

Reprezentarea diversității în media

Elena Abrudan

Teoria semnificării

Semiotica reprezintă un instrument foarte important în procesul construirii semnificațiilor unui mesaj. În mod firesc, obiectul semioticii este studiul semnelor și codurilor. Semnele sunt utilizate în procesul de producție și interpretare a mesajelor, iar codurile oferă regulile de utilizare a semnelor. Cercetătorul rus, Roman Jakobson, a oferit o definiție foarte generală a semioticii spunând că ea reprezintă comunicarea oricărui tip de mesaj în orice context. Mai nuanțat, cercetătorul american de origine maghiară Thomas Sebeok definește semiotica ca proces care prezintă schimbul de mesaje de orice tip, împreună cu sistemul de semne sau coduri care se află la baza acestor mesaje. La rândul său, John Fiske a accentuat ideea semnificației mesajelor care, după opinia lui Fiske, sunt construite din semne care sunt transmise în baza unor sisteme de semne, denumite coduri. În procesul comunicării, semnificația unui mesaj poate fi descifrată doar în măsura în care cel care receptează mesajul cunoaște codul. Așadar, obiectul semioticii este teoria semnificației, încercând să explice cum anume se construiește aceasta pe baza semnelor și codurilor.

Din perspectiva cercetătorului francez, Ferdinand de Saussure, care este o perspectivă structuralistă, *logica relațiilor de semnificare* are la bază un *pattern* de opoziții. Astfel, semnificația se construiește pe baza opoziției cu alte semne, prin stabilirea de asemănări și deosebiri. Structura opozițională contribuie la atribuirea semnificației pe baza aceleiași logici: poți înțelege ce este „frumosul” doar dacă înțelegi „urâtul”. Un semn, mai ales unul vizual, definește ce este ceva, dar și ce anume *nu* este acel ceva.

În cursul său de *Lingvistică Generală* (1966), Saussure vede relația dintre semnificant (forma) și semnificat (conceptul) ca una *arbitrară* și *motivată*. Motivația constă în faptul că nu există o legătură naturală între cele două elemente lingvistice. Spre exemplu, cuvântul „pantof”, ca formă grafică, nu are nicio legătură cu obiectul la care se referă. El a fost atribuit arbitrar și trebuie învățat ca atare. Un fapt interesant este acela că în comunicarea vizuală numai semnele vizuale simbolice îndeplinesc criteriile lui Saussure (mai ales principiul arbitrarului). Pentru a da un exemplu, ne putem gândi la împrejurările în care o figură (spre exemplu bourul) ajunge să devină emblema unei regiuni sau instituții (în cazul acesta, emblema Moldovei).

În urma unor cercetări despre reprezentarea realității în mintea și gândurile omului, filosoful american Charles Peirce a concluzionat că realitatea (și gândurile) pot fi cunoscute doar prin intermediul reprezentării lor prin semne. La Peirce, procesul de atribuire a semnificațiilor implică trei elemente - semnul, interpretantul și obiectul (Peirce, *Collected papers*, 1931, Vols I-VIII, Charles Hartshorne & Paul Weiss (Coord.), Cambridge, MA, Harvard University Press). Semnul este echivalentul semnificantului la Saussure, iar obiectul este echivalentul conceptului. *Interpretantul* este ideea evocată în mintea persoanei de către semn. Spre exemplu, asocierea

cu o experiență personală contribuie la interpretarea cuvântului „copac”. O persoană poate să își amintească de un copac pe care l-a plantat, de un plop în bătaia vântului etc.. Astfel, în sistemul expus de Peirce, interpretarea este prin excelență un proces personalizat.

Atât pentru Saussure, cât și pentru Peirce importantă este existența unei relații între semn și obiect, între semnificant și semnificat. Peirce a identificat trei tipuri de relații asociate semnelor. Potrivit acestora, semnele pot fi *iconice* (asemănare prin imitație, de ex. o fotografie), *indexicale* (un indicator al existenței a ceva, de ex. simptomul unei boli) și *simbolice* (reprezintă ceva în baza unei convenții, de ex. steagul unei țări).

Analizând aceste tipuri de semne și relații observăm cu ușurință că în cazul lui Peirce, explicația relațiilor dintre semn și obiect este esențialmente de natură vizuală. De asemenea, putem deduce că un semn poate fi în același timp și iconic, și simbolic, și lexical, sau chiar toate trei. De exemplu, o fotografie a unui președinte de stat este un semn iconic prin asemănare cu persoana președintelui, dar este și simbolic, reprezentând statul respectiv. Semnul este și indexical, indicând faptul că persoana din fotografie există în realitate.

