

**Нора Голешевска**

**(Нова) Визуална реторика: Неореторика и визуална семиотика**

**Абстракт:** Студията разглежда франкофонската парадигма в изследванията на визуалната комуникация, формулирана през втората половина на миналия век като „реторика на образа” и/или „визуална реторика” в текстовете на Ролан Барт, Жан Дюран, Жан-Мари Флош, Сен-Мартен и Групата μ. Предложеният анализ има за цел да изясни начина, по който Лиежката теория за „визуална реторика” осигурява общ методологически ракурс за интердисциплинарни изследвания, извършвани на границата между теорията за визуалната комуникация, семиотиката и естетиката, поставяйки специален акцент върху културно антропологичното значение на семиотичния анализ на визуалното. Специфичният фокус в изследването попада върху генезиса на модела за визуалната комуникация, предложен от Парижката семиотична школа (“rhétorique de l’image”) и неговото трансформиране във „визуална семиотика” (“semiotique visuelle”) от представителите на Лиежката неореторическа школа. Диференцирайки „неореториката на аргументацията” (la néo-rhétorique de l’argumentation) от „неореториката на фигурите” (la néo-rhétorique des figures), в статията се систематизира Лиежката теория за „визуалния знак”, който е основно понятие в белгийския структуралистки проект за нова визуална семиотика, формулирана през последните няколко десетилетия. Целта на изследването е да се демонстрира как в рамките на предложението на Лиежката школа семиотиката и реториката се позиционират като допълващи се стратегии в съвременната теория за изследване на комуникацията, които влияят пряко върху процесите както на самата визуална комуникация, така и върху социални процеси, конструирани чрез визуалното.

**Ключови думи:** визуална реторика, визуален знак, неореторика на фигурите и визуална семиотика и комуникация.

**Nora Goloeshevska**

**(New) Visual Rhetoric, New-Rhetoric and Visual Semiotic**

**Abstract:** The article examines the Francophone paradigm in the visual communication studies, formulated in the second half of the last century in texts of Roland Barthes, Jacques Durand, Jean -Marie Flush, Saint - Martin and the Group μ, defined as the “rhetoric of the image” and /or “visual rhetoric”. The proposed analysis aims to clarify the ways in which Liege’s theory of visual rhetoric provides a common methodological resource for interdisciplinary research carried out at the border between the theory of visual communication, semiotics and aesthetics, focusing on exclusive cultural anthropological relevance of the semiotic analysis of visual. The paper is particularly focused on the genesis of visual communication model proposed from the Paris semiotic school (“rhétorique de l’image”) and its transformation into the “visual semiotic” (“semiotique visuelle”) theory of the Liege School of neorhetoric. Differentiating the Neorhetoric of argumentation (la néo-rhétorique de l’argumentation) from the Neorhetoric of the figures (la néo-rhétorique des figures) the article exposes systematically the Liege theory of ‘visual sign’ - a core concept of the Belgian structuralist project for a new visual semiotics formulated over the past few decades. The paper’s objectivity is to demonstrate how within the Liege proposal semiotics and rhetoric are defined as a complementary key for the modern theory of communication research that directly affect processes of visual communication itself, as well as the social processes constructed through the visual.

**Key words:** visual rhetoric, visual sign, Neorhetoric of the figures, visual communication.

### Въведение в проблематиката

Настоящата студия се концентрира върху генезиса на модела на визуална комуникация, предложен от Парижката семиотична школа (под формата на *реторика на образа/rhétorique de l'image*) и неговото развитие (под формата на *визуална семиотика/semiotique visuelle*) при Лиежката школа по неореторика. Откроявайки спецификите на франкофонския модел на изследване на визуалната комуникация, систематично се излага лиежката теория за визуалния знак – фундаментален по замисъла си изследователски проект за **нова визуална семиотика**, формулиран през последните няколко десетилетия. В този смисъл, текстът се стреми да демонстрира как в рамките на лиежкото предложение, семиотиката и реториката се постулират като взаимодопълващи се, ключови за съвременната теория на комуникацията изследователски стратегии, които отвъд теоретичния си принос, притежават сериозна практическа релевантност, засягаща пряко както конститутивните за системата на културата процеси на визуална комуникация, така и редица социални процеси, конструиращи се и конструирани чрез визуалното.

В студията се осмисля Лиежкият проект за *семиотика на визуалния знак* във връзка с неговата генеалогия, в контекста на франкофонската семиотична парадигма. Осъществяването на подобно начинание налага необходимостта да бъдат изтъкнати отношенията на белгийския проект за визуална реторика със значими за хуманитарните и социални изследвания на 20. век научни направления, като лингвистика, семиотика, структурализъм и т. нар. „Нова реторика”. За целта е необходимо да се изтъкне, че за теоретични фундаменти на лиежката теория за визуалната комуникация се сочат анализите на Якобсон, Барт, Греймас, Еко т.н.,<sup>1</sup> а изследването „*Трактат за визуалния знак. Към реторика на образа*”; ‘общата визуална реторика’ се приема за преломен момент както в развитието на лиежкия проект, така и в науките за езика и комуникацията. Евристичният принос на *Трактата* за съвременните науки за комуникацията е сравняван с този, който изиграва капиталният „Курс по обща лингвистика” на Сосюр за социалните и хуманитарни науки през миналия век. По подобие на схващането, че семиотичните изследвания задълго остават просто бележка под линия на

---

<sup>1</sup> Migliore, T. (2007) Introduzione; In: Gruppo μ *Trattato del segno visivo. Per una retorica dell'immagine*. Roma: Mondadori Bruno, p. x.

фундаменталните трудове на Пърс и Сосюр, се излага предположението, че *Трактатът* ще предопредели задълго развитието на визуалната семиотика.<sup>2</sup>

### 1. Няколко абзаца за генезиса. Лингвистичният обрат и подстъпите към езика

20. век в хуманитарните и социалните науки термин често се определя чрез термина „лингвистичен обрат”. Той се използва, за да опише ситуацията на преход в новоевропейското мислене, от парадигмата на класическа философия, предпоставяща съзнанието като изходен пункт на философстване, към некласическа философия и логика. Произходът на идеята за *лингвистичен обрат* се търси по линия на философската рефлексия, осмисляща човешкото мислене до феномена, чрез който то се изразява – вербалния език. Различни философски школи се ангажират с критика на метафизиката на съзнанието, откривайки алтернатива на картезианското *cogito* именно в езика. Като следствие от тези предпоставки, за основни черти на лингвистичния обрат се сочат отказът от гносеологическата и психологическа проблематика, критиката на понятието субект, изследване на смисъла и значението, замяна на понятието за истина с понятието за осмисленост, стремежът да се разглежда езикът като пределно онтологическо основание на мисленето и действието, релативизъм и историцизъм.

Исторически погледнато, първата вълна на лингвистичния обрат се ситуира във втората декада на 20. век, и се състои в опити за изясняване и реформулиране на категорията език, концептуализирана съобразно законите на логиката като единна структура на действителността. В този етап от развитието си лингвистичният обрат бележи своеобразна езикова революция, асоциирана с капитални за 20. век текстове като: философията на Витгенщайн (*Логико-философски трактат*), феноменологията на Хусерл (*Логически изследвания*), фундаменталната онтология на Хайдегер, лингвистиката на Сосюр (*Курс по обща лингвистика*), неопозитивизма. Формулираната от Фердинанд дьо Сосюр лингвистична парадигма, по-късно ще изиграе важна роля при развитието на постструктурализма,<sup>3</sup> а съвременната лингвистика, семиотиката и структуралистският метод до голяма степен се раждат като пряко следствие от лингвистичния обрат. Всички те обаче се обръщат към

---

<sup>2</sup> Sonesson, G. (1996) *An essay concerning images*. From rhetoric to semiotics by way of ecological physics, Review of Groupe µ, *Traité du signe visuel. Pour une rhétorique de l'image*. In: *Semiotica* 109-1/2, March 1996, p. 82. <[http://filserver.arthist.lu.se/kultsem/pdf/Groupe\\_My\\_review.pdf](http://filserver.arthist.lu.se/kultsem/pdf/Groupe_My_review.pdf)>

<sup>3</sup> Филиппович, А. В. - *Лингвистический поворот*, В: Энциклопедия „История философии” <[http://velikanov.ru/philosophy/lingvisticheskiy\\_povorot.asp](http://velikanov.ru/philosophy/lingvisticheskiy_povorot.asp) > (19.01.2011)

реториката, която от векове анализира езика като обект на изследване, като разсъждава върху ефектите, които той поражда, предлагайки дефиниции и класификации.

