

Semiotica - Definiție

- ▶ **Semiotica** reprezintă studiul științific al semnelor și simbolurilor, gesturilor, limbajelor, în special modul în care acestea sunt întrebuințate în orice tip de comunicare.
- ▶ **Domeniu interdisciplinar** - aplicații în lingvistică, filosofie, antropologie, psihologie și teorie literară.
- ▶ **Semiotica** analizează nu doar semnele individuale, ci și sistemele de semne (*limbajele*), modurile în care acestea sunt create și interpretate, precum și regulile care guvernează utilizarea lor.

Semiotica - Origine și evoluție

- ▶ Originea semioticii se regăsește în Antichitate, la filozofi precum **Platon** și **Aristotel**, care au fost interesați de relațiile care se stabilesc între cuvinte, obiectele pe care le denotă și interpretarea acestora de către oameni.
- ▶ Din punct de vedere diacronic, semiotica modernă a început să fie recunoscută ca o disciplină distinctă la sfârșitul secolului al XIX-lea și începutul secolului al XX-lea, (prin studiile lui **Ferdinand de Saussure** și **Charles Sanders Peirce**).

Semiotica – Etimologie

- ▶ „Semiotică” provine din grecescul *semeion* = *semn*.
- ▶ Conceptul a început să fie formalizat în limbajul științific prin lucrările lui John Locke, care a folosit termenul *semiotike* pentru a descrie studiul „naturii, tipurilor și modurilor de operare ale semnelor”.
- ▶ Această etimologie reflectă preocuparea fundamentală a semioticii de a înțelege și a analiza modul în care semnele și simbolurile sunt folosite în comunicare și interpretare.

Semiotica – Etimologie

- ▶ **Semiologia** este un alt termen utilizat în mod similar cu „semiotică” și se referă la studiul semnelor și a proceselor de semnificare în diverse contexte culturale și lingvistice.
- ▶ Termenul a fost popularizat de Ferdinand de Saussure.
- ▶ În esență, *semiologia* și *semiotica* sunt folosite în mod interschimbabil pentru a descrie studiul semnelor, simbolurilor și a modului în care acestea sunt utilizate pentru a transmite sens și semnificație în comunicare și cultură.

Semiotica – Etimologie

- ▶ **Semiologia** se concentrează pe interpretarea semnelor și simbolurilor într-un context mai larg, analizând modul în care acestea sunt utilizate pentru a comunica și a influența percepția umană.
- ▶ Poate implica studiul limbajului, a textelor literare, a culturii vizuale, a publicității, a artei, a mitologiei și a multor alte aspecte ale comunicării umane.
- ▶ **Scopul** - înțelegerea folosirii semnelor și simbolurilor pentru a crea înțeles și sens în diverse contexte culturale și sociale.

Semiotica – Etimologie

- ▶ **Semiologia** a avut un impact semnificativ în domenii precum:
 - ❖ teoria literaturii
 - ❖ studii culturale
 - ❖ film
 - ❖ artă
 - ❖ comunicare
- ▶ Ea oferă instrumente conceptuale pentru a dezvălui subtextul, mesajele ascunse și semnificația profundă din operele culturale și din diferite tipuri de comunicare.

Semiotica – Terminologie minimală

1. **Semn**: Element fundamental cu un *semnificat* (sensul) și un *semnificant* (forma fizică sau materială).
2. **Semnificator și semnificat**: Semnificatorul este forma sau imaginea unui semn, în timp ce semnificatul este conceptul sau ideea pe care semnul o reprezintă.
3. **Referent**: Obiectul sau entitatea la care se referă un semn în realitate.
4. **Cod**: Un set de convenții sau reguli care determină modul în care semnele sunt organizate și interpretate într-un anumit context cultural.

Semiotica – Terminologie minimală

1. **Întreținerea semnului:** Procesul prin care se stabilește și se menține legătura dintre semnificator și semnificat.
2. **Conotație și denotație:** Denotația se referă la înțelesul literal al unui semn, iar conotația se referă la asocierile și emoțiile suplimentare pe care semnul le poate evoca.
3. **Context:** Cadru în care un semn este utilizat, care influențează interpretarea lui.
4. **Discurs:** Modul în care semnele sunt utilizate în comunicare (limbajul verbal și nonverbal).

Semiotica – primii reprezentanți

- ▶ Ferdinand de Saussure, lingvist elvețian, este considerat unul dintre fondatorii semioticii și părintele lingvisticii moderne.
- ▶ Saussure a propus o teorie structuralistă a semnelor, concentrându-se pe dihotomia **semnificant** (forma unui cuvânt sau semn) și **semnificat** (conceptul pe care cuvântul sau semnul îl reprezintă).
- ▶ Limbajul = un sistem de diferențe și relații, nu o serie de cuvinte izolate.

