

Отримана 20.10.2025

Прорецензована: 09.11.2025

Прийнята до друку: 24.11.2025

Електронна адреса: p.y.khrapko@nuwm.edu.ua

DOI: <http://doi.org/10.25264/2312-7112-2025-29-83-89>

Храпко П. Проблема фотографічного значення у Ролана Барта: від денотації до дискурсу. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філософія»: науковий журнал*. Острог : Вид-во НаУОА, 2025. № 29. С. 83–89.

УДК 77.01:81'02:7.01»19/20»

Павло Храпко

ПРОБЛЕМА ФОТОГРАФІЧНОГО ЗНАЧЕННЯ У РОЛАНА БАРТА: ВІД ДЕНОТАЦІЇ ДО ДИСКУРСУ

Однією з найбільш актуальних тем в теорії фотографії є проблема фотографічного значення. В її межах етапними та визначальними визнано семіотику індексального та іконічного знаку Пірса, аналіз фотографічних повідомлень Р. Барта та дослідження фотографічного означуваного в межах соціальних дискурсивних практик.

Дану статтю присвячено аналізу особливостей розуміння фотографічного значення у Р. Барта. Основним об'єктом дослідження є дві роботи теоретика: «Фотографічне повідомлення» та «Риторика образу». Головними методологічними інструментами бартівського аналізу проблеми значення у фото були структурна лінгвістика (денотація, конотація) та категоріальний апарат теорії інформації (код, повідомлення, джерело, отримувач).

На думку теоретика в межах фотографічного повідомлення функціонують два коди: денотативний та конотативний. Визначення першого з них є доволі суперечливим, оскільки коливається від його повного заперечення до визнання у якості своєрідного первинного візуального аналогу реальності. Головне ж призначення вказаного коду – бути основою конотації. Конотативні коди не лише є значно чисельнішими та сприяють поглибленню фотографічного значення, але й часто використовуються задля певних ідеологічних маніпулятивних практик.

Потенційними механізмами поглиблення чи обмеження значень є доповнення візуальних кодів вербальними. Перше практикується в межах художньої фотографії за рахунок певного напруження та розходження між означуваним візуального та вербального коду. Друге активно застосовується у різноманітних масових комунікаціях в цілях формування ідеологічно потрібного для відправника значення.

Важливий вплив на формування фотографічного значення здійснюють також як процес творення фотографічного повідомлення так і акт його сприйняття. Те як буде зрозумілим та прочитаним фотографічне повідомлення значною мірою залежить від його творців, які шляхом вибору самого об'єкту знімку, використання освітлення, ракурсу, монтажних технік суттєво підштовхують реципієнта до формування потрібного значення. Проте зважаючи, що кожен з нас є певним історично обумовленим набором суб'єктів, що на мовному рівні проявляється через різні ідіолекти, ми здатні до значного розширення можливого значення фотографічного повідомлення.

Ключові слова: семіотика, знак, значення, денотація, конотація, Р. Барт.

Pavlo Khrapko

THE PROBLEM OF PHOTOGRAPHIC MEANING IN ROLAND BARTHES: FROM DENOTATION TO DISCOURSE

One of the most relevant topics in the theory of photography is the problem of photographic meaning. Within its framework, Peirce's semiotics of the indexical and iconic sign, R. Barthes' analysis of photographic messages, and the study of the photographic signified within social discursive practices are recognized as milestones and defining.

This article is devoted to the analysis of the peculiarities of understanding photographic meaning in R. Barthes. The main object of the study is two works of the theorist: "Photographic Message" and "Rhetoric of the Image". The main methodological tools of Barthes's analysis of the problem of meaning in a photograph were structural linguistics (denotation, connotation) and the categorical apparatus of information theory (code, message, source, recipient).

According to the theorist, two codes operate within the photographic message: denotative and connotative. The definition of the first of these is quite controversial, as it ranges from its complete denial to recognition as a kind of primary visual analogue of reality. The main purpose of the code is to be the basis of connotation. Connotative codes are not only much more numerous and contribute to the deepening of photographic meaning, but are also often used for certain ideological manipulative practices.