Позиционирането на структуралистки фундирания лиежки проект за визуална реторика върху картата на съвременните науки за езика и комуникацията налага припомнянето, че първата задача на съвременната лингвистика е именно легитимирането на собствената ѝ дисциплинарна автономия. Това предопределя факта, че от гледната точка на лингвистиката, реториката се възприема като традиция, по отношение на която е препоръчително да се спазва здравословна дистанция. Наред с това се изтъква и позицията, че лингвистиката отграничава проблематиката на синтагматичната организация, отнасяща се до класическото *dispositio*, тематиката на дискурса, съотносима с *topos* и *inventio*, изработването на фигури и тропи, рефериращо към *elocutio* и въздейственото измерение на езика, което следва да кореспондира на реторическата проблематика, обособена около *actio*. Заедно с това самата реторическа традиция често попада в обсега на изследвания както на лингвистиката, така и на семиотиката – факт, който на свой ред подсказва техните директни връзки. Съвременната гледна точка към проблематиката приема, че лингвистиката и семиотиката всъщност се раждат от срещата на логико-граматическата традиция с една реторико-херменевтична такава, като при тази среща само първата получава ‘научен кредит на доверие’. Едновременно с това, макар и лишена от философската дълбочина на древната реторика, стилистиката запазва връзката си с реторическата традиция. Отстраняването на философския легитимиращ я пласт обаче я лишава и от така конститутивното за съвременните науки право на дисциплинарна автономия. В резултат на това стилистиката често се определя като част от лингвистиката.<sup>4</sup>

Общ белег и за лингвистиката, и за семиотиката е, че при зараждането си и двете дисциплини демонстрират симптоматично недоверие към реториката – нагласа, лесно обяснима с факта, че и двете дисциплини се стремят да ‘преоткрият’ научни територии, вече изследвани от самата реторика. Претенцията им е техният прочит да разработи тези изследователски територии с инструментариум, изведен на основата на нови, ‘чисти’ понятия, които характеризират модерния научен подход. В крайна сметка, в хода на формирането си и двете направления ще достигнат до ситуация, в която необходимостта да излязат отвъд

---

<sup>4</sup> Basso, P (2002). *Metafora e scuole linguistiche dalla prima metà del secolo a oggi*, In: Seminario interdottoale *La metafora come fenomeno cognitivo nella modernità*; Dipartimento di Discipline della Comunicazione, Università di Bologna, Gennaio-aprile.

<[www.sssub.unibo.it/documenti/seminario\\_metafora/basso.doc](http://www.sssub.unibo.it/documenti/seminario_metafora/basso.doc)> (27.11.2010)

пределите на *чистия език*, ще ги накара да преосмислят самата концепция за реторика. Така, ако през 30<sup>те</sup> години на 20. век лингвистичните и семиотични анализи на реториката все още са изолирани и предимно се конфронтират с класическите реторически постановки, то от позицията на зрялата семиотична и лингвистична парадигма от началото на 70<sup>те</sup> години, формулирана в работите на Ролан Барт, Групата  $\mu$ , Умберто Еко и др., се правят опити за предефиниране и реинтегриране на реториката. В този етап семиотичните изследвания поставят акцент върху тропите<sup>1</sup> и интерпретират реториката като „система от фигури”, изводима на основата на формални отношения.<sup>5</sup>

### 1.1. За старата и новите реторики

Приема се, че като следствие от научните революции на Новото време, светогледната картина на европейския човек коренно се променя до такава степен, че през 17. век разговорните употреби на думата „реторика” отпращат предимно към негативни конотации.<sup>6</sup> В резултат на това реториката се третира като лишена от философска легитимация украса и орнаментация на изказа, а изследванията по реторика се свеждат до съчиняване на сборници от речеви фигури и правила за приложението им. Исторически погледнато, от Фонтание насетне реториката се занимава с анализ на тропите, т.е. с фигурите на речта, благодарение на които, посредством отклонение от общоприетия смисъл на думите, се постигат определени въздействия върху аудиторията. Този факт ще накара Рикъор да определи реториката на Новото време като ‘ампутирана’ или още като ‘лишена от философски основания’ и поради това ‘вятърничава’ дисциплина. Превърналото се в емблематично за втората половина на 20. век течение, „Нова реторика” се заема с ревизия именно на това положение.

„Неореторика” или „нова реторика” всъщност е термин, въведен от белгийския философ от полски произход Хаим Перелман, чиито употреби в съвременната хуманитаристика реферират към едно значително по-широко значение. В действителност терминът се използва като общ знаменател на усилията на представители от различни хуманитарни дисциплини като лингвистика, теория на литературата, философия и логика. На практика всяка от националните школи по неореторика се характеризира със специфичен кръг

---

<sup>5</sup> Basso, P. (2002). *Metafora e scuole linguistiche dalla prima metà del secolo a oggi*, In: Seminario interdottoale “*La metafora come fenomeno cognitivo nella modernità*”; Dipartimento di Discipline della Comunicazione, Università di Bologna, Gennaio-aprile.

<[www.sssub.unibo.it/documenti/seminario\\_metafora/basso.doc](http://www.sssub.unibo.it/documenti/seminario_metafora/basso.doc)>, (27.04.2014)

<sup>6</sup> Тулмин, С. (2002). *Завръщане към разума*. София: Ритика и Хуманизъм, с. 31.

реторическа проблематика: в САЩ, например, неореторическите изследвания се провеждат в две направления – тези на реторическата критика и на реторическата методология; в Италия – в областта на литературните критици; във Франция – в рамките на литературната семиотика и лингвистиката. По-доброто разбиране на френскоезичния ареал на неореториката (Франция и Белгия) предлага следната типология на неореторическите изследвания<sup>7</sup>: *аргументативна реторика* (Перелман); *метареторика*, отнасяща се до текстове по теория на реториката и интерпретация на нейните понятия (Р. Барт, Ж. Женет, Ж. Коен, Цв. Годоров и др.); *обща реторика*, представена от Лиежката школа в „Обща реторика”, „Реторика на поезията” и „Трактата за визуалния знак”.

Както бе посочено, терминът „нова реторика” е въведен в публикуваното през 1958 г. фундаменталното произведение на Хаим Перелман и Олбрехт-Титека, озаглавено „Трактат по аргументация. Нова реторика” (*Traité de l'argumentation – la nouvelle rhétorique*). Изведената в този труд теория на аргументацията се приема за теоретична основа на „новата реторика”.<sup>8</sup> Брюкселският тандем започва своите изследванията на *неформалния аргумент* още в края на 40-те години на 20. век, следвайки подхода на математическите изследвания, предложен от Готлоб Фреге. В „Нова реторика” обаче Перелман и Олбрехт-Титека извършват важен завой в мисленето си, формулирайки тезата, че действителната цел на аргументацията не е формално-логическата валидност или истинност на формулираните тези, а *съгласието* на аудиторията. Със завръщането си към философските основания на *гръко-латинската реторическа традиция*, двамата автори от т.нар. Брюкселска школа, осъществяват пробив в осмислянето на аргументацията, който в крайна сметка позволява на теорията им да премине отвъд границите на доминантната за онова време позитивистка идеологема – чистия език.<sup>ii</sup> Така теорията на *неформалната аргументация* напуска владенията на формалните логически отношения между мислите и се потапя в проблематиката на винаги конкретните езикови игри. Най-същественото следствие от този завой на курса е обвързването на брюкселската теория на аргументацията с действителните културни и социални контексти, в които се *практикува* аргументацията и собствено с конститутивния за философията на 20. век проблем за *разбирането*.