Semiotica – primii reprezentanți

- ▶ Paralel cu Saussure, Charles Sanders Peirce, filozof și logician american, a dezvoltat o altă abordare esențială a semioticii.
- ▶ Pentru Peirce, un semn este ceva care stă pentru ceva în raport cu cineva.
- ▶ 3 categorii de semne:
 - ❑ **iconuri** (care seamănă cu obiectul lor)
 - ❑ **indici** (care sunt direct legate de obiectele lor)
 - ❑ **simboluri** (care au o relație convențională cu obiectele lor)

Semiotica – primii reprezentanți

- ▶ **Roland Barthes**, teoretician literar francez, a aplicat conceptele semiotice la:
 - ❖ analiza culturală
 - ❖ interpretarea textuală
- ▶ **Umberto Eco**, personalitate centrală în studiile semiotice contemporane:
 - ❖ explorări semiotice interdisciplinare

Semiotica – primii reprezentanți

- ▶ În spațiul științific românesc, **semiotica** a fost explorată și dezvoltată de către diferiți cercetători, în special de către **Solomon Marcus**, matematician și semiotician.
- ▶ Marcus a aplicat metodologia semiotică în diverse domenii, inclusiv **lingvistică** și **literatură**.
- ▶ **Eugen Cizek** a contribuit la domeniu prin studii legate de aplicarea semioticii în **teoria literară** și **istoria culturală**.

Semiotica – (sub)ramuri

- ▶ **Semiotica lingvistică** - domeniu major, concentrat pe studiul limbajului și al semnelor lingvistice, precum și pe modalitatea lor de interpretare de către vorbitori. (Ferdinand de Saussure)
- ▶ **Semiotica structurală** – domeniu concentrat pe structurile semiotice și pe modul în care semnele sunt organizate și legate între ele. (Roland Barthes - analiza textelor literare și culturale)
- ▶ **Semiotică culturală** - ramură care se ocupă de semnele și semnificațiile din cultura umană (simbolurile, ritualurile, miturile și alte elemente culturale), explorând modul în care cultura și societatea folosesc semnele pentru a comunica, a transmite valori și a crea identitate culturală.

Semiotica – (sub)ramuri

- ▶ **Semiotică vizuală** - domeniu care se concentrează pe studiul semnelor vizuale (imagini, desene, fotografii, picturi și alte forme de exprimare vizuală), explorând modalitatea de folosire a imaginilor pentru a comunica semnificații și pentru a influența percepția vizuală.
- ▶ **Semiotică textuală** - ramură care se ocupă de semnele și semnificațiile în cadrul textelor (cărți, reclame, filme sau alte tipuri de comunicare textuală), explorând modul în care elementele textuale și semnele sunt organizate pentru a crea înțeles și pentru a influența cititorii sau spectatorii.

Semiotica – (sub)ramuri

- ▶ **Semiotică biosemiotică** - domeniu mai specializat care se concentrează pe semnificația și semnele din lumea vie (limbajul animal, comunicarea în ecologia vieții și în sistemul de semnificații al organismelor).
- ▶ **Semiotică medicală** - domeniu care aplică principiile semioticii pentru a înțelege comunicarea medicală, precum și modalitățile în care semnele și simbolurile sunt utilizate în practica medicală și în relațiile medic-pacient.

Semiotica – perspective

Semiotica are un impact semnificativ în diverse domenii:

- **Teoria literaturii**
- **Studii culturale**
- **Film și artă**
- **Comunicare**

Semiotica oferă instrumente conceptuale pentru a dezvălui:

- **Subtextul**
- **Mesajele ascunse**
- **Semnificația profundă din operele culturale / diferite tipuri de comunicare**

Semiotica și Analiza discursului (AD)

- ▶ **Analiza discursului** - o abordare lingvistică de factură complexă care implică examinarea atentă a limbajului folosit într-un (con)text sau într-o conversație pentru a înțelege mai bine conținutul, structura, intențiile și influențele.
- ▶ Abordare interdisciplinară care acoperă o gamă largă de metode și tehnici pentru a examina și înțelege modul în care limbajul este folosit pentru a construi un anumit sens în diverse situații de comunicare.
- ▶ AD se aplică în limbajul (non)verbal + context evenimentțial
- ▶ AD poate viza diverse tipuri de discursuri (*i.e.* discursul politic, mediatic, academic, literar, juridic, religios etc.).

Semiotica și Analiza discursului (AD)

Elemente-cheie ale AD

1. Contextul și scopul:

- De ce vorbește cineva? Cine este publicul țintă?
- Care sunt condițiile și evenimentele în jurul discursului?

2. Structura și organizarea:

- identificarea structurilor specifice, modelele de argumentare și relațiile între diferitele părți ale discursului
- Cum sunt aranjate ideile? Există o introducere, dezvoltare și concluzie?
- Ce mijloace de organizare sunt folosite pentru a susține argumentele sau pentru a transmite mesajul?

Semiotica și Analiza discursului (AD)

Elemente-cheie ale AD

3. Stil și limbaj:

- Cum este formulat textul? (figuri de stil, metafore sau expresii cu impact)
- Cum este folosit limbajul pentru a influența sau a convinge publicul?

4. Elemente retorice:

Retorica - arta de a convinge sau a influența printr-un discurs.

