

## RELEVANȚE SEMIOTICE ALE COMUNICĂRII

Lidia LUPAȘCU, doctorandă UST

**Abstract.** The existence of the human species cannot be conceived without communication. But this process is continuous and dynamic. The role of semiotics is to highlight the elements that contribute to an act of communication. Semiotics is the study of the signs that are used in the process of producing and interpreting messages. The sign is a materiality that we perceive with the help of the senses. It can be seen, heard, smelled, touched or even tasted. Semiotics is a complex, interdisciplinary discipline that addresses other sciences such as anthropology, sociology, social psychology, communication disciplines, pragmatics. The development of semiotics is a stage in the process of unifying the sciences that treat signs in whole or in part.

**Keywords:** communication, semiotics, sign, text, message.

**Rezumat.** Existența speciei umane nu poate fi concepută fără comunicare. Dar acest proces este continuu și dinamic. Rolul semioticii este să evidențieze elementele care concură la un act de comunicare. Semiotica reprezintă studiul semnelor care sunt utilizate în procesul de producere și interpretare a mesajelor. Semnul este o materialitate pe care o percepem cu ajutorul simțurilor. El poate fi văzut, auzit, mirosit, atins sau chiar gustat. Semiotica este o disciplină complexă, interdisciplinară care abordează alte științe ca antropologia, sociologia, psihologia socială, disciplinele comunicării, pragmatica. Dezvoltarea semioticii este o etapă a procesului de unificare a științelor care tratează în întregime sau parțial semnele.

**Cuvinte-cheie:** comunicare, semiotică, semn, text, mesaj.

Actualmente, puține domenii de studiu sunt atât de stimulatoare și promițătoare ca domeniul *comunicării*. Cele mai diverse discipline concură la studierea transmiterii informației, a matricelor de procesare a informației, a propagării, distorsionării și amplificării acesteia. Comunicarea a ajuns să fie considerată *miezul culturii, cunoașterii și comportamentului social*. Unul dintre cei mai autorizați teoreticieni americani ai comunicării, John Fiske, scria: „Comunicarea este o dimensiune centrală a vieții noastre culturale; fără ea, orice tip de cultură moare. În consecință, studiul comunicării presupune studiul culturii în care este integrată” [1, 2]. Pentru a clarifica această concluzie, vom trece în revistă câteva idei-teze propuse de John Fiske:

1. Domeniul comunicării poate fi abordat și înțeles, dar este necesară o abordare dinspre mai multe discipline.
2. Orice comunicare include și implică semne și coduri. Semnele sunt acte sau *fapte de artă* ce se referă la altceva decât ele însele (construcții ce semnifică). Codurile sunt sisteme în care semnele sunt organizate și care determină modul în care pot fi legate între ele semnele.
3. Semnele și Codurile sunt făcute să fie la îndemâna celorlalți. Transmiterea sau receptarea de semne sau coduri, *comunicarea*, este practica relațiilor sociale.

Comunicarea este un aspect discret al activității umane. Omul, e posibil, să nu fie cea mai sociabilă ființă de pe Pământ, dar manifestarea esențial umană a relațiilor dintre indivizi este una de tip comunicațional. Imperativul categoric al relației de comunicare: existența