Обясним е следователно и фактът, че *новата реторика* на Перелман и Олбрехт-Титека ще бъде формулирана на основата на *нова структура на аргумента*, контекстуално положен в рамките на ежедневието, т.е. разбран извън термините на формалната логика.

<sup>7</sup> Безменова, Н. А. (1986). *Комментарий II*, В Група μ *Общая риторика*. Москва: Прогресс, с. 368.

<sup>8</sup> Група μ (1986). *Общая риторика*. Москва: Прогресс, 1986, с. 15.

Структурата на аргумента, предложена от брюкселските изследователи, държи сметка за осезаемите конкретики като сферата на приложение на аргументите, тяхното качество и обект или пък степента им на въздействие. Като следствие от този еманципативен ход на реториката от логиката, белгийското дуо вече интерпретира *метафората* не като орнамент, т.е. като стилистична фигура, а като важна *техника* на неформалния аргумент. В термините на брюкселската школа по теория на аргументацията метафората се мисли като ‘кондензирана аналогия’, която всъщност представлява специфичен аргументативен модел за *пренос на ценности*. Подобна стратегия в „Новата реторика” на двамата белгийски автори осмисля метафората, поставяйки основния изследователски акцент върху нейните ефекти на въздействие.

## 1.2. Нова реторика на аргументацията и нова реторика на фигурите

Изследванията на Групата  $\mu$  се причисляват именно към течението на „Новата реторика”, с тази особеност, че за разлика от брюкселската **нова реторика на аргументацията** [*la néo-rhétorique de l'argumentation*], предложената от лиежкия екип *нова реторика* се дефинира като **нова реторика на фигурите** [*la néo-rhétorique des figures*]. По мнението на Рикьор, текстове, обобщавани от течението „Новата реторика” са обединени от усилието да подчинят класическата реторика на радикализирана *структуралистка семиотика* в рамките, на която класическите реторически класификации се отнасят към формите на езиковите операции, артикулирани на всички нива на езиковата дейност. Именно програмният труд на изследователите от Лиеж, озаглавен „Обща реторика”, е определен от френския философ като синтез и ‘последно убежище’ на разгърналите се до тогава изследвания, в рамките на неореториката.<sup>9</sup>

Всъщност сред основните задачи на структуралистки фундираната<sup>iii</sup> „Новата реторика” се нарежда редефинирането на понятието за *тропи*, което в структуралистката логика се конструира на основата на понятието за *фигура*.<sup>10</sup> Поради тази причина критическите изследвания върху неореториката често синонимно я определят като *реторика на фигурите*. В термините на тази версия на неореториката тропите се дефинират като фигури на субституция на нивото на думата, а обяснението на механизма им на действие се търси чрез понятието за *отклонение*. Така *тропите* са дефинирани като отклонение на нивото на думата, т.е. като семантическо преобразуване, представляват *локално отклонение*. Важен белег на този

<sup>9</sup> Рикьор, П. (1994). *Живата метафора*. София: ЛИК, с. 192–193.

<sup>10</sup> Рикьор, П. (1994). *Живата метафора*. София: ЛИК, с. 192–193.

вариант на „Новата реторика” е съзнателният опит да приложи понятието за отклонение към другите операции, които според структуралната семиотика се случват на различните нива на езикова дейност – това на фонемите, на морфемите, на фразите и на дискурса.<sup>11</sup>

Общата реторика на Лиежката школа е замислена като теория на речевата дейност [*langage*], конструирана чрез реторически подход. Групата ѝ възприема сосюрианската триада „език”, „реч”, „речева дейност”, добавяйки към нея новото за лингвистичната теория разбиране, съгласно което речта се представя като поле на флукуация на „нулевата степен” (авторството на термина принадлежи на Ролан Барт). Според т. нар. „лиежци”, именно при осъществяването на тази флукуация се образуват различни по съдържание и форма реторически фигури. Самото понятие за фигура, или още по-точно *метабола*, е изведено като централна категория в „Общата реторика” на Групата ѝ, като на негова основа се постулира, че реторически фигури се появяват винаги, когато в резултат от речевата дейност на говорещия се манифестира отклонение от „нулевата степен”. С настояването, че *метабола* не е статична даденост, а винаги динамична опозиция на „нулевата степен”, лиежците извеждат ясна класификация, която отграничава **три класа метабולי**, отнасящи се до системата на езика. Това са: *метаплазми* (представляващи морфологични преобразувания), *метатаксис* (или синтактични преобразувания) и *метасемемии* (т.е. семантични преобразувания). „Общата реторика” на лиежките семиотици дефинира и един четвърти клас метабולי, отнасящи се до референциалното съдържание – *металогизмите*.

Така предложената класификация се основава на схващането, че *метаболите* представляват реторически преобразувания, които могат да се отнасят както до *плана на израза*, така и до *плана на съдържанието*. Всъщност, именно на този принцип може да се прецизира, че отнасящите се до *плана на израза* метабולי засягат или неговите сонорни или графични аспекти (*метаплазми* като напр. синкоп и алитерация) или структурата на фразата/изречението (*метатаксис* зевгма, полисиндетон/многосъюзие). Метаболите, разбирани като преобразувания, отнесени до *плана на съдържанието*, отново се разделят на два подвида. В случая, в който преобразуването засяга групи от семи в рамките на едно единство, метаболите се определят като *метасемемии* (синекдоха, антономасия). Когато на свой ред отнесените до *плана на съдържанието* метабולי засягат цялостната семантична стойност на фразата, те се наричат *металогизми* (ирония, хипербола).<sup>iv</sup> Това структуралистко тълкувание на фигурата като отклонение, фиксирано на различните нива на езика в процеса на

<sup>11</sup> Рикъор, П. (1994). *Живата метафора*. София: ЛИК, с. 194–195.



речева дейност, е от изключително значение за по-нататъшния анализ, т.к. всъщност превръща *метабола* от обикновена езикова категория във фигура, релевантна на много широки семиотични реалности.

В контекста на въведеното разграничение, съществуването дори само на двата посочени белгийски проекта за неореторика, предизвиква усещането, че всеки изследовател или практик, използващ термина „неореторика”, в действителност „прибягва до едно подвеждащо опростяване”.<sup>12</sup> Именно поради това, лидерът на лиежката изследователска група Жан-Мари Клинкаберг, счита за коректно да уточни, че в действителност, в белгийския изследователски контекст съществуват две съвременни реторики, носещи името ‘нова’. Първата от тях – посочената „реторика на аргументацията”, се асоциира с публикувания през 1958 г. „Трактат за аргументацията” на Олбрехт и Титека, чието подзаглавие е „Новата реторика” а втората „Нова реторика” е тази, която се определя като „реторика на фигурите”. Тя се появява исторически малко по-късно и се обвързва с името на създадената през 1967 г. белгийска семиотична Група μ.<sup>13</sup>

С цел по-доброто разбиране на течението „Нова реторика”, Клинкаберг съпоставя двете посочени версии на неореториката. Подобно схематизиране сравнява двата проекта, съобразно *три генерални критерия* – техните *предмети*, техните *основни понятия* и тяхната *научна валидност*. Казано иначе, **възможно е сравнение на двете неореторики да бъде осъществено по отношение на обектите на тези две дисциплини, в зависимост от техните основни понятия, и в зависимост от техния епистемологичен статут**. Именно на базата на клинкаберговото съпоставяне се формулира следното обобщение: **първата неореторика [la néo-rhétorique de l'argumentation]** се занимава с изучаването на **общите механизми на социалния дискурс**, с неговата **практическа ефективност**. Тази специфика на изследователския обект определя като сфери на приложение на първата неореторика преди всичко политическата или икономическа пропаганда, правните спорове или философските дискусии. На свой ред към момента на зараждането си, **втората неореторика на фигурите [la néo-rhétorique des figures]** се отнася предимно до изучаването на **вътрешните механизми на**

<sup>12</sup> Klinkenberg, Jean-Marie (2001). *Retórica de la argumentación y retórica de las figuras: ¿hermanas o enemigas?*” *Tonos Digital - Revista electrónica de estudios filológicos*, número 1, marzo 2001, <<http://www.um.es/tonosdigital/znum1/download/klinkenberg.PDF>>, (20.01.2011)

<sup>13</sup> Klinkenberg, Jean-Marie (2001). *Retórica de la argumentación y retórica de las figuras: ¿hermanas o enemigas?*” *Tonos Digital - Revista electrónica de estudios filológicos*, número 1, marzo 2001, <<http://www.um.es/tonosdigital/znum1/download/klinkenberg.PDF>>, (20.01.2011).