Analiza retoricii implică evaluarea utilizării unor tehnici, precum:

- ethos* (credibilitatea vorbitorului)
- pathos* (apelul la emoții)
- logos* (apelul la logică)

Semiotica și Analiza discursului (AD)

Elemente-cheie ale AD

5. Publicul țintă:

- AD - limbajul construiește și transmite sensuri în contexte sociale
- Accentul cade pe înțelegerea modului de formare a percepțiilor și înțelesurilor comune
- Cine este publicul pentru acest discurs? Cum încearcă vorbitorul să se adreseze sau să interacționeze cu această audiență? Ce strategii sunt folosite pentru a atrage sau a influența publicul?

6. Cuvinte-cheie și imagini:

- Analiza cuvintelor-cheie și a imaginilor - înțelegerea mesajului principal și a simbolurilor folosite
- Cuvintele pot avea conotații specifice sau pot fi alese pentru a induce anumite reacții

Semiotica și Analiza discursului (AD)

Elemente-cheie ale AD

7. Contestarea și evaluarea critică:

- În ce măsură argumentele sunt valide?
- Există vreun tip de manipulare a informației?
- Cum sunt tratate contraargumentele?

8. Schimbarea în timp:

- Perspectiva diacronică – anumiți termeni sau expresii au evoluat semnificativ în diverse contexte
- Identificarea influențelor contextuale în context

Semiotica și Analiza discursului (AD)

Analiza discursului este utilizată într-o varietate de domenii:

- ▶ sociologie, științe politice, psihologie
- ▶ lingvistică, comunicare, studii culturale ș.a.

Prin AD, cercetarea își propune să dezvăluie modalitatea în care limbajul și comunicarea contribuie la (trans)formarea societăților umane.

Semiotica și Analiza discursului (AD)

AD și modurile de organizare discursivă

- alegerea modului depinde de conținutul, scopul și audiența discursului
- **Organizare cronologică:** Informațiile sunt prezentate în ordinea în care s-au întâmplat sau vor avea loc (adesea utilizat pentru a relata evenimente sau pentru a descrie un proces într-o succesiune temporală)
- **Organizare spațială:** Informațiile sunt structurate în funcție de spațiu sau locație (descrierea unui loc, ilustrarea diferențelor geografice sau evidențierea aspectelor fizice)

Semiotica și Analiza discursului (AD)

- ▶ **Organizare cauză-efect:** Relațiile de cauzalitate sunt evidențiate, iar discursul este structurat pentru a explica cum un eveniment sau o acțiune a dus la alte evenimente sau rezultate.
- ▶ **Organizare problemă-soluție:** O problemă este prezentată și discutată înainte de a se propune soluții posibile (discursurile persuasive sau argumentative).
- ▶ **Organizare comparație-contrast:** Elementele sunt comparate și contrastate pentru a evidenția similarități și diferențe. (analizarea de opțiuni, evidențierea de avantaje și dezavantaje / comparații între idei sau concepte).

Semiotica și Analiza discursului (AD)

- ▶ **Organizare tematică:** Gruparea informațiilor în jurul unor teme sau idei principale - prezentarea unor aspecte în mod structurat și coerent.
- ▶ **Organizare problemă-cauză-efect-soluție:** Prezentarea unei probleme, analizarea cauzelor și efectelor – propunerea unei soluții.
- ▶ **Organizare topico-deductivă:** O afirmație generală sau o concluzie - argumente sau detalii pentru a susține această afirmație.

Semiotica și Analiza discursului (AD)

Strategiile discursive - tehnici și tactici specifice modului în care vorbitorii utilizează limbajul pentru a atinge anumite scopuri comunicative sau pentru a influența percepțiile celorlalți.

Exemple:

- ▶ **Folosirea argumentelor persuasive:** prezentarea faptelor, statisticilor sau a altor surse credibile pentru a susține discursul.
- ▶ **Utilizarea tehnicilor retorice:** metafore, simboluri sau alte figuri de stil cu forță emoțională și persuasivă în discurs.

Semiotica și Analiza discursului (AD)

Strategiile discursive - **Exemple:**

- ▶ **Adaptarea la public:** adaptarea nivelului de complexitate a limbajului sau a tonului pentru a se potrivi cu așteptările și valorile publicului
- ▶ **Folosirea tehnicilor de atenuare sau exagerare:** scopul principal este influența percepției publicului (sublinierea unor aspecte pozitive sau exagerarea problemelor pentru a atrage atenția asupra lor)
- ▶ **Crearea de conexiuni emoționale:** împărtășirea poveștilor personale, utilizarea limbajului emoțional sau construirea unei imagini personale autentice

Semiotica și Analiza discursului (AD)

Strategiile discursive - **Example:**

- ▶ **Folosirea etichetării sau categorizării:** un impact semnificativ asupra modului în care oamenii percep și înțeleg informațiile prezentate (pozitiv/negativ, reușită/eșec, permisivitate/discriminare etc.)
- ▶ **Controlul timpului și ritmului:** accelerarea sau încetinirea vorbirii, pauze strategice sau alte elemente pentru a crea impact și a atrage atenția asupra anumitor aspecte.