Semiologul Roland Barthes (*Elements of Semiology*, 1968, New York: Hill and Wang) și teoreticianul în studii culturale Stuart Hall (*Representation*, 1999, Thousand Oaks, CA: Sage) au extins conceptele de semnificant și semnificat pentru a include *conotația* și *denotația*. Denotația este semnificația directă, specifică și literală pe care o putem obține dintr-un semn. Ea este o descriere sau o reprezentare a semnificatului. Conotația este semnificația invocată de către obiect, ce anume simbolizează obiectul respectiv la nivel individual. În lucrările lui Barthes, conotația reflectă semnificații culturale, mitologice și ideatice. Un înțeles conotativ reflectă bagajul cultural atașat sau asociat unui obiect. Semnificația conotativă este derivată din experiența trecută sau din asociații repetate între un semn și un obiect.

Atât denotația, cât și conotația sunt utilizate în comunicarea vizuală. O imagine iconică, spre exemplu un portret sau o fotografie, este denotativă - semnificația directă este cea a obiectului reprezentat. Semnificațiile conotative sunt exploatate mai ales în comunicarea publicitară, unde utilizarea unei anumite imagini are pe lângă semnificația denotativă și semnificații conotative. Spre exemplu, o mașină de lux are o semnificație denotativă, indicând obiectul în sine, dar are și semnificații conotative - ea poate fi asociată cu o casă mare, cu luxul, cu o viață fără griji și o slujbă pe măsură, haine elegante, stil de viață sofisticat, mâncăruri fine etc.

Pare aproape superflu să spunem că scopul procesului de semnificare este acela de a determina semnificațiile, adică setul de înțelesuri ale unui mesaj. Trebuie să arătăm însă că în procesul atribuirii de semnificații esențială este identificarea semnificatului (adică a conceptului), pe baza unor indicii oferite de semnificant, adică de semn. Cercetătoarea Sandra Moriarty („Visual Semiotics Theory”, 2005) insistă asupra faptului că pentru a

construi semnificația este nevoie de mai mult decât să definim un cuvânt sau să descifrăm un cod, mai ales în cazul imaginilor vizuale. Este vorba de un proces complex în care factorul individual și subiectiv are un rol important, este un proces ce se desfășoară în mai multe etape: înlănțuirea, transferurile mentale, abducția. *Etapele semnificării* oferă posibilitatea personalizării semnificației de către privitor (receptor).

Înlănțuirea se referă la posibilitatea extinderii semnificației, fie prin noțiunea de interpretant (Peirce), fie în baza conotației (Barthes). Astfel, semnificațiile mesajului vizual vor fi multiple. Chiar dacă va exista o semnificație preferențială – mai exact, cea intenționată de creatorul mesajului – receptorul poate construi pe baza experienței proprii o serie de alte înțelesuri și nivele de înțelesuri.

Pluralitatea semnificațiilor este dată de o „reacție în lanț”, după exemplul publicitar al mașinii de lux pe care l-am oferit mai sus: fiecare înțeles descoperit duce la un altul, care la rândul său, pe baza unor semnificații și deosebiri, duce la un altul și așa mai departe. Charles Peirce atrage atenția că procesul construirii de semnificații este unul dinamic și infinit, orice poate fi asociat cu orice altceva, prin identificarea unui principiu de legătură. Unii cercetători numesc aceste extinderi ale semnificațiilor *prelungiri* sau *comutări*. În accepțiunea lui Jacques Derrida, procesul constă în aceea că fiecare semnificat se transformă la rândul său

într-un semnificant pentru alt semnificat. Să încercăm un exemplu concret pornind de la o firmă producătoare de mașini: Aston Martin → mașina de lux → James Bond → agent secret etc..

Pe lângă înlănțuiri și pluralități, procesul semnificării implică și diferite *transferuri mentale* (englezescul *shifts*). Primul transfer implică o direcționare a atenției destinatarului unui mesaj de la un semnificant către semnificat, în căutarea sensului. Acest transfer poate fi însă și unul de formă, de exemplu, de la o imagine la un cuvânt, idee sau gând. În exemplul de mai sus, Aston Martin, primul semnificant, poate fi o fotografie, în timp ce „mașină de lux” poate fi un gând sau o idee mentală.

Potrivit cercetărilor lui Barthes, majoritatea semnelor apar la nivel denotativ, acolo unde semnificantul denotativ și semnificatul denotativ se combină pentru a crea semnificantul conotativ. Astfel, conotația este considerată al doilea nivel în procesul de semnificare, respectiv nivelul la care începe generarea de semnificații adiționale.

Ulterior, Barthes a respins ideea că denotația ar reprezenta întotdeauna primul nivel. În locul acestei viziuni, Barthes prezintă un proces circular al construirii semnificației, în care denotația începe și încheie procesul atribuirii de semnificații.

