создании продукта, что, безусловно, не отражается на качестве. По мнению режиссера, использование черного и белого цветов позволяет создать семиотическую цветовую композицию, целевая установка которой состоит в концентрации на главном объекте коммуникации – рассказчике. Несмотря на очевидность (заметность) цветов, в силу оппозиционных отношений с цветом одежды, волос и других признаков фон не актуализируется в композиции элементов как символический знак, а цвета по-прежнему несут только функциональное назначение.

Аналогичный прием характерен и для телевизионных передач. Например, в эфире белорусского телеканала «ВТБ» транслируется программа «Галерея красоты»⁴. Участницам предстоит пройти путь по изменению имиджа под руководством ведущих, стилистов, косметологов и др. Жанр программы (телешоу) требует от создателей демонстрации на телевизионном экране конфликта, в данном случае конфликта героини с внутренним Я, т. е. с привычным визуальным собственным образом. Переживание этого конфликта показывается через ее откровенные интервью перед камерой. Подобное признание участниц строится на обстоятельствах, причины которых, как правило, не затрагиваются в таких проектах. Целевая установка авторов состоит в том, чтобы зритель увидел, как легко с помощью специалистов (например, стилистов-имиджмейкеров, дизайнеров одежды) можно сконструировать новый образ. Дра-

Таким образом, несмотря на свою функциональную значимость, при первичном анализе пространства цвет фона не замечается как элемент семиотической композиции и превращается в нулевой знак. Актуализация цвета происходит лишь при наличии оппозиционных отношений: белый или не белый, зеленый или не зеленый.

матургическая структура сюжета не предусматривает проникновения в реальную глубину повседневной жизни той или иной женщины. Синтагматической основой таких передач является популярный нарратив литературно обработанных в XVIII–XIX вв. сказок европейских этносов о чудесных превращениях девушки-замарашки в красавицу (Ш. Перро «Золушка», С. Т. Аксаков «Аленький цветочек» и др.).

Кадровая композиция интервью-откровения состоит из двух элементов: серого фона и героини. Как в случае с каналом «ПостНаука», цвет используется в качестве функционального атрибута для производства продукции с наименьшей затратой усилий без потери качества. Причем степень качества определяется целью мизанкадра (композиции), в данном случае это фокусировка внимания зрителя на субъекте, т. е. на внутреннем мире участницы.

Описанный выше эксперимент показал, что серый цвет, по мнению зрителя, не актуализируется в каком-либо своем содержании, но важен в своем наличии. С точки зрения создателей программы, цвет также не актуализируется в своем символическом значении, а становится пустым знаком с утилитарным значением.

Если в случае со стихотворением нулевой знак позволял зрителю отделить одну форму от другой и ассоциативно (на основе синтагматической связи элементов композиции) соотнести с уже знакомой формой, благодаря чему происходили опознавание и референция, то в случае с цветом (как пустым знаком) он никак не раскрывается для зрителя, в том числе с функциональной стороны. Утилитарное значение пустой знак имеет для создателей контента, которые используют его для формирования в кадре акцента на персонаже, т. е. для подавления шума при передаче сообщения.

Заключение

Таким образом, визуальная коммуникация в своем прагматическом выражении основана на использовании в знаковой композиции не только уже известных иконических, индексальных и символических зна-

ков, но и нулевых (по схеме первичной моделирующей системы), которые не замечаются реципиентом, не имеют контекстуального содержания и актуализируются только с функциональной стороны.

³ПостНаука [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/user/postnauka/about> (дата обращения: 08.12.2020).

⁴«Галерея красоты» [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=4OAMoCl05vE&list=PLgDgx2YszIscRT1c_hZ7E46TUZErnzwaN (дата обращения: 08.11.2020).



Помимо этого, можно сказать, что визуальная коммуникация в семиотической парадигме нуждается в пустых знаках, которые, в отличие от нулевых, определяются реципиентом, но не несут для

него ни содержательной, ни утилитарной значимости. Однако прагматическая ценность знака становится важной для производителей аудиовизуального контента.

Библиографические ссылки

1. Лотман ЮМ. *Структура художественного текста. Анализ поэтического текста*. Санкт-Петербург: Азбука; 2018. 704 с.
2. Пирс ЧС. *Логические основания теории знаков*. Кирыщенко ВВ, Клопотина МВ, переводчики. Санкт-Петербург: Алтейя; 2000. 353 с.
3. Якобсон Р. *Избранные работы*. Москва: Прогресс; 1985. 460 с.
4. Гируцкий АА. *Введение в языкознание*. Минск: Вышэйшая школа; 2016. 238 с.

References

1. Lotman YuM. *Struktura khudozhestvennogo teksta. Analiz poeticheskogo teksta* [The structure of the artistic text. Analysis of the poetic text]. Saint Petersburg: Azbuka; 2018. 704 p. Russian.
2. Peirce CS. *Logicheskie osnovaniya teorii znakov* [Logical foundations of the theory of signs]. Kiryushchenko VV, Klopotina MV, translators. Saint Petersburg: Aleteiya; 2000. 353 p. Russian.
3. Jakobson R. *Izbrannye raboty* [Selected works]. Moscow: Progress; 1985. 460 p. Russian.
4. Girutskiy AA. *Vvedenie v yazykoznanie* [Introduction to linguistics]. Minsk: Vyshhejschaja shkola; 2016. 238 p. Russian.

Статья поступила в редколлегию 17.02.2021.
Received by editorial board 17.02.2021.