Semiotica și Analiza discursului (AD)

Reprezentanți ai școlilor / curenților de AD:

- ▶ **Michel Foucault:** contribuție semnificativă la dezvoltarea analizei discursului, concentrându-se pe relația dintre putere, cunoaștere și limbaj. Concepte precum „arheologia cunoașterii” și „genealogia” au influențat analiza discursului și au pus accentul pe natura puterii în producerea discursului.
- ▶ **Erving Goffman:** lucrări despre interacțiunea simbolică și prezentarea de sine cu relevanță pentru înțelegerea modului în care limbajul și discursul sunt folosite în interacțiunile sociale pentru construirea identității.
- ▶ **Norman Fairclough:** o abordare numită Analiza Critică a Discursului (Critical Discourse Analysis - CDA). CDA - relația dintre limbaj și putere, analizând discursul care reflectă și contribuie la reproducerea inegalităților sociale.
- ▶ **Teun A. van Dijk:** analiza structurilor discursive și pe identificarea modului în care discursul poate contribui la reproducerea inegalităților sociale.

Semiotica și Analiza discursului (AD)

Reprezentanți ai școlilor / curenților de AD:

- ▶ **Michael Halliday:** a dezvoltat Sistemul Funcțional de Gramatică, o teorie lingvistică utilizată în AD cu accent pe relația dintre limbaj și context, examinând cum limbajul este folosit pentru a realiza funcții în diverse situații comunicative
- ▶ **Ruth Wodak:** analiza discursului politic și dezvoltarea analizei discursive critice (rasismul, populismul și naționalismul din perspectivă critică)
- ▶ **Dominique Maingueneau:** aspecte specifice limbii și limbajului într-o abordare interdisciplinară cu impact în domeniul analizei discursului literar și al analizei discursului în contexte sociale și culturale mai largi.
- ▶ **Patrick Charaudeau:** abordare multidisciplinară, combinând elemente din lingvistică, sociologie și comunicare în diferite contexte sociale și profesionale.

Semiotica și Analiza discursului (AD)

Manipularea discursivă - utilizarea intenționată și abuzivă a limbajului pentru a influența sau controla percepțiile, opiniile și comportamentele altor persoane într-o varietate de contexte (politică, publicitate, mass-media etc.)

Strategii comune de manipulare discursivă:

- ❑ **Manipularea emoțională:** Folosirea cuvintelor sau a tonului într-un mod care să provoace anumite reacții emoționale pentru a influența percepția și deciziile ascultătorilor. (exploatarea fricii, a furiei sau a tristeții pentru a obține un răspuns specific).
- ❑ **Falsificarea sau manipularea informațiilor:** Prezentarea intenționată a informațiilor într-un mod fals sau distorsionat pentru a crea o anumită percepție sau pentru a induce în eroare (omisiuni de informații, scoaterea din context sau chiar crearea de informații false).

Semiotica și Analiza discursului (AD)

Strategii comune de manipulare discursivă:

- ❑ **Jocuri de cuvinte:** Utilizarea cuvintelor în mod intenționat ambiguu sau echivoc pentru a crea confuzie sau pentru a permite multiple interpretări - concluzii diferite.
- ❑ **Atacul personal:** Aducerea în discuție a caracterului sau personalității unui adversar în detrimentul argumentelor - discreditarea opiniilor sau distragerea atenției de la subiect.
- ❑ **Folosirea stereotipurilor și prejudecăților:** Exploatarea stereotipurilor existente sau crearea unora noi pentru a influența opiniile și percepțiile.

Semiotica și Analiza discursului (AD)

Strategii comune de manipulare discursivă:

- ❑ **Crearea unui climat de teamă sau insecuritate:** a amplifica sau a crea o percepție a unei amenințări iminente, astfel încât interlocutorii să reacționeze în moduri specifice.
- ❑ **Manipularea limbajului:** Re-definirea termenilor sau folosirea unui limbaj cu conotații specifice pentru a influența percepția (*i.e.* folosirea unui termen pozitiv în loc de unul neutru sau negativ pentru a descrie aceeași acțiune).
- ❑ **Selectarea și manipularea sursei:** Alegerea selectivă a informațiilor sau citarea din surse care susțin un anumit punct de vedere, ignorând sau discreditând sursele care contrazic acel punct de vedere.

Semiotica și Analiza discursului (AD)

FAKE NEWS - informații false, inexacte sau manipulative, prezentate sub forma unor știri reale care pot fi create intenționat pentru a înșela cititorii și pentru a răspândi dezinformare (sub diferite forme, în articole de presă, pe site-uri web, pe rețelele sociale și în alte medii de comunicare).

