

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Абульханова-Славская К.* Стратегия жизни / К. Абульханова-Славская. – Москва: Мысль, 1991. – 299 с.
2. *Дымшиц М.* Манипулирование покупателем / М. Дымшиц. – Москва: Омега-Л, 2004. – 252 с.
3. *Макклелланд Д.* Мотивация человека / Д. Макклелланд – СПб: Питер, 2007. – 672 с. – («Мастера психологии»).
4. *Резник Ю.* Жизненные стратегии личности / Ю. Резник, Е. Смирнов – М.: Институт человека РАН, Независимый институт гражданского общества, 2002. – С.173–174.

## В. БАЧИШИН

*доктор философии  
Академия массмедиа,  
Словакия, Братислава  
vladimir.bacisin@gmail.com*

## СТРУКТУРНО-СЕМИОТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ НОВОСТЕЙ

**Аннотация.** В статье отражены основные принципы структурно-семиотического подхода к анализу информационных телевизионных передач. Семиотический анализ позволяет исследовать процессы использования знаков обществом и создания значений из их взаимных отношений в рамках знаковой системы. Автор анализирует структуру репортажа как структуру информационного сообщения.

**Ключевые слова:** семиотика, анализ, новости.

Структурно-семиотический анализ позволяет исследовать использование знаков обществом и формирование значений из их взаимных отношений в рамках знаковой системы. Его целью является открытие принципов упорядочения текста (в широком смысле этого слова) и трактовка возможных его значений.

Потенциал семиотики<sup>1</sup> и структурализма, связанных одной теоретической традицией, в равной степени используется в данном методе, что отраже-

---

<sup>1</sup> Семиотика – наука о знаковых системах, одна из специфических междисциплинарных наук XX века наряду с кибернетикой, структурной поэтикой, культурологией, виртуалистикой. В основе семиотики лежит понятие знака - минимальной единицы знаковой системы (или языка), несущей информацию.

но в его названии. В тексте же мы будем использовать понятие «семиотический анализ». Этот вид анализа является хорошим дополнением количественных методов анализа массмедиа, например, контент-анализа. Семиотический анализ подходит для изучения различных типов документов – от печатных текстов, через статические изображения, до аудиовизуального ряда. Семиотический анализ работает с небольшими выборками и используется для case study. Больше всего он подходит для исследования рекламных кампаний и информационных программ.

При семиотическом анализе обо всех объектах анализа говорят как о текстах. Предпосылкой анализа является то, что тексты составлены из знаков, предназначенных для чтения. О реципиентах этих знаков можно в широком смысле слова говорить как о читателях.

Базовой предпосылкой семиотического анализа является понимание того, что сообщение/текст и значение – это разные феномены. Текст в письменной, визуальной, звуковой или аудиовизуальной форме имеет постоянную форму. Но значения, которые в них заложены или которые в них находят читатели, являются более или менее переменными. Семиотический анализ не может выявить весь спектр значений, который связывают с текстом его читатели. Этот метод исследования содержания может обнаружить, из каких элементов состоит структура текста и показать, какие основные значения имеют данные элементы.

Семиотика основана на трех основных положениях. Во-первых, существуют знаки – базовые элементы конструкции разных символических систем; во-вторых, знаки организованы в кодах; в-третьих, знаки существуют в рамках определенной структуры.

Семиотическому анализу может быть подвергнут любой тип документа – текстовые сообщения, печатные или цифровые тексты, статические изображения, аудиовизуальные тексты, фактические или фиктивные тексты.

Знаки можно изучать в письменном тексте и в тексте, имеющем форму изображения. Визуальное изображение часто транслирует отдельные знаки так, что они изображены один рядом с другим, а не следуют друг за другом. Реципиент их для себя открывает постепенно. Для того чтобы понять структуру сообщения, он должен увидеть все знаки, включая их взаимные отношения. В таком случае, если мы хотим проанализировать относительно большой аудиовизуальный текст, количество его знаков является настолько большим, что лучше всего ограничить внимание исследователя лишь на некоторых избранных знаках.

В случае анализа информационной программы (новостной передачи), сосредоточимся на описании ее структуры и форм презентации. Новостная передача использует и комбинирует три основных элемента: модератора/модераторов, репортеров/корреспондентов и репортажи. Задача модератора – быть «экскурсоводом» передачи. Англоамериканское понятие anchor

(якорь) определяет основную функцию модераторов – снабдить каждое сообщение «якорем», поместить его в определенные повествовательные рамки. Модератор формулирует предварительные замечания к сообщению и вставляет его в более широкий социальный, политический или культурный контекст, согласуя с остальными частями новостной передачи. В некоторых случаях модераторы заканчивают сообщение и приписывают ему значение.