Însăși a speciei umane nu poate fi concepută fără comunicare. Ca activitate umană, comunicarea este un proces continuu și dinamic: ea are la bază atitudini care sunt intenționale și care implică ideea de schimb. Comunicarea este definită ca transferul informației de la sursă la receptor. Pedagogul ceh J.A.Comenius explică că nu poate avea loc o comunicare sau creare de semnificație dacă informația nu a fost trecută prin simțurile noastre [3]. Atâta vreme cât percepția este privită ca o componentă importantă a procesului comunicării, ea va fi una din variabilele ce vor afecta propriile noastre achiziții și interpretări ulterioare ale informației. Comunicarea este un fenomen atât de complex, încât până acum nici o disciplină, nici un cercetător nu și-a asumat dreptul de a aborda această realitate în totalitatea ei. Locutorul are scopul de a realiza procesul de comunicare într-un mod eficient și efectiv. De aici, teoreticienii comunicației au încercat să descrie modele prin care comunicarea poate fi abordată. Provocarea este ca acele combinații codificate, media și contextele să creeze un transfer informațional rapid, adecvat și acuratețe. Aceste procese nu pot fi separate de faptul că oamenii sunt cei ce decodează informația, receptând-o dintr-un mediu caracteristic, într-un context specific și conferându-i o semnificație. Aici intervine rolul semioticii. Abordarea semiotică este capabilă să evidențieze elementele care concură la un act de comunicare, dând astfel o imagine clară asupra procesului de comunicare în întregul său.

Semiotica reprezintă studiul semnelor și codurilor - semne care sunt utilizate în procesul de producere și interpretare a mesajelor, respectiv codurile care guvernează utilizarea acestor semne. Semiotica, ca disciplină, a apărut la începutul secolului al XX-lea. Cea mai importantă contribuție la dezvoltarea *semiologiei/semioticii* o au cercetătorii care au fundamentat această teorie: lingvistul elvețian Ferdinand de Saussure, în Europa, și omul de știință Charles Sanders Peirce, în Statele Unite. Saussure a plecat tocmai de la principiul că limba nu este singurul sistem de semne ce exprimă idei pentru a comunica. El a conceput deci semiologia ca pe o știință generală a semnelor, ce trebuie inventată și în cadrul căreia lingvistica, studiul sistematic al limbii ar sta pe primul loc, deși, tot el recunoaște, limba nu este decât un sistem particular. Accentul cade pe mesaj și nu pe procesul comunicării sau pe actorii implicați. În termenii lui Saussure, principiul fundamental al semiologiei are următoarea formulare: În limbă nu există nici semne, nici semnificații, ci diferențe între semne și diferențe între semnificații, care 1. există exclusiv unele în raport cu celelalte (în ambele sensuri), fiind așadar inseparabile și solidare, dar 2. care nu vor ajunge niciodată să și corespundă în mod direct [2].

Pierce nu a studiat înainte de toate limba, ci a căutat de la bun început, o teorie generală a semnelor și o tipologie, foarte generală, care să cuprindă și limba, bineînțeles, dar inserată și relativizată într-o perspectivă mai largă. Semnul este o materialitate pe care o percepem cu ajutorul unuia sau mai multor simțuri pe care le avem. El poate fi văzut, auzit, mirosit, atins sau chiar gustat. Un semn este ceva care ține locul a ceva pentru cineva, în anumite privințe sau în virtutea anumitor însușiri. El se adresează cuiva, creând în mintea

acestui un semn echivalent sau poate un semn mai dezvoltat. Semnul ține locul a ceva, anume a obiectului său. El ține locul acestui obiect nu în toate privințele, ci cu referire la un fel de idee, pe care am numit-o uneori fundamentul reprezentamentului. Astfel sunt trei entități care intră în contact: obiectul, semnul și interpretul.

Cercetătorul de origine maghiară, Thomas Sebeok, definește semiotica - un proces de schimb de mesaje de orice tip, împreună cu sistemul de semne sau coduri care se află la baza acestor mesaje. Semnificația unui mesaj poate fi descifrată doar dacă 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.

Știința care se ocupă cu studiul semnelor, numită semiotică sau semiologie, își axează fundamentarea sa teoretică pe două axiome care fac din semn, în principiu, un obiect *sui-generis*: a) *pausemia* – totul ce e semn are o semnificație (sau, cel puțin, poate avea); b) *polisemia* – orice semn (obiect) poate avea mai multe semnificații [6] Pornind de la ideea că lumea omului există numai trecută prin limbaj, semiologii structuraliști încep prin a analiza sistemele semnificante – în primul rând literatura și miturile – și, în general, cultura ca ansamblu al sistemelor semnificante, dar concep cultura ca nediferențiată de civilizație și coextensivă societății. Până la urmă, în această perspectivă, și natura este, de fapt, o idee culturală, iar întreaga lume nu este decât o lume de semne, un imens text.