**литературна продукция** (най-вече на поезията), и поради тази причина нейната валидност индикира по-скоро **сферата на естетическото**.<sup>14</sup>

Както бе посочено, основните понятия на *първата неореторика* се отнасят до *общите модели и процеси на аргументацията*, докато във втората централен интерес е отделен на фигурите, като при появата ѝ преди всичко става дума за семантичните фигури. Така *втората неореторика* се легитимира като *реторика на тропите* или *тропология*, а при противопоставянето на епистемологичната валидност на двете неореторики на преден план излиза едно базово разграничение. „Новата реторика на аргументацията” има ясно социално измерение и се занимава с общи предмети. В този смисъл първата неореторика се интересува от *идентичното* и поставя извън своята сфера на интереси всичко, което може да се счита изключително, странно или рядко срещано. Втората реторика, точно обратно, се отнася до това, което се появява като *извънредно*, т.к. „литературата е мястото на прекъсване на обичайния смисъл”. Като пример за тази специфика Клиненберг посочва, че на свой ред фигурата често се определя като отклонение по отношение на начините на изразяване, приемани за нормални. Следователно от полето на изследване на втората неореторика, като че ли се отхвърля всичко, което може да се определи като банално. Според Клиненберг подобно разделение на аристотеловата реторика на посочените два вида реторика е резултат от една исторически случила се редукция, станала възможна поради иманентното колебание между *социалната* и една *формалистичната* концепция за реторика. За белгийския структуралист тази раздвоеност сочи иманентното колебание между широката и тясната дефиниции за реторика.<sup>15</sup>

Клиненберг се фокусира върху изясняването на **връзката между реториката на аргументацията и реториката на фигурите** чрез което да покаже, че техните цели и методи не са толкова далечни, както и че развитието на тези дисциплини ги доближава все повече. Вече цитираната и може би най-разпространена дефиниция на понятието за фигура я определя като отклонение във връзка с предполагаем нормален начин на говорене. В този смисъл понятието *отклонение* се прима за повтарящо се, необходимо и достатъчно. Вярно е, че семиотичният механизъм за производство на фигури се основава на **опозицията норма-**

<sup>14</sup> Klinkenberg, Jean-Marie (2001). *Retórica de la argumentación y retórica de las figuras: ¿hermanas o enemigas?*, *Tonos Digital - Revista electrónica de estudios filológicos*, número 1, marzo 2001, <<http://www.um.es/tonosdigital/znum1/download/klinkenberg.PDF>> (20.01.2011)

<sup>15</sup> Klinkenberg, Jean-Marie (2001). *Retórica de la argumentación y retórica de las figuras: ¿hermanas o enemigas?*; *Tonos Digital - Revista electrónica de estudios filológicos*, número 1, marzo 2001, <<http://www.um.es/tonosdigital/znum1/download/klinkenberg.PDF>> (20.01.2011)

*отклонение*, но също така е вярно, че *фигуралното отклонение винаги е контекстуално*: то не съществува във връзка с някакъв абсолютен модел, а е винаги тук и сега. Така Клинкаберг стига до заключението, че щом **двойката норма-отклонение бъде контекстуализирана** и приложи по отношение **на конкретни социални реалности, то реториката на фигурите се доближава до реториката на убеждаването**, така както тя е дефинирана от Брюкселската школа.<sup>16</sup>

## 2. Реторика на образа [*rhétorique de l'image*] и визуална семиотика [*semiotique visuelle*]

Целта на предходния екскурс бе да изведе ключови моменти от генезиса на лиежкия проект, контекстуализирайки реторическата теория на Групата и както по отношение на собствения си белгийски контекст, така и по отношение на интелектуалния климат от втората половина на миналия век. Както бе отбелязано, усилията на движението „Нова реторика” са съсредоточени върху извеждането на реторическата проблематика в дневния ред на хуманитарните науки. Още от 60<sup>те</sup> и 70<sup>те</sup> години на 20. век датират и първите опити на лингвисти и семиотици да изяснят отношението между реториката и иконичните измерения на визуално означаване. Характерна особеност на този начален етап в изследванията е проблематизирането на визуалните аспекти на масовата популярна култура от това време. Напълно логично, акцент се поставя предимно върху употребите на фотографското изображение и изследването на рекламата. През 80<sup>те</sup> години на 20. век обаче вниманието на много семиотици се пренасочва от наративността на иконично ориентираните анализи на визуалните текстове към особеностите и функциите на пластичния език, който по това време започва да се приема като конститутивен за визуалната комуникация. За значими в тази насока се сочат работите на Жан-Мари Флош<sup>v</sup> (Jean Marie Floch), идейно повлияни от структуралната семиотика на Греймас.<sup>17</sup>

Именно през този втори етап на осмисляне на визуалната изразност изключително активни са изследователите от Групата и, в резултат на чиито усилия, през 1992 г., на бял свят се появява „*Traité du signe visuel: pour une rhétorique de l'image*”. Този трети техен труд всъщност представлява цялостен теоретичен проект, апликиращ фундаменталните принципи,

<sup>16</sup> Klinkenberg, Jean-Marie (2001). *Retórica de la argumentación y retórica de las figuras: ¿hermanas o enemigas?*” *Tonos Digital - Revista electrónica de estudios filológicos*, número 1, marzo 2001, <<http://www.um.es/tonosdigital/znum1/download/klinkenberg.PDF>> (20.01.2011)

<sup>17</sup> Polidoro, P. La metafora nei testi visivi; In: „*Metafora: retorica, semiotica e scienze cognitive*”, p. 32 <<http://digilander.libero.it/pieropolidoro/metafora/metafora6.pdf>>

формулирани в тяхната „Обща реторика” към полето на визуалната комуникация. Така „Трактатът” бележи своеобразен **визуален обрат** в теоретичните търсения на белгийските структуралисти. На свой ред, разработената от Клиненберг **теория на вербалните и визуални фигури в дискурса, позиционира лиежката визуална реторика в рамките на една обща (структуралистка) семиотика**. Настоящата студия дефинира **лиежкия проект като нова визуална реторика**, т.к. той съзнателно се опитва да преосмисли ключови моменти във вече оформилите се теоретични подходи в анализа на визуалната комуникация, както ще стане ясно в хода на изложението.

## 2. 1. „Старата” реторика на образа [rhétorique de l'image]. Ролан Барт

В генеалогичен план е редно да се припомни, че големият пробив в семиотичното осмисляне на механизмите за въздействие на визуалната комуникация е осъществен от фронтмена на парижкия семиотичен кръжок Ролан Барт, с публикуваната през 1964 г. статията „Реторика на образа” (La rhétorique de l'image), Целта ѝ е да покаже начина, по който смисълът се пренася в послания, които са доминантно визуални. От значение е, че с това предприетото от Барт концептуализиране на специфичната *реторика*, генерирана на основата на *образи*, се въвежда нов *критически модел* за тълкуване на *визуалното* (фотографско) изображение, предлагащ нова перспектива към изследването на визуалността. Правилното разбиране на бартианската формулировка за *реторика на образа* следва да се търси в хоризонта на концепцията за транслингвистика на френския семиолог, съгласно която „под думите *език, дискурс, реч* следва да се разбира всяка значеща единица, всеки значещ синтез, *независимо дали те са словесни и визуални*” (курсивът мой).<sup>18</sup> Именно в термините на транслингвистиката френският семиотик ще постулира, че „една фотография е реч на същото основание, както една статия във вестник”.<sup>19</sup>

Друго ключово за транслингвистиката на Барт понятие, което е разглеждано в пряка връзка с въздействащия потенциал на визуалния образ, е категорията „мит”. Митът е дефиниран като реч, чието изследване е задача не на лингвистиката, а на семиологията. В своите анализи Барт използва термина „мит”, за да обясни специфичния комуникативен режим, чрез който културно и социално конструирани феномени, продукт на определена идеологическа гледна точка за света, се представят като естествени и вечни. Митът е дефиниран като вторична семиотична система – комуникативна система, притежаваща

<sup>18</sup> Барт, Р. (1991). Съвременният мит, Във: *Въображението на знака*. София: Народна Култура, с. 45.