Сообщение (информация, репортаж) предоставляет сведения с места события от участников или свидетелей события, объясняет его от начала до конца. Таким образом, событию приписывается определенное значение, ограничиваются ненужные значения.

В рамках репортажа освещаемое событие строится на четырех [2] основных элементах презентации фактов.

1. *Talking head* (говорящая голова или выступающее лицо) – модератор в студии, описывающий событие в кадре. Все чаще эту роль выполняет сам репортер на месте события – так называемый *stake out*.

2. *Графика* включает в себя сопровождающие изображение графики, организационные схемы, карты, анимации, запись текста, которыми дополняется информация репортера. Занимают либо весь экран, либо его часть (например, графические окна на заднем плане; логотип, созданный для обозначения определенного типа передачи).

3. *Номинация* (представление) обозначает отдельных выступающих лиц, включая модераторов, репортеров, комментаторов, корреспондентов. Для обозначения выступающих, как правило, используются субтитры. Субтитры маркируют выступающих в качестве свидетелей, экспертов, специалистов или пресс-секретарей. Номинация как механизм усиливает достоверность и авторитет выступающих как лиц легитимных в отношении события. Сообщение о статусе выступающего лица усиливает достоверность репортажа.

4. *Репортаж* (актуальная информация) – основной элемент телевизионных новостей, который складывается из изображения и сопровождающего комментария репортера (который может находиться или не находиться в кадре). Кроме экспертных выступающих, используется и голос народа. Это оживляет репортаж и повышает его достоверность. Таким способом редакция выражает собственное мнение и поддерживает обратную связь с аудиторией.

Событие в репортаже развивается постепенно. Основная структура репортажа предполагает четыре приема в развитии повествования: фреймирование, фокусирование, реализация и закрытие.

1. *Фреймирование* (*framing*, помещение в рамки) осуществляет модератор в студии, он предваряет показ сюжета, наделяя его значением. Модератор готовит зрителей к репортажу, указывая на то, как следует читать событие. Этим способом модератор вводит событие в более широкий контекст, или соединяет сообщение о нем с предыдущим материалом, одновременно обозначая основной смысл события.

2. *Фокусирование* (focusing) реализуется, собственно, в самом репортаже, когда корреспондент, акцентируя внимание аудитории на определенных фактах, деталях, объясняет, что же произошло, и показывает кадры с места события. Иногда при этом используется графика.

3. *Реализация* (realising) – это ключевая часть репортажа, в которой с места события реконструируется произошедшее. Знаки, используемые в этом процессе, приписывают событиям значение, формируемое под их влиянием. Стандартным способом здесь является представление мнения независимых лиц, которые своими высказываниями дополняют имеющиеся факты. Этим способом журналисты усиливают версию событий, которую публике предлагает информационная передача.

4. *Формальное закрытие* (closing) сообщения реализуется последними словами репортера. Этим для зрителя завершается повествование.

Для того чтобы рассмотреть (Monaco, 2006; Hansen, 1998; Selby, Cowdery 1995) символические и технические средства языка изображения в телевизионных передачах, исследователь может сосредоточиться на использовании технических кодов. Хочется сказать, что для изучения данной области коммуникации необходимо иметь опыт работы с записывающей аппаратурой и наметанный глаз.

Для того чтобы анализировать текст, мы должны знать конструкцию определенных кодов (например, язык кино, если хотим исследовать художественный или мультипликационный фильм). При исследовании новостных передач (и не только) значима следующая комбинация анализа технических и символических средств. Их многообразие позволяет художнику выбрать, как он закодирует творческую идею, а публике, включая исследователя, предоставляет возможность расшифровать, или, если хотите, декодировать текст. Мы возьмем только несколько из них. Основными категориями, которые может исследователь использовать в плоскости технических кодов, являются следующие:

- *композиция кадра* – внимание уделяется тому, как в кадре расположены объекты; снят кадр с позиции ключевого объекта или, наоборот, снимают сам ключевой объект;

- *кадр камеры* – расстояние от объекта до камеры позволяет снимать разного рода кадры. Стандартным кадром является средний план (medium shot), который отображает половину человеческого тела, задний план при этом вторичен. Крупный план (close up) позволяет сосредоточить внимание аудитории на деталях, а в случае изображения человека – на отдельных частях тела (руках, улыбке). Этим кадром автор привлекает внимание аудитории к некоторым смыслам и повышает их значимость (как правило, крупный план используется для передачи эмоций). Наоборот, общий план (long shot), устанавливает контекст для главного объекта изображения. Он помогает создать среду всего сообщения. На среднем плане человек изображен до пояса. Разделяют