Potential mechanisms for deepening or limiting meanings are the addition of visual codes to verbal ones. The first is practiced within artistic photography through a certain tension and divergence between the signified of the visual and verbal codes. The second is actively used in various mass communications in order to form a meaning ideologically necessary for the sender.

An important influence on the formation of photographic meaning is also exerted by both the process of creating a photographic message and the act of perceiving it. How a photographic message is understood and read largely depends on its creators, who, through the choice of the subject of the photograph, the use of lighting, angle, and editing techniques, significantly push the recipient to form the desired meaning. However, given that each of us is a certain historically conditioned set of subjects, which manifests itself at the linguistic level through different idiolects, we are capable of significantly expanding the possible meaning of a photographic message.

Key words: *semiotics, sign, meaning, denotation, connotation, R. Barthes.*

Поряд з дослідженнями природи фотографічного, маніпулятивних та комунікативних аспектів цього медіуму, фотографією як специфічною соціальною практикою проблема значення у фото, безперечно, є однією з найважливіших у сучасній теорії та філософії фотографії.

Свого роду етапними для формування теорії та практики фотографічного значення є: семіотика індексу та іконічного знаку Чарльза Сандерса Пірса [4], [5] дослідження фотографічних повідомлень здійснених Роланом Бартом [3] та аналіз фотографічного значення у контексті дискурсивних практик (Алан Секула, [7], Джефрі Бетчен [1], Джон Тегт [2]).

Предметом розгляду даної статті є особливості аналізу фотографічного повідомлення та значення у Р. Барта, здійснені ним у таких роботах як «Фотографічне повідомлення» (1961) та «Риторика образу» (1964).

Виключення з вказаного списку ключової для французького філософа роботи «Camera Lucida. Нотування фотографії» (1980) обумовлено принаймні двома причинами. В першу чергу тим, що вказана робота не може бути зарахованою суто до семіотичних і є набагато ширшою як за методологічним підходом так і за тематикою. Другий фактор є більш прагматичний, оскільки включення цього матеріалу суттєво б збільшило обсяг дослідження, і вимагало вже не просто формату наукової статті.

Як «Фотографічне повідомлення» так і «Риторика образу» відносяться до структуралістського періоду методологічної еволюції Р. Барта. Саме тут філософ зробив свою першу спробу «створити справжню онтологію значення» [3, с. 32] точніше онтологію фотографічного та візуального значення. По суті це одна зі спроб науковця перенести на візуальні фотографічні повідомлення, які було випродуковано в межах засобів масової інформації (газети, ілюстровані журнали, реклама) інструменти семіотики та структурної лінгвістики. З цієї сторони ці роботи є своєрідним історичним свідченням тодішніх методологічних пошуків. Проте зводити значення цих робіт суто до історичного артефакту, який демонструє особливості методологічних пошуків того часу (60-70 рр. XX ст.) було б помилкою. Сьогоднішню актуальність цих робіт обумовлено наступними факторами: розгорнутою та багаторівневою теорією значення, інтересом до фотографії як складової масових комунікацій, дослідженням взаємозв'язку різних за своєю природою знакових систем (візуальних та вербальних) та аналізом маніпулятивної складової вказаних фотографічних практик.

Навряд чи буде перебільшенням сказати, що концепт «конотації», або «конотативної семіотики» є одним з головних у семіотичному проекті Р. Барта. Запозичений з глосематики Л. Єльмслева він був творчо опрацьований в межах однієї з основних робіт філософа «Основ семіології» та практично використаний у таких дослідженнях як «Міфології» (1957) та «Система моди» (1967).

Активне використання вказаного концепту продовжилося і у роботах спрямованих на осмислення фотографії, значення якої, на думку Барта, теж формувалося при посередництві розгалуженої системи конотативних кодів. Проте слід зазначити, що як розуміння, так і аналіз конотації є досить проблемним без вказування денотації. У цьому сенсі денотація та конотація утворюють своєрідну взаємозалежну пару і у такій якості повинні розглядатися разом.