Constantin Sălăvăstru, cercetător ieșean, afirmă că semiotica este teorie a cunoașterii apropiate de logică [2]. Semiotica oferă exemplul unei discipline destul de complexe, interdisciplinare care abordează alte științe ca antropologia, sociologia, psihologia socială, disciplinele comunicării, pragmatica. Mesajele generate, codificate, transmise, decodificate și interpretate sunt studiate de semiotică.

Semiotica lui Peirce și semiologia lui Saussure au rămas multă vreme în imersiune culturală: nepublicate, dar cunoscute și transmise prin discipoli. Ch. W. Morris îl continuă pe Peirce, dar o face într-un context teoretic schimbat, cel al behaviorismului. Așadar, comportamentul, și nu cunoașterea, condiționează semnificația. Semiotica permite acum o reinterpretare a disciplinelor numite în mod curent logică, matematică și lingvistică. Logica s-a vrut un Organon al științelor, dar s-a dovedit incapabilă să-și asume acest rol. Semiotica nu mai este doar o știință printre altele, ci Organonul sau instrumentul tuturor științelor. Dezvoltarea semioticii este o etapă a procesului de unificare a științelor care tratează în întregime sau parțial semnele; această dezvoltare va umple, treptat, golul dintre științele biologice, pe de o parte, și științele psihologice și sociale, pe de alta, va explicita relația dintre științele numite „formale” și științele numite „empirice”. Vorbind despre natura semnului, Morris distinge: *semantică* – care studiază relația semnului cu semnificația sa, expresiile formale și designatele lor, tratează sensul expresiilor și include teoria adevărului și deducțiilor logice; *sintaxă* – care studiază relația dintre semne (expresii) și oferă reguli de formare ale acestora; *pragmatică* – disciplină care studiază relația dintre semne și cel care

utilizează semnele. Studiul semnelor și al modului în care acestea funcționează are trei arii majore de studiu:

1. 1.semnul însuși;
2. codurile sau sistemele în care sunt organizate semnele;
3. cultura în care operează aceste semne și coduri [3].

Semiotica își concentrează atenția asupra „textului” și acordă receptorului sau „lectorului” un rol mult mai activ decât în majoritatea modelelor comunicării. Pentru semiotică, mesajul transmis este o construcție de semne care, în urma interacțiunii cu receptorul, produce înțelesul. Acesta se naște sau este „descoperit” în procesul „lecturii”, care este un proces de negociere între „lector” și „text”. Ca act semiotic particular, o teorie a lecturii arată astfel: lectura este mai mult decât un instrument pentru elaborarea unei teorii, iar rolul său nu este doar acela de a valida teoria. În timpul lecturii se întinde între cititor și autor o punte; ei se întâlnesc în atmosfera și conflictul povestirii. Cititorul trăiește sentimentele autorului; iubește, se teme, urăște cu el. Se regăsește în personajele din carte, se recunoaște în personajele ei, descoperă gânduri și pasiuni pe care le-a avut, probleme de viață care și lui i s-au pus. Lectura cărții oferă celui care o parcurge, pe lângă satisfacțiile ce le aduce orice fapt inedit, prilejuri unice de reflecție, de meditație. Ea îndeamnă la introspecție, angajează valori formative care își pun amprenta pe întregul comportament al cititorului. Lectorul este obligat la o activitate intensă de combinare, la o participare activă la actul poetic. El nu trebuie să se lase în voia reprezentărilor, ci să aibă acces direct la limbajul textului, „trebuie să înțeleagă ceea ce citește este el”.