<sup>19</sup> Барт, Р. (1991). Съвременният мит, Във: *Въображението на знака*. София: Народна Култура, с. 45.

формални характеристики и следователно представляваща определен начин на означаване, дефиниран както от конкретни исторически граници, така и от специфични условия за употреба.<sup>20</sup>

За да изясни формалния модел на мита, Барт концепира, че в мита всъщност едновременно съществуват не една, а две семиотични системи, *едната от които е изводима от другата*. Като първична семиотична система френският семиолог ще определи лингвистичната система или езика-обект. Вторичната семиотична система е самият мит, дефиниран като метаезик, на който се говори за езика-обект. Семиологът разглежда първичния език, без обаче да се занимава с езика-обект и най-вече, без да взема предвид особеностите на лингвистичната система сама по себе си. Той всъщност разглежда само цялостния знак като сборен член и то само дотолкова, доколкото той се поддава на мита. Именно това е причината, поради която семиологът разглежда по един и същ начин писмото и образа. Без значение е дали в процеса на комуникация участват писмени или визуални знаци, т.к. те са натоварени с една и съща означаваща функция. Барт твърди, че като знак образът е език-обект точно както е език-обект и писмото. Барт ще прецизира още, че от гледна точка на семиотичната си специфика, образът е по-императивен от писмото, т.к. налага своето значение изведнъж, без да го анализира и разсейва. За него обаче тази разлика не е съществена, понеже образът се превръща в писмо в момента, в който започва да означава. Щом бъдат обхванати от мита, всички материи на митичната реч (вербалният език, фотографията, плакатите и т.н.) се свеждат до една *означаваща функция*. Така митът свежда всички възможни материи до естеството на език, с което налага заключението, че „също както и писмото, образът изисква лексис”.<sup>21</sup>

От тук следва едно изключително важно за конструирането на бартианската реторика на образа следствие, а именно, че *митичната реч представлява послание, което в действителност може да се състои както от писмени знаци, така и от изображения*. Барт ще обърне внимание, че в порядъка на възприятието *образът* и *писмото* не пораждат един и същ тип съзнание, а дори на нивото на самия образ се установяват различни начини на прочит. От интерес е направеното от френския структуралист пояснение, че съществува своеобразна йерархия между образите, що се отнася до тяхната способност да бъдат

<sup>20</sup> Барт, Р. (1991). Съвременният мит, ВЪВ: *Въображението на знака*, София: Народна Култура, с. 43.

<sup>21</sup> Барт, Р. (1991). Съвременният мит, ВЪВ: *Въображението на знака*, София: Народна Култура, с. 45–49.

натоварени с означаваща функция. Така например, според Барт, схемата се поддава на значението повече от рисунката; копието – от оригинала; карикатурата – от портрета и т.н.<sup>22</sup>

В термините на Барт реториката е дефинирана като съвкупността от строго определени, повтарящи се фигури, подчинени на определени правила, в които се подреждат разнообразните форми на митичното означаващо.<sup>23</sup> Подобно поставяне на проблема дава основание на френския семиотик да говори за специфична „Реторика на образа”, осмислена в отделен текст, в който бартианското разбиране за „реторика” се спряга по отношение на друго важно понятие – *идеологията*. Така, ако в логиката на Барт идеологията се мисли като обща област на конотативните означаеми, то реториката е определена като „означаващият аспект на идеологията”. Казано иначе, реториката е съвкупността от различните конотативни означаващи, функциониращи в рамките на дадена култура. Съгласно принципите на транслингвистиката Барт уточнява, че *реториките се различават* по своята *материална субстанция*: образи, жестове, членоразделни звуци, но имат само една форма. Така, от една страна, *реториката на образа* представлява класификация на визуалните конотативни означаващи и следователно се мисли като специфична, доколкото е подчинена на наложени от зрението физически ограничения. Едновременно с това *реториката на образа* „е и обща, т.к. реторическите „фигури” са винаги формални отношения между елементи”. В този смисъл е важно да се изтъкне, че съгласно Барт структуралистката ревизия на реториката има за цел да установи една лингвистична реторика на означаемите на конотацията, която да е валидна както за членоразделния звук, така и за образа. На основата на тези си схващания Барт предвижда, че в една бъдеща реторика на образа ще бъдат открити някои от фигурите на античната и класическата реторика, но ще доминират метонимията и асиндетонът.<sup>24</sup>

Така в контекста на семиотичната рефлексия на Барт, образът (по-конкретно фотографското изображение) се възприема като място на концентрация на идеологията, като социално разпространение на реториката. За разлика от лингвистично постулираната произволна (арбитрарна) връзка във вербалния език, фотографското послание се характеризира с парадокса (1961), че представлява механичен аналог на действителността. С други думи, то е съобщение/послание без код, конструирано без опосредяващо въздействие между знака и реалността. Всъщност, фотографският парадокс се състои в наслагването на две съобщения едно върху друго – едно денотирано, без код и едно второ конотирано, т.е.

<sup>22</sup> Барт, Р. (1991). Съвременният мит, Във: *Въображението на знака*, София: Народна Култура, с. 45–49.

<sup>23</sup> Барт, Р. (1991). Съвременният мит, Във: *Въображението на знака*, София: Народна Култура, с. 85.

<sup>24</sup> Барт, Р. (1991). Реторика на образа, Във: *Въображението на знака*, София: Народна Култура, с.536.

кодирано послание. В „Елементи на семиологията” Барт се опира на въведената от Йелмслев формула, съгласно която приема, че всяка знакова система съдържа един *план на израза* и един *план на съдържанието*. Така например фотографското изображение на едно знаме експлицира определени графични знаци, които се възприемат сетивно (т.е. план на израза) и един обект (знамето), към който тези обекти на възприятието препращат (т.нар. план на съдържанието). Възможно е в друга знакова система, същият този план на израза да има още едно конотирано послание, а именно да отпраща към значението на „родина”, „патриотизъм” и т.н. В този случай денотираното ниво е това за изобразеното **знаме**, а конотираното – това на **патриотизма**. Т.е. изображението ще денотира знаме и ще конотира патриотизъм.

В „Реторика на образа”, на основата на анализа на реклама на макаронените изделия Пандзани, Ролан Барт извежда *трите фундаментални нива* на означаване във визуалната комуникация. Тези три нива на означаване всъщност продуцират и три послания, които според него, са отграничими и конститутивни за реториката на образа.



При първото, *денотативното ниво* на визуалната комуникация, просто се разпознават определени обекти от света (домати, гъби, пазарска чанта и т.н.). По-интересният механизъм на визуалната комуникация обаче е този, благодарение на който наблюдателят асоциира тези обекти с едно допълнително значение, което е наложено от културата на възприемащия. Именно нивото, което Барт ще определи като *конотативно ниво* е това, което имплицира идеологическите и реторически механизми на знаците. От гледна точка на *реториката на образа* по-интересният механизъм обаче е този, благодарение на който веднъж разпознатите денотирани обекти се асоциират с едно допълнително значение, вменено от

културно-исторически предпоставки. Барт открива различни конотации в рекламата на Пандзани. Според него, в рамките на френската култура от 60-те години на 20. век, домати и червеният пипер конотират ‘*италианскостта*’. Това означаемо се конотира също и на нивото на цветовете, които преповтарят цветовете на италианското знаме: *бяло* (на пазарската мрежа, сиренето и гъбите), *червено* (чушки, домати и фон на изображението), *зелено* (част от зеленчуците и част от опаковката). Освен това изобразените обекти и тяхното разположение препраща към жанра на натюрморта и следователно още една конотация на ‘*италианскостта*’: артистичност, естетическа ценност.