Осмислення як денотації так і конотації в межах філософії мови та семантики мають тривалу традицію. Проте, як ми вже зазначили вище, розуміння цих концептів Бартом, склалися під впливом данської школи глосематики представлені поглядами Л. Єльмслева. Згідно з цим лінгвістом складовими елементами моделі знаку є вираження (або означник) та зміст (або означене). Саме ця первинна модель є базовою для формування денотативного коду. Це своєрідна основа на якій надбудовується вторинна знакова система, яка і визначається як конотація, або конотативний код.

Важлива особливість цього конотативного коду в тому, що він не маючи свого плану вираження використовує для цих цілей вираження первинної денотативної знаковою системи. Іншою особливістю конотації є її прагнення витіснити первинне денотативне значення та замінити його власним конотативним [6, с. 310-311]. Безумовно, що це досить загальне визначення, яке у межах

конкретних практичних досліджень має певні відмінності, обумовлені характером його практичного застосування.

Саме такого типу відмінності і, навіть суперечності, ми зустрічаємо вже при розумінні Бартом особливостей денотативного коду фотографічного повідомлення. Так, у визначенні фотографічної денотації він коливається від її розуміння як повідомлення без коду, до її бачення у якості своєрідної первинної мови.

Можливо саме перше з тверджень є найбільш відомим, провокативним та несподіваним. Нагадаємо, що на думку філософа характерною особливістю фотографічної знакової системи є та, що вона є «кодом без коду» [3, с. 17]. Це своєрідний візуальний, іконічний та квазіавтологічний аналог реальності. Все це робить фотографію претендентом на безстороннє та об'єктивне зображення реальності «такою як вона є», своєрідним візуальним аналогом реальності. Саме ця об'єктивність і відрізняє фотографію від інших візуальних, і особливо мистецьких, практик більшість з яких мають складний конвенційний компонент.

Саме ця особливість фото, бути «кодом без коду» особливо активно працює на створення певного міфу фотографії як якогось нейтрального, майже наукового свідчення, цілковито позбавленого додаткового та культурного виміру. Фото може та повинно засвідчити «все як було насправді». Як ми вкажемо далі таке бачення фотографії несе певні небезпеки, оскільки дозволяє приховати маніпулятивну та риторичну природу фотографії.

Проте надалі, усвідомивши утопічність неможливості, і, можливо, навіть небезпеку, такого розуміння та представлення денотативного коду, Барт надалі відмовляється від такого представлення. В подальшому він тлумачить його у якості певного культурного та первинного, як початковим рівнем сприйняття фотографічного значення.

Для його зчитування ми вже повинні мати певні навички розпізнавання образів та їхньої перцепції. Іншими словами, ми повинні володіти певним антропологічним знанням, яке ми отримуємо у процесі нашої соціалізації [3, с. 36].

Подальші розмірковування Барта, з одного боку, розвивають цю лінію, проте також відрізняються дещо іншим акцентуванням. Продовжуючи твердження про те, що денотація є своєрідним початковим рівнем прочитання фотографічного значення, за межами якого цілісні образи починають розпадатися на окремі лінії, фарби та форми, дослідник далі підкреслює, що це є своєрідний «адамовий модус зображення» [3, с. 42]. Формування особливостей його розуміння вимагає своєрідного апофатичного визначення, оскільки його можна собі уявити коли ми, хоча б віртуально, зітремо всі конотативні смисли.

Нереальність можливості такої операції, її складність обумовлено не лише тим, що, як правило, наші коди ніколи не обмежуються лише денотативним виміром, але й тим, що денотативний рівень фотографічного повідомлення далеко не завжди обмежується суто візуальною складовою. Досить часто, і особливо в ЗМІ, фото супроводжується підписом чи назвою. Очевидно, що і у цьому випадку вербальна частина повідомлення також складається з денотативної та конотативної частин.