Astfel, la observarea unui semn, specific denotației, primul gând este să aflăm „ce este acesta?”. Urmează transferul către conotație, pentru a afla „ce anume sugerează acesta?”, urmând ca ulterior atenția să se îndrepte din nou spre denotație, pentru confirmarea acesteia. Așadar, procesul atribuirii de semnificații poate fi privit și ca unul circular.

O altă abordare a procesului semnificării presupune analiza tipului de activități mentale implicat în atribuirea de sens, ca efort complex al inferenței. Această abordare este bazată pe ideea că logica oferă principiile care guvernează validitatea inferențelor. În încercarea de a înțelege rolul interpretantului în procesul de atribuire a semnificațiilor, o serie de cercetători au explorat logica interpretării ca pe un proces inferențial complex, bazat pe *teoria abducției*, formulată de Peirce. În contrast cu logica inductivă și deductivă, *abducția* este procesul inferențial prin care se construiește o coniectură în baza unor „indicii” sau condiții care sunt cunoscute. Pentru a acumula indicii, procesul abducției începe cu *observarea*, în procesul percepției. Acest proces este similar modului în care un medic observă simptomele pentru a reuși apoi să pună un diagnostic. Peirce descrie formarea unei ipoteze abductive ca fiind un „act interior”.

În acest punct al demonstrației noastre trebuie să amintim faptul – semnalizat de Jakobson – că limba este un sistem de sisteme, un cod general, care include o serie de subcoduri. Acest lucru este valabil și pentru mesajele vizuale, care sunt compuse și ele dintr-un set de semne, iar aceste seturi de semne sunt prezentate în funcție de unul sau mai multe sisteme de semne, numite coduri. Pentru a da un exemplu: o casă este un astfel de sistem de semne. Ea include o serie de elemente precum bucătărie, baie, sufragerie, dormitoare, garaj, pivniță etc. Bucătăria, la rândul său, cuprinde o serie de seturi de coduri care guvernează gătitul, igiena, prezentarea mâncării, depozitarea alimentelor etc. Aceste coduri sunt diferite de la societate la societate, precum și de la o epocă la alta.

Scopul analizei semiotice a semnelor este acela de a facilita decodificarea și interpretarea mesajelor în cazul utilizării de coduri combinate. Cu alte cuvinte, procesul atribuirii de semnificații sau

interpretarea semiotică implică deconstrucția diferitelor sisteme de semne și straturi de coduri care operează în cadrul unui item vizual (imagine, fotografie etc.).

Definită ca un sistem de semne, noțiunea de *cod* reflectă perspectiva structuralistă asupra culturii. Din aceeași perspectivă, „spargerea” codului înseamnă deconstrucția tiparului de reguli care guvernează sistemul. Un exemplu îl reprezintă analiza unui discurs pentru a vedea dacă este elaborat sau restrâns – varianta elaborată fiind mai complexă și deschisă la interpretări, spre deosebire de cea restrânsă, care e mai simplă și previzibilă.

Într-un sistem deschis, semnificațiile sunt mai puțin structurate și codificate. Astfel de sisteme deschise sunt caracteristice mai ales domeniului vizual, acesta fiind susceptibil la interpretări variate. Datorită deschiderii structurii comunicării vizuale, există mai multe ocazii de apariție a semnificațiilor în lanț și a transferurilor de care am vorbit anterior. Similar, abducția este mai deschisă interpretărilor multiple decât deducția și inducția, care sunt bazate pe logică și deci mai rigide. Abducția este caracteristică mai ales artei moderne și contemporane, artei abstracte, privitorii fiind invitați să descifreze și să construiască propriile semnificații.

Această perspectivă asupra dinamicii proceselor semnificării este în acord cu opiniile exprimate de cercetătorul britanic Stuart Hall, care s-au impus pe plan internațional. El studiază deopotrivă imaginea și discursul și afirmă că imaginile au sensuri diferite, în măsura în care nu există nicio garanție că imaginile vor fi decodificate conform intențiilor cu care au fost create (1997, *Representation*, Thousand Oaks, CA: Sage). Hall afirmă că audiența este formată din consumatori care decodifică imaginile și le conferă semnificații proprii. Această recunoaștere stă la baza afirmației că imaginile și discursurile nu au un singur înțeles, ele sunt texte deschise care pot fi interpretate în diferite feluri, de diferiți indivizi. Așadar, este vorba de un proces continuu de codificare/decodificare, de semnificare și recodificare exprimată de reacția indivizilor la stimuli. Astfel, deconstrucția este urmată imediat de reconstrucție prin producerea unui nou sens.