Разгръщайки идеята за визуална реторика Барт развива и понятието за анкеровка, което се отнася до отношението, в което вербалният и визуалният текст влизат помежду си.

От Барт насетне *реторически* ориентирани изследвания *на образа* се развиват в различни анализи, обединени от *семиотичната си изходна позиция*. През 70<sup>те</sup> и 80<sup>те</sup> години на 20. век, принос в развитието на така осмислената *реторика на образа* представлява работата на Жак Дюран – колега на Барт, който разработва първата изчерпателна, структуралистки фундирана класификация на използваните в рекламата визуални транспозиции на реторическите фигури<sup>25</sup>. Именно с ревизията на тази стратегия в изследването на визуалната комуникация се заемат изследователите от Лиеж.

## **2. 2. Обща реторика [rhétorique generale] и визуална семиотика [semiotique visuelle]. Група μ [Groupe μ]**

Членовете на Групата μ, чието авторство стои зад „Трактат за визуалния знак”, са лингвистът Жан-Мари Клиненберг (Jean-Marie Klinkenberg), биохимикът Франсис Едъолин (Francis Edeline) и специалистът по естетика Филип Менге (Philippe Minguet). Както бе споменато, началото на творческата биография на Групата μ започва в края на 60-те години на миналия век с мащабно изследване, озаглавено „Обща реторика”. Като преименува въведената от Якобсон „поетическата функция на езика” на „реторическа”, Групата μ предлага *йерархия на функциите* на езика, в която **водеща роля се пада на съобщението и на съответстващата му реторическа функция**.<sup>26</sup> Теоретическите последици от такъв ход се изразяват в това, че **реторическата функция на езика се установява като трансцендентна по отношение на**

<sup>25</sup> Durand, J. (1983). Rhetoric and the Advertising Image, tr. by Theo van Leeuwen; In *Australian Journal of Cultural Studies*, Centre for Research in Culture and Communication, Murdoch University, Perth (Western Australia), Vol. 1, N° 2, December 1983, pp. 29–61.

<sup>26</sup> Група μ (1986). *Общая риторика*. Москва: Прогресс, с. 55.



**останалите езикови функции**, а в практически план се открива възможността да се изучават *реторическите проявления* във всички видове *вербална комуникация*, а при използване на семиотичния подход – и в *невербалните комуникативни системи*. Така през втората половина на 70-те години на 20. век, белгийските автори предприемат анализ, прилагайки принципите на общата реторика към поетическия език, а в началото на деветдесетте публикуват **„Трактата за визуалния знак”** – тяхното **трето голямо изследване, чиято цел е конструирането на метаезик, адекватен на визуалните текстове и комуникация.**

Още заглавието „Трактат за визуалния знак. Към реторика на образа” подсказва, че претенцията на текста е да дефинира скритите и явни семиотични нива на визуалността, за да изясни техните модели за реторическо въздействие. Цел на това последно за групата белгийски семиотици изследване е **определянето на йерархичните модели на визуално знакопроизводство и извеждането на общите правила, на чиято основа се разгръщат визуално-реторическите трансформации.** Това определя и структурата на „Трактата”, чиято първа част се концентрира върху фундаментални проблеми на семиотиката на визуалната комуникация, като разработва общите понятия и интерпретивните норми за разбиране на визуалните феномени. Така, след като извежда инструментите за ‘четене’ на визуални текстове, във втората си част, изследването анализира собствено реторическите измерения на визуалните текстове и визуалната комуникация. Именно в тази част „Трактатът” извежда класификация на визуалните еквиваленти на реторическите фигури, които в термините на Групата μ не се мислят като самоцелни ‘упражнения по стил’, а се разглеждат като комуникативни стратегии, реализиращи се в различни исторически и културни контексти.

Лиешките изследователи настояват, че в контекста на семиотичното поле, визуалната семиотика<sup>vi</sup> следва да се мисли като *обща* семиотика, анализираща теоретичните проблеми на знаковия обмен, осъществяван посредством *визуалния канал*.<sup>vii</sup> В този смисъл една от важните цели на „Трактата” е постигането на *синтез* на частните интерпретативни подходи в изучаването на визуалните феномени. Това означава, че съзнателното усилие на „Трактата” е реализирането на нов прочит, който да удържи в единство ключови позиции на иначе разнородни дисциплини като *гецалт психологията, философията на изкуството* и съществуващите вече изследвания по *семиотика на образа*. Интерпретативната раздробеност в сферата на визуалното закономерно води след себе си частната приложимост на всяка една от изброените дисциплини. Именно към частната валидност е отправен упрекът в **методологически провинциализъм** [provincialisme méthodologique]. В противодействие на

методологическа раздробеност на частните подходи към визуалното „Трактатът” формулира *обща* визуална семиотика (*semiotique visuelle*). Нейната първа претенция е, че изведените в рамките на тази система нива на семиотичност претендират за *обща валидност* по отношение на *всички знакови явления в полето на визуалната комуникация* – и тези, продуцирани от живописата, скулптурата или архитектурата, и тези, генерирани в актуалната WWW.<sup>27</sup>

### 2. 3. Визуалната комуникация и проблемът за иконизма

Както е видно още от самото заглавие, за базова категориална опора на „Трактата” се приема визуалният знак, който се противопоставя на лингвистичния знак. Именно дефинирането и анализът на визуалния знак се разбират като основни стъпки при формулирането на **новата реторика на образа** [*rhétorique de l'image*]. Новото в тази програма е, че за разлика от вече съществуващата реториката на образа, визуалната семиотика, конструирана от „Трактата”, има интенцията да е сензитивна по отношение на *визуалния медиум*. Така всъщност логиката на „Трактата” е задвижена от усилието да се отгласне от интерпретативния модел, наложен от *реториката на образа*, формулирана от Парижкия семиотичен кръжок<sup>viii</sup>. Белгийската теория за комуникативните измерения на визуалните образи едновременно произлиза и се отгласва от предхождащата я традиция, защото приема, че макар Барт да е първият, който се заема със задълбочен анализ на образите, посочвайки техните скрити ефекти, френският структуралист е и първият, който свежда реторичното измерение на визуалните съобщения единствено до проблема за иконизма. Без той да бъде подценяван, „лиежките” апелират разбирането за иконизма да бъде ревизирано именно поради факта, че то е частично приложимо.

Тезата на лиежкото трио е, че макар и много семиотици да са се опитвали да генерализират анализа на *Panzani*, той не може да се приеме за общоприложим в рамките на визуалната семиотика. В този смисъл, Групата μ се противопоставя не само на легитимността на редуцирането на анализите на визуалните знаци до тяхното иконично измерение. Оспорвайки универсалността на иконизма, лиежките автори всъщност оспорват цялостния модел на транслингвистиката<sup>ix</sup>, предложен от Ролан Барт, а именно – мисленето на семиотиката като част от една обземаща всяка знаковост транслингвистика, дисциплина, поставяща вербалността в центъра на социалната комуникация.<sup>28</sup> ...+!!! пункта на Барт<sup>29</sup>

<sup>27</sup> Gruppo μ (2007). *Trattato del segno visivo. Per una retorica dell'immagine*, Roma: Mondadori Bruno.

<sup>28</sup> Migliore, T. (2007). Introduzione; In: Gruppo μ “*Trattato del segno visivo. Per una retorica dell'immagine*”, Roma: Mondadori Bruno, p. ix.