Не дивлячись на все вищесказане, можливо найважливішою функцією денотативного коду це бути основою та носієм для вторинного – конотативного. При цьому на відміну від першого, ступінь розробленості конотативних означуваних та їхня кількість є незрівнянно більшою.

Тут також варто зазначити певну двозначність у визначенні конотації, яка розуміється і як певне повідомлення [3, с. 17], але також і як сукупність певних технічних засобів та прийомів [3, с. 20]. Незважаючи на цю невизначеність, або ж свідому демонстрацію складності та глибини конотативного рівня фотографічного повідомлення його подальший розгляд тільки підтверджує його тісні відношення зі значеннями та сенсами фотографії.

На думку Барта в межах фото функціонує цілий комплекс таких конотативних повідомлень, технічних засобів та прийомів. Найбільш дієвими з них є: монтаж, пози зображених на фото, та певний синтагматичний, або синтаксичний рівень. Під останнім мається на увазі композиція зображених об'єктів, те яким чином вони можуть співвідноситися один з одним.

Ієрархічна вищість перших трьох зумовлена їхньою здатністю викликати «зміну самої реальності, тобто денотативного повідомлення» [3, с. 21]. Тобто виступати як ефективні маніпулятивні прийоми та практики.

Першим у запропонованому списку йде монтаж. У якості вдалого прикладу використання монтажу Барт наводить фотознімок 1951 року на якому була зображена бесіда тодішнього лідера

американських комуністів Ерла Браудера з сенатором Мілардом Тайдингсом. Публікація цього знімка викликала великий суспільний резонанс в результаті якого згаданий сенатор позбувся своєї посади. Те, що дане фото виконане за допомогою монтажу виявилось вже пізніше.

Зазначимо, що фотомонтаж з'явився у фотографії майже з початку її виникнення. Прикметно, але особливу прихильність до нього мали фотографи, які розуміли фото як особливий арт феномен, який нічим не поступається такому виду мистецтва як малярство (пикторіалізм), або ж представники авангарду націлені на творчий пошук та експеримент (дадаїсти, сюрреалісти).

Парадоксально, але вже у межах такого роду пошуків, починаючи з робіт конструктивістів, монтаж починає активно використовуватися у якості політичного та маніпулятивного інструменту. Безумовно, такого роду використання цілком узгоджувалося з розумінням ролі та функції мистецтва в межах ідеології. Очевидно, що у подальшому з розвитком технологій (фотошоп, активне використання можливостей Штучного інтелекту) можливості монтажу лише зростають.

Барт і сам наголошує на маніпулятивній загрозі монтажу. Проте бачить її з дещо іншого боку. На його думку головна небезпека монтажу полягає у тому, що він намагається видати себе за денотативне повідомлення [3, с. 21] паразитуючи на його, нібито, об'єктивній та безсторонній природі.

Інший важливий момент розуміння будь-якого конотативного монтажу полягає у його історичності. Очевидно, що сучасний реципієнт згаданої вище фотографії, без знання особливостей політичної історії США другої половини XX ст., навряд чи зможе «прочитати» закладене тут конотативне повідомлення.

Маніпулятивну та маскувальну лінію продовжує наступний конотативний прийом – пози тіл зображених на фото людей. На перший погляд здається, що немає нічого більш природнього за положення зафіксованого на фото тіла. Проте насправді, завдячуючи великою мірою різного роду «іконології» вироблених у межах малярства, театру чи кіно, ми вже здавна маємо своєрідний каталог поз наділених певним культурним значенням. Фотограф, або свідомо або несвідомо, використовує у процесі знімання, або відбору фотографічного матеріалу. Безумовно, що так само усвідомлено чи ні, цими кодами володіє і реципієнт.

Як приклад Барт використав передвиборчу фотографію Джона Кеннеді 1960 року, на якій він зображений у молитовній позі у профіль [3, с. 22]. На думку дослідника, основними смисловими конотаторами цього означника є: молодість, духовність, чистота та традиція.