Caracteristici:

- ▶ **Intenție de înșelare**
- ▶ **Lipsa verificării faptelor**
- ▶ **Utilizarea manipulării emoționale**
- ▶ **Titluri senzaționale**
- ▶ **Utilizarea surselor neconcludente sau anonime**
- ▶ **Răspândirea rapidă prin intermediul rețelelor sociale**

Semiotica și Analiza discursului (AD)

Combaterea *fake news* în discurs implică:

- ❑ dezvoltarea de abilități de gândire critică
- ❑ verificarea surselor
- ❑ consultarea mai multor surse de știri
- ❑ evitarea propagării informațiilor nelalocul lor

Triunghiul semiotic. Charles Sanders Peirce

Structură = trei elemente fundamentale:

- ▶ **Reprezentamen** (Semnul însuși)
- ▶ **Obiect** (La ce se referă semnul)
- ▶ **Interpretant** (Sensul creat în minte)

Triunghiul semiotic. Charles Sanders Peirce

Elementul 1: Reprezentamenul

- ▶ **Semnul însuși, perceput de interlocutor**
- ▶ - o formă fizică și perceptibilă, purtător de sens
- ▶ - semnul este **ceea ce vedem, auzim, simțim**

Exemple:

- ▶ Cuvântul scris „**CARTE**”
- ▶ Sunetul vocal “/**carte**/”
- ▶ O fotografie a unei cărți
- ▶ Silueta unei cărți pe un afiș

N.B. Reprezentamenul nu este lucrul în sine, ci *reprezintă* acel lucru.

Triunghiul semiotic. Charles Sanders Peirce

Elementul 2: Obiectul

- ▶ **Realitatea la care se referă semnul**
- ▶ - lucrul din lumea reală (sau un concept) la care Reprezentamenul face referire = referentul semnului.

Exemplu continuat:

- ▶ **Reprezentamen:** Cuvântul "CARTE"
- ▶ **Obiect:** „Scriere cu un anumit subiect, tipărită și legată sau broșată în volum”. (conceptul sau o carte reală, de ex. un dicționar într-o bibliotecă).

Triunghiul semiotic.

Charles Sanders Peirce

Elementul 3: Interpretantul

► Sensul creat în mintea interpretului

- **NU este persoana!** Este conceptul, înțelesul, semnificația care se formează în mintea cuiva atunci când întâlnește Reprezentamenul.

= rezultatul procesului de semioză.

Exemplu finalizat:

- **Reprezentamen:** "CARTE"
- **Obiect:** Conceptul de obiect destinat lecturii
- **Interpretant:** Ideea mentală a interlocutorului despre ceea ce este o carte, asocierea cu alte realități (bibliotecă, praf, cunoaștere etc.).

Triunghiul semiotic.

Charles Sanders Peirce

Procesul de semioză

- ▶ Semioza = procesul infinit de creare și interpretare a semnelor, prin care un semn (Reprezentamen) generează un Interpretant, care la rândul său devine un nou semn într-un lanț continuu de sens.
- ▶ Semioza – proces infinit, contextual, dinamic

Exemplu:

- ▶ Văd **fum** (Reprezentamen 1) → mă gândesc la **foc** (Interpretant 1)
- ▶ Gândul la **foc** (devine Reprezentamen 2) → mă gândesc la **pericol** (Interpretant 2)
- ▶ Gândul la **pericol** (devine Reprezentamen 3) → mă gândesc la **a fugi** (Interpretant 3)

Triunghiul semiotic. Charles Sanders Peirce

De ce este important conceptul/procesul de semioză?

1. **Sensul nu este static** - el se construiește mereu
2. **Comunicarea este un proces activ** - nu doar transmitere pasivă de informații
3. **Gândirea umană funcționează prin semioză** - gândurile reprezintă înlanțuiri de semne

Prin excelență, *semioza* este motorul care alimentează întregul sistem de creare a sensului din realitatea evenimentială.

Triunghiul semiotic. Charles Sanders Peirce

Lanțul de semioză:

- ▶ **Lumina roșie** (R1) → "Stop" (I1)
- ▶ "Stop" (R2) → "Pericol dacă nu opresc" (I2)
- ▶ "Pericol" (R3) → "Apăs pedala de frână" (I3)
- ▶ "Am frânat" (R4) → "Sunt în siguranță" (I4)

Triunghiul lui Peirce rămâne un model fundamental, mai mult ca o schemă de gândire decât ca o formulă literală.

Triunghiul semiotic.

Charles Sanders Peirce

Peirce este esențial pentru semiotică întrucât:

- ▶ **A introdus modelul triadic** (semn-obiect-interpretant), fiind superior lui Saussure, prin includerea explicită a legăturii cu realitatea (obiectul).
- ▶ **A clasificat semnele** în *icon*, *index* și *simbol* – o taxonomie fundamentală pentru orice domeniu.
- ▶ **A conceptualizat semioza**, procesul dinamic și infinit de creare a sensului, explicând astfel natura vie și contextuală a semnificației.

Triunghiul semiotic.