первый средний план (молочный) – по грудь и второй средний план (пасхальный) – тело человека без ног – американский план;

- *угол кадра* – объект может быть снят на уровне глаз, сверху (high angle) или снизу (low angle). Кадры могут быть сняты под наклоном, использовать статическое положение или динамическое движение. Кроме всего прочего, определенное значение имеет угол съемки;

- *используемый объектив* влияет на изображение объекта. У каждого объектива есть свое фокусное расстояние. Классический объектив с фокусным расстоянием 50 мм соответствует взгляду человеческого глаза и углу 45 градусов. Современные камеры используют объективы с переменным фокусным расстоянием – zoom;

- *длина кадра и монтаж* создают ритм сообщения. Чем большее значение приписывается знаку, тем чаще его покажут. Длинные кадры, которые длятся пять секунд и больше, позволяют сосредоточиться на деталях, повышают драматичность или интимность сюжета, но могут быть скучными. Чем чаще монтаж коротких кадров, тем больше динамики в сюжете;

- *использование света* – инструмент, которым объекту приписываются коннотации. При разном освещении одна и та же сцена может иметь разное значение – снятая утром, на закате или во время обеда. Основным вопросом является то, какие знаки создает используемый свет;

- *цвет* – разные цвета вызывают разные эмоции. Использование черно-белого изображения или разного рода фильтров усиливает или ослабляет определенную часть цветового спектра. Например, при помощи фона можно акцентировать внимание на взаимоотношениях персонажей или подчеркивать их позы. Так, фон может быть теплым (желтым, оранжевым, золотым, красным) или холодным (фиолетовым, синим или темно зеленым);

- *реквизиты* могут усилить значение некоторых ключевых персон. Костюмы или предметы на сцене являются вторичными знаками и могут иметь символическую ценность для идентификации ключевых персонажей.

- *сцена* – для каждой истории важно то, в какой среде она происходит. Узкий темный переулок ассоциируется со страхом или опасностью. Закат солнца символизирует спокойствие. Сцена задает определенные значения в сюжете;

- *звуки* помогают оформить среду, в которой происходят события. Звуки могут создавать объекты в кадре или добавляться в кадр. Некоторые звуки типичны для определенных жанров. Например, для фильма ужасов типичны разного рода скрип дверей или окон. Звуки на заднем плане в радиорепортаже, как, например, звук ветра, крик детей, создают реалистичность записи.

Это, на наш взгляд, основные элементы новостных материалов, на которые необходимо обращать внимание при семиотическом анализе новостей.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Hansen A. Mass Communication Research Methods / A. Hansen, S. Cottle, R. Negrine, C. Newbold // Los Angeles – London: Palgrave – MacMillan, 1998. 360 p.
2. Hartley John. Understandig News / John Hartley// London and New York: Routledge, 2001. 220 p.
3. Monaco J. Jak inst film: svmt filmщ, мїдїн а multimїдїн : ummn, technologie, jazyk, dmjiny, teorie / J. Monaco// Praha: Albatros, 2004. 735 s.
4. Selby K., Cowdery R. How to Study television / K. Selby, R. Cowdery // Basing Stoke: Mac Millan, 1995. 365 p.

### О. В. БЕЗЗУБОВА

*кандидат философских наук, доцент  
Санкт-Петербургский горный университет,  
Россия, Санкт-Петербург  
bezzubova\_olga@mail.ru*

## ИКОНИЧЕСКИЙ ПОВОРОТ И НАУКА ОБ ОБРАЗАХ

**Аннотация.** Статья посвящена понятиям иконического поворота и науки об образах (Bildwissenschaft), разработанным в немецких исследованиях визуальной культуры. Выдвижение в центр исследовательского интереса проблемы визуального во второй половине XX века поставило перед исследователями множество теоретических и методологических вопросов, нуждающихся в осмыслении. В этой связи подход, предложенный немецкими учеными, представляет несомненный интерес.

**Ключевые слова:** образ, изображение, иконический поворот, наука об образах, визуальная культура.

В начале 90–х гг. XX века в немецкой теории культуры появляется понятие «иконический поворот». Первоначальная разработка данного концепта связана с трудами немецких историков искусства – Г. Бема (собственно, и предложившего данное понятие), а также Х. Белтинга и Х. Бредекампа.

Выдвижение проблематики «иконического» в центр внимания немецких исследователей культуры обусловлено целым рядом причин, в частности, трансформацией представлений об искусстве в рамках модернизма, а также интенсивным развитием новых технологий в XX веке. Перед исследователями возник ряд новых вопросов, среди которых можно выделить исследование роли образов в научном познании, проблему сущности и границ эстетического восприятия, вопрос о внутренней структуре образа и его связи с матери-