Так само як і пози людей, ми повинні враховувати і особливості розміщення інших об'єктів на фото. Адже людина часто вписана у певний інтер'єр чи простір, який теж може нести певне культурне навантаження. Як ми вже зазначали вище, це є композиційна складова конотативного виміру.

Очевидно, що на початку, на рівні денотативного коду, зображення об'єктів виступають візуальними аналогами самих себе. Проте надалі ці ж самі зображення можуть набувати додаткового символічного та конотативного значення. Так, книга чи окуляри можуть означати розум та інтелектуальність, одяг, автомобіль чи коштовності – соціальний статус і т. д.

Такого типу смисли можуть потенційно зрости, коли ті чи інші об'єкти починають композиційно взаємодіяти один з одним. Так на опублікованому у ілюстрованому журналі «Парі-Матч» фотознімку на якому зображено відомого французького письменника Франсуа Моріака, завдяки розташуванню об'єктів цього фото можливо сформувати загальне конотативне значення «Літній буржуа на відпочинку». Цей збірний образ є можливим завдяки композиційному поєднанню значень одиничних об'єктів. Так за означене «село, що знаходиться на південь від Луари» відповідає означник «виноградники та черепиця». «Квіти та столі» відсилають до буржуазного будинку, на «буржуа» сам Моріак. Нарешті, «відпочинок, спомини та вік» виражаються при посередництві означника «лупа та альбомом з фотографіями» [3, с. 23]. Знову ж таки як і у попередніх випадках дуже важливо переконати глядача у спонтанності, невимушеності та природності зробленого фото.

Наступними конотативними прийомами є фотогенія, естетизм та синтаксис. На відміну від перших трьох, їхня особливість полягає у тому, що вони є своєрідним декоративним елементом фотографії. Так фотогенія полягає у своєрідному «прикрашанні» фотографії, точніше самого зображення «засобами освітлення, друку та тиражування» [3, с. 23]. Це технічні ефекти, на кшталт «розмитості» чи «розтягнення у русі», які нерідко застосовуються фотографами

Доволі неоднозначним є відношення Барта до наступного «декоративного» конотативного прийому, який він визначає як «естетизм». Про естетизм можна говорити у тому випадку коли фотографія намагається навмисно презентувати себе у якості мистецтва, як це було у випадку з «пикторіалізмом»,

або ж тоді, коли пробує «навіяти читачу певне означене, зазвичай більш тонке та складне, чим це можливо при інших конотативних прийомах» [3, с. 24]. Як приклад дослідник використав відомий знімок Анрі Карт'є-Брессона на якому зображена зустріч кардинала Пачеллі з вірянином.

Нарешті, синтаксис, або синтаксичне прочитання може виникнути тоді, коли ми маємо справу не з одним знімком, а з їхньою серією, які, до того ж є тематично об'єднаними. За такої ситуації значення даної серії формується через повторювані або ж відсутні елементи даної серії.

Таким чином, вже аналіз денотативного та конотативного кодів вказує нам на особливості семіотичного підходу Барта стосовно фотографічного повідомлення. Тут варто відмітити декілька речей. По-перше, певну еволюцію та розвиток в уявленнях про денотацію. Якщо спочатку їй взагалі відмовлялося в існування, то у подальшому вона виступає як первинний код, для сприйняття якого необхідно володіти своєрідним мінімумом певного антропологічного знання. Незважаючи на таке, досить нейтральне бачення денотатції її основною небезпекою є та, що вона маскує існування конотативних кодів.

На відміну від денотатції конотативний код виступає як сукупність чисельних та добре розроблених технічних засобів та прийомів. Функціонуючи на основі денотативного коду конотація майже повністю витісняє його, нібито нейтральне значення і намагається нав'язати своє. Приховані конотативні значення майже завжди несуть певне ідеологічне навантаження, становлячи таким чином значну частину сучасних дискурсивних практик. У такій якості вони також виступають і як маніпулятивні практики.