Charles Sanders Peirce

Charles W. Morris (1901-1979) - filozof și semiotician american

- ▶ A adaptat triunghiul lui Peirce = alt modelul triadic:
 - ▶ **Semnul** (asemănător cu Reprezentamenul)
 - ▶ **Designatumul** (asemănător cu Obiectul)
 - ▶ **Interpretantul** (preluat direct de la Peirce)
- ▶ A folosit acest model pentru a defini cele trei ramuri ale semioticii:
 - ▶ **Sintaxa:** relația dintre semne și alte semne.
 - ▶ **Semantica:** relația dintre semne și obiectele la care se referă (lumea reală).
 - ▶ **Pragmatica:** relația dintre semne și utilizatorii lor (interpretii).

Triunghiul semiotic.

Charles Sanders Peirce

Karl Bühler (1879-1963) - Lingvist și psiholog german, contemporan cu Peirce

Modelul său triadic al funcțiilor limbajului:

- ▶ **Semnul**
- ▶ **Obiectul/Starea de fapt**
- ▶ **Emitentul și Receptorul**

Deosebirea esențială: accent pus pe **funcțiile de comunicare** ale semnului (expresia, reprezentarea, apelul), în timp ce Peirce se concentra pe **logica și filozofia** semnului.

Triunghiul semiotic.

Charles Sanders Peirce

Umberto Eco (1932-2016) - semiotician și scriitor italian foarte influențat de Peirce.

- ▶ **Nu a preluat triunghiul mecanic.**
- ▶ **A preluat și extins ideea de semioză infinită.**
- ▶ **Contribuția majoră:** A introdus noțiunea de **interpretant cultural** - sensul unui semn nu este doar un concept individual, ci este **reglat de un cod cultural** și de o **enciclopedie de cunoștințe**.
- ▶ *Semioza* are loc în interiorul acestei rețele culturale.

Triunghiul semiotic.

Charles Sanders Peirce

Claude Lévi-Strauss (1908-2009) - antropolog și etnolog francez de origine evreiască, fondator al *structuralismului* în științele sociale și una dintre cele mai influente personalități intelectuale ale secolului XX.

- ▶ A aplicat conceptul de **semn** (derivat din lingvistica lui Saussure, dar cu ecouri peirceene) în studiul miturilor, înrudirii și sistemelor culturale.
- ▶ Pentru el, realitățile culturale (mituri, rituri, relații de familie) funcționează ca **semne** într-un sistem, unde sensul apare din **relațiile** dintre ele, nu din referința la un obiect exterior.

Triunghiul semiotic.

Charles Sanders Peirce

Claude Lévi-Strauss (1908-2009) / Charles Sanders Peirce

- ▶ **Semnul ca Relație:** Amândoi văd semnul ca pe o relație, nu ca pe o entitate izolată
- ▶ **Universalitate:** Ambii caută structuri universale ale gândirii umane
- ▶ **Sisteme Semiotice Extinse:** Pentru Lévi-Strauss, **întreaga cultură este un sistem semiotic**

Diferența principală: Peirce era interesat de **logica semnului**, Lévi-Strauss de **antropologia semnului**.

Triunghiul semiotic. Charles Sanders Peirce

Concluzie

- ▶ Niciunul dintre acești gânditori nu a folosit triunghiul identic cu **Peirce**.

Cu toate acestea:

- ▶ **Morris** a fost cel mai apropiat, sistematizându-l.
- ▶ **Bühler** a dezvoltat un model triadic paralel, cu o altă intenție.
- ▶ **Eco** și **Lévi-Strauss** au preluat și adaptat profund *conceptele* lui Peirce (semioza, interpretantul) fără să se identifice cu forma geometrică a triunghiului.

Analiza semiotică a imaginii

Metodă fascinantă de a descifra sensurile „ascunse” ale unei imagini, tratând-o ca pe un sistem de semne.

Decodare și **interpretare** individuală:

- „*Ce văd?*”,
- „*Ce înseamnă ceea ce văd?*”
- „*Cum este acest sens creat?*”

6 etape pentru o analiză semiotică structurată

Analiza semiotică a imaginii

Etapa 1: Denumire și descriere (nivel denotativ, fundamental)

[observație obiectivă, general percepută ca fiind neutră, fără interpretare]

Demers inițial:

- ▶ **Enumerarea** elementelor vizibile: actanți, obiecte, fundal, culori, lumină, compoziție, text.
- ▶ **Descrierea** acțiunilor evidente: Ce fac actanții? Care ar fi scenariul de bază?
- ▶ **Utilizarea unui limbaj neutru.** („În imagine se vede un cuplu zâmbind, așezat pe șezlonguri albastre, printre tufe cu flori galbene.”)

Problematizare semiotică:

- ▶ Ce este prezent în cadru? Ce culori domină? Care este punctul focal al imaginii? Cum este lumina (naturală, artificială, dramatică)?

Analiza semiotică a imaginii

Etapa 2: Analiza relațiilor semiotice (nivel conotativ)

Demers semiotic: identificarea **semnificațiilor culturale, sociale și emoționale** ale elementelor vizuale.