Осъществената в „Трактата” критика на иконизма няма за цел крайното му отхвърляне като обяснителен модел, в рамките на визуалната семиотика. Белгийските семиотици всъщност твърдят, че макар иконизмът да заема изключително важна част от теорията на визуалната семиотика и визуалната реторика, той няма потенциала да изчерпи всички ефекти от визуалната комуникация. Друг артикулиран от тях предразсъдък на теорията на иконизма е високият кредит на доверие, гласуван на категорията репрезентация и свързаното с нея схващане за мотивираността на иконичния знак. Според авторите от Групата μ този факт, на свой ред, възпрепятства конструирането на визуалната реторика. В резултат на предпоставянето на репрезентацията, на образа по презумция се налага изискването да репрезентира божествения свят, светът на природата или този на идеите. Това предпоставяне на репрезентацията като основа на визуалната комуникация тенденциозно отклонява вниманието от осъществяваните на основата на визуалните образи *трансформации*. *Наподобяването* на природата (подобно на наподобяването на природата, което е мисия на математиката) измества проблема за *трансформирането*. С тези аргументи лиежките семиотици прибягват до интегрирането на една ревизирана теория на иконизма, в рамките на предложената (нова) *обща визуална семиотика и реторика на образа*.

Авторите от Групата μ приемат, че в резултат на безпроблемното допускане на теорията за иконизма, пластичните параметри на знаковостта задълго остават в сянката на изследователския интерес. Отказът от иконичната теория кара лиежкия екип да предприеме изследване на визуалното възприятие. Този ход дава поглед към процеса на визуална комуникация, съобразен с особеностите, наложени от самия *визуален канал*. Следвайки феноменологичните схващания на Мерло-Понти, белгийските семиотици приемат, че **визуалната комуникация е основана в дорефлексивния опит на връзката между човек и свят, а перцептивните основания на визуалната семиотична система се коренят именно в спецификите на визуалното възприятие**. На тази основа лиежките структуралисти извеждат дефинициите на базовите за визуалната семиотика понятия като *поле, граница, линия, цвят, форма, фигура* и *беграунд*.<sup>30</sup>

На основата тези изходни позиции се формулира централната и провокативна отправна теза на лиежката визуална семиотика, а именно: **„визуален знак” не съществува**.

---

<sup>29</sup> I Migliore, T. (2007). Introduzione; In: Gruppo μ “*Trattato del segno visivo. Per una retorica dell'immagine*”, Roma: Mondadori Bruno, p. ix.

<sup>30</sup> Sonesson, G. (1996). An essay concerning images. From rhetoric to semiotics by way of ecological physics. Review of Groupe μ, *Traité du signe visuel. Pour une rhétorique de l'image*. In: *Semiotica* 109-1/2, March 1996, p. 45.

Съгласно една не толкова крайна версия на твърдението всъщност се приема, че **няма само един визуален знак**, т.к. един задълбочен семиотичен анализ показва съществуването на поне **два вида визуални знаци**.<sup>31</sup> Така, в изясняването на природата на визуалните знаци, подобно на школата на Греймас, Групата ѝ тръгва от структурната за полето на визуалното опозиция между иконичен и пластичен знак.<sup>x</sup> Чрез въвеждането на тази опозиция се обособяват двете независими нива на визуалното означаване, а в терминологичния апарат на „Трактата” категорията „визуален знак” се заменя от *опозицията* между двата вида визуални знаци, предавани чрез различните визуални канали.

Следва да се обърне внимание, че предложението на екипа от Лиеж е двата вида знаци да се мислят като теоретични модели, а не като емпирични обекти. Иначе казано: за разлика от термините образ или изображение (‘image’ или ‘picture’) категорията *визуален* (пластичен или иконичен) *знак* не се използва в ежедневието, т.е. в естествения език. Съгласно лиежката теория за визуалното знаково производство, пластичното знакопроизводство не е иконично, а се осъществява по модела на индекса или символа. Определящо за иконичния знак пък е означаващото, чиито пространствени характеристики, съгласно дефиницията на „Трактата” следва да са съизмерими с тези на референта. С тези изходни разбирания Групата ѝ предприема анализ на различни картини, филми, покривки, карикатури, скулптури, инсталации, рекламни съобщения, карти на метрото и ориенталски килими – еднакво релевантни по отношение на визуалната комуникация феномени. В „Трактата” визуалната реториката е разгледана както и в продуктивния ѝ аспект, отнасящ се до техниките на организиране на визуалния дискурс, така и в нейния перцептивен аспект, засягащ диалектиката между *степената на възприемане* и *нивото на осъзнаване*.

## **2. 4. Мръсна дума ли е иконизмът или колко чист е чистият език?**

### **Или защо е нужна теорията на пластичния знак?**

Както бе загатнато, теорията за визуалните знаци, предложена от Лиежката школа, се разгръща посредством експлицитна критика на иконизма. Става дума за това, че от Пърс насетне, в рамките на семиотиката и лингвистиката иконичният знак се приема за даденост. Според белгийските изследователи обаче, макар и да е една от най-често обсъжданите категории в рамките на визуалната семиотика, иконизмът далеч не следва да се предпоставя като безпроблемно понятие. Както бе изтъкнато, „Трактатът” разгръща критиката си на иконизма с отказ да постави знак за равенство между визуалния знак и традиционното

---

<sup>31</sup> Gruppo џ (2007). *Trattato del segno visivo. Per una retorica dell'immagine*. Roma: Mondadori Bruno, p. 25.

понятие за иконичен знак. Отказът от тъждеството **иконичен**  $\equiv$  **визуален** знак е мотивирано от наблюдението, че съществуват такива визуални феномени, които демонстрират, че визуалната комуникация всъщност е възможна дори и без да е свързана с иконата. На основата на това наблюдение авторите на „Трактата” формулират заключението, че съществуват знаци, които макар и да са визуални, не могат да се определят и като иконични. В потвърждение на това твърдение те ще приложат аргумента, че споровете за абстрактното изкуство гравитират именно около статута на необичайни обекти, които се определят като знаци, но на които се отрича възможността за значение.<sup>32</sup>

Отказът от референциалния уют на иконизма води лиежката теория на знака към обиколни пътища при изясняването на механизмите на визуалния език. Специфичното в случая е, че към проблематиката за иконизма се подхожда именно откъм специфичния визуален медиум. Именно *визуалният медиум* се приема за първичен по отношение на визуалната комуникация в сравнение със самия визуален знак. С други думи, иновативната идея на групата от Лиеж е, че *не тъждеството визуален  $\equiv$  иконичен знак е първично за визуалната комуникация отношение*, а точно обратно – *визуалният канал е средство за предаване на различни значения*, като в това число попадат също и иконичните знаци.<sup>33</sup> Стъпвайки на този фундамент, Групата  $\mu$  предлага своя версия на теорията за визуалния иконизъм, мислен откъм примата на визуалния канал.

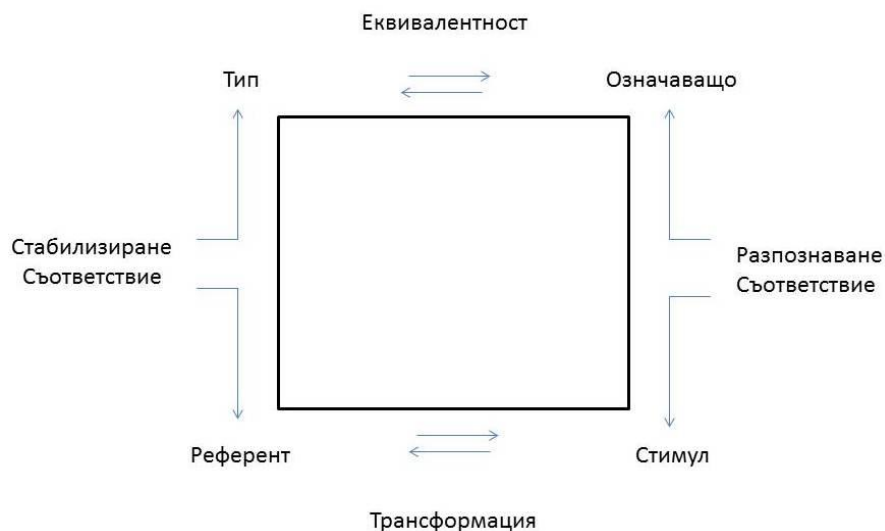
Ревизираната теория за иконичния знак се извежда чрез ревизия на отношението между *знаковата форма* и *знаковото съдържание*. Следва да се уточни, че съгласно въведеното от Еко разграничение между различните видове структурализъм, изследователите от Лиеж следва да се определят като методологически структуралисти. Макар и да не губи вяра в една своеобразна „реалистка” феноменология и да споделя идеята за обективност, целта на „Трактата” е преди всичко да изясни статуса на знаците във всекидневието; да определи какви са стимулите, произтичащи от наблюдаваните визуални факти и какви са „първичните” отговори на наблюдаващите ги индивиди. Важна част от теоретичните въпроси, отнесени до тълкуването на иконичния знак при Групата  $\mu$ , са изводими от идеите на Нелсън Гудман, който разглежда иконичните знаци именно като *реконструкция*, а не като *копии* на фактите в света.<sup>34</sup> Следвайки подобна стратегия към семантичния триъгълник, основан на пърсианското