Проте аналізу суто візуальних кодів, візуальної складової фотографічних повідомлень буде недостатньо у випадку досліджень таких сучасних видів масових комунікацій як реклама та різноманітні мас-медіа. Як відомо фотографічні повідомлення тут часто доповнюються вербальними: підписами та коментарями. Розуміючи це Барт намагається дати відповідь на питання специфіки та особливостей такого роду взаємозв'язку. Тут слушно задати питання яка ж роль вербального повідомлення, які функції воно виконує супроводжуючи іконічне повідомлення?

Щоб дати відповідь на ці питання дослідник частково використовує вже випробуваний методологічний апарат (денотація, конотація), а з іншого, намагається застосувати функціональний підхід та встановити основні функції вербальної складової візуальних повідомлень.

Свій аналіз Барт розпочинає з твердження, що як і у випадку з візуальним повідомленням його вербальна складова також може розкладатися на денотативну та конотативну частини. Очевидно, що якщо для прочитання першої вистачить знання граматики тієї чи іншої національної мови, то розуміння другої потребує занурення реципієнта у той чи інший культурно-історичний контекст.

Більш складний рівень роботи денотативного коду, його можливості проявляються при його співвідношенні з самим візуальним повідомленням. Тут можливі два варіанти. У першому підпис чи коментар під фото буде певною візуальною транскрипцією зображеного, своєрідною вербальною копією об'єкта чи ситуації. Проте можливий і інший варіант (часто застосований у художній фотографії), коли підпис розходиться з самим зображенням та залишає можливості для власної інтерпретації.

Зважаючи на перманентне зацікавлення Бартом маніпулятивними практиками, «ідеологічними» функціями та можливостями різноманітних знакових систем не дивним є його підвищений інтерес першим варіантом. На його думку, слово в наш час активно працює на закріплення об'єктивного, і значить, денотативного образу візуального повідомлення, доповнює та закріплює його [3, с. 25]. Ефективність цієї своєрідної «денотативної функції слова» залежить від того наскільки воно є ближчим до самого знімку. Чим воно є ближчим, тим більше втрачає свої конотативні можливості та працює на закріплення об'єктивності та натуральності фотографії і навпаки. Іншими словами, використовуючи максимально спрощений підпис чи коментар під фото, сам фотограф чи редактор намагається спрямувати реципієнта у «правильному» напрямку при виборі його значення. Очевидно, що тут виникають певні питання: чи можемо ми стверджувати наявність таких стереотипних парних відповідників між знаками вербальної та візуальної семіотичних систем, наскільки це ефективно спрацьовує?

Частково відповіді на ці питання дослідник дає коли аналізує функцію закріплення, першу з тих які виконує вербальний код по відношенні до візуального. На думку Барта саме існування такої функції зумовлене потенційною полісемією візуальних зображень, яка допускає їхнє множинне прочитання. Тому задля «правильного» прочитання таких повідомлень «суспільство виробляє різноманітні технічні прийоми, призначені для зупинки плаваючого ланцюга означених» [3, с. 39]. Призначення

такого прийому тому щоб зупинити широку семантичну невизначеність візуального повідомлення та перейти до його денотативного опису та закріплення.

Стосовно іншої можливої функції про яку говорить дослідник – функції зв'язування – то вона зустрічається вкрай рідко і в основному є характерною для гумористичних малюнків та коміксів. Текст та зображення знаходяться тут у своєрідному компліментарному та доповненому відношенні і, до того ж виступають певними фрагментами якоїсь більшої синтагми. При цьому єдність повідомлення реалізовується тут на певному вищому рівні, рівні історії яка розповідається [1, с. 41].