- ▶ **Culoare:** Albastru = liniște, tristețe, profesionalism? Roșu = pasiune, pericol, iubire? Galben = fericire, căldură, anxietate?
- ▶ **Obiecte:** Un ceas = timp, mortalitate, productivitate. O mașină scumpă = succes, statut social, libertate. O floare = frumusețe, efemeritate, natură.
- ▶ **Gesturi:** Un zâmbet = fericire, prietenie, artificialitate (un zâmbet forțat). O privire în jos = rușine, gândire, tristețe.
- ▶ **Cadru și compoziție:** Un cadru strâns poate sugera claustrofobie sau intimitate. Un cadru larg poate sugera libertate sau singurătate.

Exemplu: Cuplul așezat pe șezlonguri - *relaxare, vacanță, răcorire, plăcere.*

Analiza semiotică a imaginii

Etapa 3: Analiza structurilor mai vaste (între mit și retorică) - context cultural și narativ mai larg.

Demers semiotic:

- a. **Identificarea „miturilor” culturale:** Un „mit” semiotic nu este o poveste falsă, ci un sistem de valori pe care o societate îl validează (mituri: „Dragostea adevărată”, „Succesul American”, „Frumusețea Naturală”, „Aventura”).
- b. **Analizarea retoricii din imagine:** Cum încearcă imaginea să convingă, să informeze sau să declanșeze un sentiment (funcție persuasivă)? Folosește pathos (emoție), ethos (autoritate/credibilitate) sau logos (logică)?

Exemplu: Imaginea cu un cuplu zâmbind, așezat pe șezlonguri albastre etc. activează mitul „**vacanței perfecte**” sau „**evadării**” din rutina zilnică. Retorica este emoțională (*pathos*), vinde o senzație, nu doar un produs.

Analiza semiotică a imaginii

Etapa 4: Interpretarea și sintetizarea semnificațiilor – găsirea sensului de bază al imaginii analizate

Demers semiotic:

- ▶ Întrebare-reper: **Care este mesajul global sau ideea principală pe care o transmite imaginea?**
 - ▶ Răspuns pragmatic = combinația dintre elementele denotative și conotative.

Exemplu: Mesajul global al imaginii ipotetice ar putea fi:

„Cuplul zâmbitor așezat pe șezlonguri este imaginea unei stări de relaxare, a unei povești de dragoste (reale sau imaginare), de fericire și o posibilă escapadă din rutină.”

Analiza semiotică a imaginii

Etapă 5: Contextualizarea (demers esențial)

Demers semiotic:

- ▶ **Contextul de producție:** Cine a creat imaginea? (Un artist, o marcă, un ziar?) Cu ce scop? (A vinde, a informa, a provoca?) Când a fost creată? (Sensul unei imagini se poate schimba cu timpul).
- ▶ **Contextul de recepție:** Unde apare imaginea? (Într-o revistă de modă, un muzeu, un post de Instagram, un panou publicitar?) Publicul țintă este important.

Exemplu: Aceeași imagine a cuplului pe șezlonguri are sensuri diferite [o pictură într-un muzeu (explorând tematica dragostei) sau o reclamă la o agenție imobiliară (comercializând un stil de viață)].

Analiza semiotică a imaginii

Etapa 6: Reflecție asupra codurilor și convențiilor (meta-analiză)

Demers semiotic:

- Problematizare 1: Ce fel de *coduri culturale* trebuie cunoscute pentru a înțelege imaginea.
- Problematizare 2: Imaginea analizată *respectă*, *modifică* sau *reinventează* codurile culturale.

Exemplu: pentru a înțelege o imagine plină de simboluri religioase creștine, trebuie cunoscut codul cultural al creștinismului.

Analiza semiotică a imaginii

Exemplificare: Reclamă publicitară la o mașină SUV

- ▶ **Denotație:** Un bărbat conduce un SUV negru și lucios pe un drum de munte pustiu, pe timp de amiază, cu cer albastru și soare.
- ▶ **Conotație:**
 - ▶ **SUV negru și lucios:** Putere, eleganță, statut.
 - ▶ **Drum de munte pustiu:** Libertate, aventură, explorare, scăpare de civilizație.
 - ▶ **Soare, vreme senină:** Optimism, claritate, control asupra mediului.
- ▶ **Mit/Retorică:** imaginea activează miturile „**libertății absolute**” și „**stăpânirii asupra naturii**”. Retorica este emoțională (pathos), apelând la dorința de evadare și putere.
- ▶ **Interpretare:** Deținerea unui asemenea SUV oferă puterea, libertatea și statutul pentru a realiza o aventură dincolo de limitele obișnuite, într-un mod elegant și controlat.
- ▶ **Contextualizare:** Reclamă publicitară / scopul principal = de a vinde. Publicul țintă = persoanele care aspiră la acest stil de viață „aventuros”.

Analiza psihologică a imaginii

Orientare (5 etape):

- ❑ Abordare complementară celei semiotice, dar cu un accent diferit.
- ❑ Modul în care imaginea influențează și interacționează cu mintea, emoțiile și comportamentul uman.