Semiotica se concentrează pe text. Cititorul sau receptorul este cel mai important pentru că implică un grad mare de activitate și depinde mult de experiența lui culturală, gândurile, ideile, emoțiile. Astfel, a căuta sensul unei scrieri înseamnă a găsi mai întâi întrebarea potrivită la care aceasta răspunde. Orice text valabil, semnificativ, răspunde la o astfel de întrebare. Importantă este descoperirea întrebării la care răspunde textul, ceea ce implică contextul (locul și momentul), pretextul (ocurența, ocazionalitatea răspunsului) și subtextul (deci ceea ce textul, purtând cu sine, nu are în intenționalitatea comunicării). *Textul* se află într-un *context* datorită unui *pretext* și acoperă mereu un *subtext* pe care-l poartă cu sine. Regula secundară ce decurge de aici este cea a cunoștințelor prealabile contextuale (gramaticale, istorice, estetice, psihologice) pe care trebuie să le avem pentru a putea interpreta un text. În același timp, regula esențială rămâne cea filologică, a înțelegerii părților prin întreg și a întregului prin părți: este regula cercului hermeneutic. Așadar, trebuie să înțelegem întregul pornind de la părți, iar părțile raportându-le la întreg. Când creăm un text trebuie să avem o întrebare bine pusă la care să răspundem corect.

Semnele stabilite în mod conștient și intenționat pot fi clasificate în semne propriu-zise și simboluri. Simbolul a primit, de-a lungul timpului, diferite semnificații. Aristotel considera cuvântul – sub aspectul său sonor – un simbol al noțiunii, iar imaginea sa grafică – simbol al cuvântului. Această comparație sugerează caracterul arbitrar, nemotivat al

relației dintre expresie și conținutul exprimat. Ferdinand de Saussure concepe cuvintele ca semne, nu simboluri [6]. În accepția lingvistului, simbolul are o legătură directă cu obiectul simbolizat, în timp ce semnele limbii au caracter arbitrar în legătură cu ceea ce exprimă. În literatura de specialitate termenul simbol s-a impus pentru a semnifica un obiect care, printr-o convenție prestabilită, reprezintă în mod abstract un conținut abstract în formă alegorică, căci simbolul implică mai ales analogie, adică motivare a relației sale cu obiectul semnificat.

Trăim într-o lume de simboluri. În ciuda faptului că majoritatea semnelor utilizate în comunicare sunt simboluri, caracterul acestora este de obicei mixt, ele putând conține elemente iconice și indiciale. Cu toate acestea, seria semiotică evoluează. Simbolurile derivă din simboluri și nasc la rândul lor simboluri, adică semne arbitrar. Simbolurile iau forma unor cuvinte, sunete, gesturi, idei sau imagini vizuale, și sunt folosite pentru a transmite alte idei și credințe. Există o tendință înrădăcinată adânc în psihologia umană de a vedea ceva mai profund în afara lucrurilor, iar această tendință s-a tradus într-o activitate culturală productivă responsabilă de apariția simbolurilor, miturilor și elementelor de cultură populară. Culturile umane folosesc simboluri pentru a exprima ideologii specifice, structuri sociale și pentru a reprezenta aspecte ale culturii lor specifice. Astfel, simbolurile transportă sensuri, care depind de mediul cultural al cuiva; cu alte cuvinte, semnificația unui simbol nu este inerentă simbolului în sine, ci este învățată cultural. Simbolurile sunt baza întregii înțelegeri umane și servesc ca vehicule de concepție pentru întreaga cunoaștere umană. Simbolurile facilitează înțelegerea lumii în care trăim, servind astfel ca baza pe care facem judecăți. În acest fel, oamenii folosesc simboluri nu numai pentru a da sens lumii din jurul lor, dar și pentru a identifica și coopera în societate prin retorica constitutivă.