Далі починають діяти вже конотативні коди. Так, наприклад, на реципієнта може вплинути звукова форма того чи іншого слова, викликаючи у нього певні культурні асоціації та коди. Класичним прикладом ілюстрації цього положення є приклад приведений Бартом у роботі «Риторика образу» в якій головним об'єктом аналізу виступала реклама фірми «Пандзанні». На думку дослідника для француза звукова форма назви цієї фірми несе певне культурне значення, яке може бути визначене як «італійскість». Щоб зрозуміти це потрібно жити у Франції та володіти певними культурними кодами релевантними для цієї культурно-історичної ситуації. [3, с. 35]. Безумовно, що для представників інших культур (також варто враховувати і історичний, хронологічний розрив) дана звукова форма може не володіти таким конотативним значенням.

Таким чином в бартівському аналізі співвідношення вербального та візуального, або функцій вербального коду по відношенні до візуального очевидно проявляється тенденція акцентування ролі денотативного коду. Попри те, що як і у випадку з візуальним, у вербальному коді співіснують і денотативний і конотативний рівні, більш ефективно використовуються можливості саме першого. Очевидно, що така ситуація (використання функції закріплення) зумовлена свідомою політикою відповідальних за формування фотографічного значення (фотографи, редактори, виробники реклами і т. д.), їхнім бажанням скерувати реципієнтів у правильному ідеологічному та комерційному напрямі. Як ми вже зазначали вище, такого роду наголошування на важливості денотативного рівня може бути пояснено інтересом дослідника до ідеологічних дискурсивних практик використовуваних у мас-медіа, семіотичних практик такого типу. З іншого боку це залишає простір для досліджень як інших функцій денотативного рівня, так і можливих функцій конотативного рівня (особливо у випадку художньої фотографії).

Все вищесказане значно доповнюється та розширюється коли Барт здійснює аналіз особливостей створення та сприйняття фотографічного повідомлення у межах мас-медіа (у першу чергу газет та ілюстрованих часописів). Даний аналіз провадиться дослідником з використанням основних термінів теорії комунікації: джерело повідомлення, код, відправник, отримувач (реципієнт). Саме цей аналіз дозволяє створити йому свою власну теорію фотографічного значення.

У якості джерела-відправника таких повідомлень, як правило, виступають редакції газет чи часописів, які використовуючи денотативні та конотативні коди передають його через аудіовізуальні канали [3, с. 15].

При цьому варто розуміти, що такого роду операції не можна характеризувати як певні нейтральні технологічні операції, оскільки саме на цьому рівні починає формуватися фотографічне значення, точніше робиться все можливе, щоб спрямувати реципієнта до «правильного» значення.

Формування цього значення починається вже у самого фотографа, оскільки останній обирає об'єкт для знімка, ракурс, масштаб, освітлення і т. д. З іншої сторони, якщо ми говоримо про мас-медіа потрібно ставитися скептично до творчої свободи фотографів.

Ми повинні не забувати, що газетний знімок вже є дещо відібране, створене, вибудоване та приведенне у відповідності з певними ідеологічними та естетичними нормами, які до того ж мають конотативний характер [3, с. 19].

Акт створення значення продовжується вже на рівні сприйняття фото повідомлення. Отримуючи його реципієнт, використовуючи наявні у нього коди (денотативний та конотативний) намагається його прочитати.

Не зважаючи на те, що фотографічне повідомлення складається з двох типів кодів, в основному для дешифрування використовуються конотативні коди, кількість яких є досить значною та має тенденцію до збільшення. Значення цих кодів є повністю історичним та культурним [3, с. 28].

Інший важливий фактор, що впливає на формування значення, пов'язаний з особливостями бартівського розуміння індивіда та суб'єкта. На його думку, перший з них є сукупністю різних суб'єктів. На мовному рівні ці суб'єкти проявляються через відмінні «словники» та ідіолекти. Іншими словами,

одному й тому ж індивіду співіснують різні «словники», набір яких утворює особливий «ідіолект» кожного з нас [3, с. 46-47].

Проте варто пам'ятати, що сама наявність кодів ще не означає їхнього використання. Це радше потенційні можливості, які можуть реалізуватися в певній реальній ситуації сприйняття фото повідомлення. Насправді ж значення є відкритим, історичним та незавершеним та залежить від того які словники ми можемо актуалізувати у процесі рецепції.