Dacă semiotica se întreabă "*Ce înseamnă această imagine?*", psihologia se întreabă:

- ▶ "*Cum reacționează oamenii la această imagine emoțional și cognitiv?*"
- ▶ "*Ce procese mentale declanșează?*"
- ▶ "*Cum ne influențează percepția asupra noastră sau asupra lumii?*"

Analiza psihologică a imaginii

Etapa 1 - Analiza reacției emoționale primare

Primul și cel mai direct nivel - Imaginea este un stimulent emoțional puternic.

Demers de investigare psihologică:

- a. **Ce emoții evocă imaginea?** (bucurie, tristețe, furie, anxietate, liniște, dorință, dezgust?)
- b. **Care este intensitatea acestor emoții?** (scalare progresivă)
- c. **Ce elemente specifice (culori, expresii, compoziție) declanșează aceste emoții?** (ex. culorile calde (roșu, portocaliu) tind să agite, în timp ce culorile reci (albastru, verde) tind să liniștească.)
- d. **Există un conflict emoțional?** (O imagine frumoasă, dar care provoacă o neliniște subtilă – anxietate, nostalgie.)

Analiza psihologică a imaginii

Etapa 2 - Analiza proceselor perceptive și de atenție

Cum "ghidează" imaginea privirea și atenția?

Demers de investigare psihologică:

- ▶ **Care este punctul de focalizare?** Unde se îndreaptă privirea direct?
- ▶ **Figură și fundal:** Ce este în prim-plan și ce rămâne în fundal?
(claritate, ambiguitate, tensiune, interes)
- ▶ **Proximitate:**
 - A. Asemănare:** Elementele similare (în culoare, formă) sunt grupate.
 - B. Închidere:** Mintea noastră completează informațiile lipsă pentru a vedea forme complete.
- ▶ **Există iluzii optice** sau elemente care provoacă o dublă percepție?

Analiza psihologică a imaginii

Etapa 3 - Analiza proceselor cognitive și asociative

Explorarea imaginii care activează gânduri, amintiri, simboluri personale și scheme mentale.

Demers de investigare psihologică:

- ▶ **Ce amintiri personale trezește imaginea?** (O fotografie de familie poate trezi nostalgia, o imagine cu o plajă poate aminti de o vacanță.)
- ▶ **Ce asocieri și conexiuni culturale creează?** (O siluetă pe un deal poate evoca libertatea; un labirint poate simboliza confuzia sau căutarea.)
- ▶ **Ce poveste spune?** Mintea încearcă în mod natural să narativizeze, să creeze o poveste din ce vede.
- ▶ **Cum se raportează la "schemele" mentale?** (O imagine care contrazice așteptările – de exemplu, un pompier care plânge – este mai memorabilă și duce la o procesare cognitivă mai profundă.)

Analiza psihologică a imaginii

Etapa 4 - Analiza impactului asupra identității și atitudinii

Influența imaginii asupra percepției umane despre sine și despre lume.

Demers de investigare psihologică:

- ❑ **Cum mă simt în legătură cu mine însumi?** (O imagine cu modele de fitness poate provoca admirație sau insecuritate corporală.)
- ❑ **Îmi oferă un ideal de urmat sau un sentiment de respingere?**
- ❑ **Cum îmi influențează atitudinea față de o anumită problemă?** (O imagine puternică despre poluarea oceanelor poate schimba atitudinea față de reciclare.)
- ❑ **Este oglindă sau fereastră?** Mă văd eu însumi în această imagine (oglină) sau mă uit la o lume diferită (fereastră)?

Analiza psihologică a imaginii

Etapa 5 - Analiza simbolistică și arhetipală (Nivelul inconștient-Carl Jung)

Demers de investigare psihologică:

- ▶ **Ce arhetipuri sunt prezente în imagine?**
 - ▶ **Eroul:** Un personaj care înfruntă și depășește obstacole.
 - ▶ **Mentorul:** Un personaj înțelept care oferă îndrumare.
 - ▶ **Umbra:** Partea întunecată, reprimată, sau "dușmanul".
 - ▶ **Anima/Animus:** Partea feminină din psihicul masculin și viceversa.
- ▶ **Ce simboluri universale pot fi identificate?** (Apa = inconștientul, viața; Muntele = realizare, obstacol; Copacul = creștere, interconexiune.)

Analiza semiotică și psihologică a imaginii

- ▶ **Pentru a decoda puterea de persuasiune** (semiotica dezvăluie mesajele culturale și simbolice incorporate, iar psihologia arată cum influențează emoțiile, atitudinile și deciziile).
- ▶ **Pentru a înțelege cum se construiește sensul și impactul unei imagini dincolo de aparențe** (semiotica descifrează codurile culturale, iar psihologia relevă modul în care acestea sunt receptate și internalizate de mintea umană).
- ▶ **Pentru a înțelege cum funcționează ca o unealtă de comunicare și influență** (semiotica o analizează ca pe un limbaj, iar psihologia arată cum acest "limbaj" formează percepția, activează amintiri și modelează comportamentul).
- ▶ **Pentru a deveni receptori critici și creatori conștienți în era vizuală** (analiza semiotică decodează mesajele ascunse, iar cea psihologică ajută la înțelegerea forței emoționale asupra ființei umane).