Necesitatea unei analize a comunicării simbolice provine din faptul că orice limbaj persuasiv reprezintă o comunicare simbolică. Comunicarea umană se poate realiza prin mijloace diferite, dar locul principal îi revine limbajului sonor. Limba este privită ca instrument de transformare a informației de diferite tipuri, obținută prin interacțiunea proceselor psihice, într-o activitate generală și generalizată, numită, vorbire, fenomen lingvistic, care mai este și instrument de comunicare și de reflectare a gândurilor. Susținătorii Teoriilor nativiste ale limbajului insistă asupra rolului echipamentelor biologice înnăscute și afirmă că intrăm în lume echipați pentru vorbire. Funcțiile comunicării și limbajului, clasificate după raportarea la grup, sugerează faptul că dincolo de cuvinte și de sensul asigurat de lexic, omul poate produce sensuri derivate, cu efecte multiple, datorate tocmai dinamicii grupului. Michael Kunczik susține „Comunicarea este un comportament care, din punctul de vedere al celui care comunică, are ca țel transmiterea de mesaje cu ajutorul unor simboluri către una sau mai multe persoane”[4]. A comunica înseamnă a intra în semnele/simbolurile disponibile, a-ți ajusta timbrul la ansamblul preexistent, a pune în comun, a face ceva împreună cu cineva. Comunicarea combate egocentrismul, insistând, în schimb, asupra necesității de a pune în joc ansamblul semnelor disponibile interlocutorilor care declanșează comportamente.

Robert Craig consideră că cercetarea și teoretizarea comunicării sunt marcate de șapte tradiții. Acestea prezintă asemănări în ceea ce privește conținutul teoriei comunicării și diferențe în modul de abordare a domeniului [8]. Aceste tradiții sunt:

- retorică – teoretizează comunicarea ca fiind arta practică a discursului;
- semiotică – vede comunicarea ca mediere intersubiectivă cu ajutorul semnelor;
- fenomenologică – comunicarea este teoretizarea experienței diferenței și dialogului;
- cibernetică – comunicarea apare ca un proces informațional;
- socio-psihologică (sau a psihologiei sociale) – teoretizează comunicarea ca proces al expresiei, interacțiunii și influenței ei;
- socio-culturală – comunicarea apare ca proces simbolic ce produce și reproduce modelele socioculturale împărtășite;
- critică-consideră apariția comunicării autentice ca fiind doar în procesul reflecției discursive.

Una din nevoile fundamentale ale omului este comunicarea. Să spui celor din jur cine ești, ce vrei, pentru ce dorești un anumit lucru și care sunt mijloacele pe care le vei folosi pentru a-ți atinge țelurile. În acest sens, a comunica înseamnă și a tăcea, a aștepta răspunsul, reacția celui căruia ai vrut să-l anunți că există și chiar vrei să-i spui ceva. Remarcăm finalmente că „Semiotica *semnificării* **poate** exista fără cea a *comunicării*, însă semiotica *comunicării* **nu poate** exista fără cea a *semnificării*”[10, 316].

## Bibliografie

1. Fiske J. Introduction to Communication Studies, 1982.
2. Bahnar V. Semiotica în contextul hermeneuticii moderne. Revista Limba Română, Nr. 11-12, anul XVIII, 2008.
3. Codoban A. Semn și interpretare. O introducere postmodernă în semiologie și hermeneutică. Cluj-Napoca, 2001. p. 10-11.
4. Fârte Gh.-I. Comunicarea o abordare praxiologică. Iași: Casa Editorială Demiurg, 2004.
5. Lesenciuc A. Teorii ale comunicării. Brașov: Editura Academiei Forțelor Aeriene „Henri Coandă”, 2017.
6. Saussure, F. Scrieri de lingvistică generală. Polirom, 2003.
7. [https://www.academia.edu/20842813/Introducere în semiotică](https://www.academia.edu/20842813/Introducere_in_semiotică) Titular de curs Mădălina Radu.
8. [https://clipsi.ro/comunicarea-elementele și scopul comunicării](https://clipsi.ro/comunicarea-elementele_si_scopul_comunicării).
9. <https://www.setthings.com/ro/utilizarea-simbolurilor-comunicare>.
10. Ionaș A. Semiotica Lingvistică. Chișinău, 2020.