Спільним для всіх конотативних означених є те, що всі вони належать до області «ідеології». Можна назвати означники конотаторами, а їхню сукупність риторикою. Таким чином риторика це формальна сторона ідеології [3, с. 49].

Підбиваючи підсумки виокремимо ключові положення розуміння фотографічного значення у Р. Барта.

Проблема фотографічного значення опрацьовувалася дослідником за допомогою досить вузького методологічного інструментарію розробленим або у межах структурної лінгвістики, або теорією комунікації: денотація, конотація, код, повідомлення, джерело повідомлення, отримувач.

Денотативний та конотативний коди є визначальними для розуміння фотографічного значення. Якщо перший з них є візуальним аналогом реальності і тяжіє до її нейтральної репрезентації, то другий почасти використовується для ідеологічних маніпуляцій та формування необхідного для відправника значення.

Процес формування обмеженого значення функціонує також і в межах співвідношення двох складових фотографічного повідомлення – візуального та вербального. Саме через підбирання вербального (функція закріплення) відправник намагається зашкодити потенційному примноженню значення (робота конотативних кодів) і встановити його правильний варіант.

Важливим у процесі формування значення є як його створення так і сприйняття. Якщо у процесі створення вже починає працювати тенденція на обмеження значення (процес відбору та редагування фотографічного матеріалу), то його сприйняття може мати більш складний характер. Останній зумовлений тим, що у процесі сприйняття можуть активізуватися різноманітні «ідіолекти», які є мовним вираженням суб'єктів, що складають зміст індивіда.

Можна стверджувати, що бартівське розуміння значення фотографічного повідомлення є дещо суперечливим, проте ця суперечливість є важливою особливістю такого значення. З однієї сторони ми маємо значну кількість конотативних кодів, які до того ж є ідіолектами соціальних суб'єктів. Ця кількість має тенденцію до збільшення, що в свою чергу може сприяти збільшенню значення. Більш того значення не коли не є завершеним і завжди відкритим, оскільки на його формування завжди впливає реальна культурно-історична ситуація в якій воно формується.

Проте очевидно є робота іншого механізму який працює на конкретизацію значення, зменшення його смислової глибини. Вказаний механізм проявляє себе двояко. В першу чергу на рівні створення повідомлення, у процесі відбирання його складових елементів. Наступний важливий момент це те, що майже всі конотативні коди пов'язані з ідеологією.

Можна сказати, що незважаючи на відкритий характер значення та потенційну можливість різного прочитання, за рахунок роботи ідеології, риторики значення нам нав'язується і особливо це стосується реклами та фото у ЗМІ. Тут ми вже маємо очевидне наближення до дискурсивних соціальних практик.

Література:

1. Бетчен. Д. Вогонь бажання: зародження фотографії. Київ: Родовід, 2019. 248 с.
2. Терр. Дж. Тягар репрезентації: Есеї про множинність фотографії та історії. Київ: Родовід, 2019. 248 с.
3. Barthes, Roland. *Image. Music. Text*. London: Fontana Press. 1977. P. 220.
4. *The Essential Pierce. Vol. 1*. The Pierce Edition Project (eds.). Bloomington, IN: Indiana University Press. 1992. P. 399
5. *The Essential Pierce. Vol. 2*. The Pierce Edition Project (eds.). Bloomington, IN: Indiana University Press. 1998. P. 584
6. Nöth, Winfried. *Handbook of Semiotics*. Bloomington, IN: Indiana University Press. 1990. P. 576.
7. Sekula, Alan. *Photography Between Labour and Capital*. In Benjamin H. D. Buchloh and Robert Wilkie, eds., *Mining Photographs and Other Pictures 1948-1968: Photographs by Leslie Shedden*. Halifax: Press of Nova Scotia College of Art and Design. 1983. P. 193-268