<sup>32</sup> Gruppo  $\mu$  (2007). *Trattato del segno visivo. Per una retorica dell'immagine*. Roma: Mondadori Bruno, p. 3.

<sup>33</sup> Gruppo  $\mu$  (2007). *Trattato del segno visivo. Per una retorica dell'immagine*. Roma: Mondadori Bruno, p. 3.

<sup>34</sup> Marchetti, L. (2006). *Arte ed estetica in Nelson Goodman*, Palermo: Centro internazionale studi di estetica, Aesthetica Preprint, p. 70.

схващане за *подобие* (следователно от закотвянето на знака към един външен нему референт), „Трактатът” добавя хипотезата, че съществува и един референт, който обаче се конципира като външен за знаковата система. Този втори, интегриран в знака референт, взаимодейства с означаващото по отношение на трансформацията. За да изясни тази концепция за иконичния знак, в края на „Трактата” Клиненберг представя *тетрадичен модел*, в рамките на който е добавен нов елемент – този на стимула.



Структура на иконичния знак (Жан-Мари Клиненберг)

В рамките на семиотичния квадрат договореността между стимула и референта, възприеман като член на класа, изравнява знака (поне що се отнася до неговите епистемологични характеристики) с един ред, който лиежкият структуралист определя като онтологичен. Тетрадичният модел, предложен от Клиненберг, дава както *основания* (елементи), така и напълно семиотизирани културно-осмислени процеси. *Референтът* представлява актуализация на означаемото в пакетажа на един *обект*, на *едно качество* или на един *процес*. В рамките на семиотичния квадрат стимулът се явява активната подкрепа на знака, неговото физическо измерение или още перцепт. *Референтът* и *стимулът* са тези елементи от семиотичния квадрат, които предполагат присъствието на интерпретативни творчески филтри. Ако *означаващото* се разбира като *единство на визуални стимули*, кореспондиращи на един стабилен *иконичен тип* се настоява, че типът е продукт на човешкия *опит* и *енциклопедичните познания* на интерпретиращия. Типът е този, който гарантира еквивалентност между стимула и референта, която еквивалентност е по вида си *трансформация*.

Тази стъпка води след себе си необходимостта от формулирането на втора, допълваща теория за визуалното означаване, която да анализира пластичния знак – ход, който на свой ред води до конструирането на цялостна *система* на пластичните форми, която обаче е тема на друго, самостоятелно изследване.

## 2.5. Критика или критики на иконизма

В стратегията на „Трактата” иконизмът всъщност е обект на двойна критика. На първо място, екипът от Лиеж осъществява методологическа критика на иконизма, която се отнася собствено до проблемите на визуалното знаково производство. Заедно с това обаче е проведена и една херменевтична критика, която се отнася до и културно-историческите основания на иконичната теория. Тази втората критика не е толкова методологическа, колкото епистемологическа. Ако методологическата критика има отношение към теоретичните постановки, свързани с понятието за иконизъм, то имплицитната критика на страниците на „Трактата” се поставя в отношение с лингвистичния империализъм, белязал мисленето и възприятието на Запада. В контекста на тази втора критика, скриването–затъмняване на пластичния знак се обяснява с два културно детерминирани фактора. Закъсняването на теорията за пластичния знак е предпоставено от когнитивните модели, наложени от теориите за езика и знака и от конкретни социални измерения в западноевропейската култура.

*Причината, поради която пластичният знак задълго остава скрит от изследователските погледи, се крие в обстоятелството, че семиотичните анализи на визуалните образи се конституират именно под знака на иконично доминираната семиотика. Различните западни теории за образа подценяват пластичния знак, и макар да теоретизират различни негови измерения, не му отреждат автономния статут, на който настоява лиежкият екип. Скриването на пластичността има своя културно-исторически генезис, който „Трактатът” открива по линия на установеният в Европейската домодерна култура *канон на изкуствата*, дефинитивен за западните общества. От Платон и Аристотел, та чак до различните модерни естетики, социо-културна легитимност на визуалните изкуства ги обосновава като занятия. Мислени по този начин, те се явяват дейности, сродни с тези на работника или занаятчията и следователно поставени достатъчно далеч от йерархично превъзходящото ги поетическо изкуство. Регламентите, наложени от *канона на изкуствата*,<sup>xi</sup> са социалният факт, който според белгийските семиотици предопределя занаятите като обект, недостоен за изследователски занимания. Формираната в следствие на тази йерархия на*

изкуствата нагласа довежда до закъснението на теорията за визуалната комуникация по отношение на лингвистиката.<sup>35</sup>

През 19. век се еманципира естетическия дискурс, чиято явна програма легитимира визуалните изкуства чрез сакрализирането на шедьоврите, конкретни, смислово натоварени, свръхценни визуални творби. Според авторите на „Трактата”, макар да разглежда проблемите за смисъла на естетическите визуални артефакти, философията на изкуството също отдава предпочитания на проблемите на иконичния знак. Така, от една страна, естетиката се разгръща като цялостен наратив, третиращ визуалността и заедно с това си присвоява правото да се произнася експертно по отношение на визуалния знак, тълкуван преднамерено като носител на естетически ценности. Като основен недостатък на естетическия дискурс се отчита маргинализирането на проблемите за „материалните” съставни единици на визуалната комуникация или казано иначе – пластичният знак. Съгласно концепцията на „Трактата” фундирането на естетическия дискурс върху проблематичната категория на иконичния знак прави така, че скритата програма на естетическия дискурс привилегирова репрезентацията.<sup>36</sup>

На свой ред, за сосюриански формиралата се лингвистика, семиотичната природа на репрезентацията изглежда методологически далеч по-ясна от начините, по които тя се проявява. Според белгийските автори именно натрапчивата семиотична очевидност на репрезентацията предполага пристрастието на лингвистичните и семиотични изследванията по отношение на иконичното измерение на визуалните знаци. Иконичните пристрастия на лингвисти и семиотици на свой ред лишават от ценност семиотична значимост на другия вид елементи на визуалната комуникация, задълго определяни като вторични, „материални” или „субстанциални” характеристики на иконичния знак.<sup>37</sup> Наложено от тази логика следствие е, че пластичният знак никога не се приема за кодиран извън конкретно, частно изказване. Обръщайки се към късните лингвистични и семиотични изследвания от втората половина на 20. век, авторите от Групата μ ще открият методологическа възможност за „откриването” на пластичния знак. Този пробив се търси в тезата на социолингвистиката, която прави видим факта, че структурирани са не само *езиковите форми*, но и техните *социални употреби*, а последните, на свой ред, в обичайния случай са изключени от общото описание и се улавят най-вече в инвариантите.

---

<sup>35</sup> Gruppo μ (2007). *Trattato del segno visivo. Per una retorica dell'immagine*. Roma: Bruno Mondadori.

<sup>36</sup> Gruppo μ (2007). *Trattato del segno visivo. Per una retorica dell'immagine*. Roma: Bruno Mondadori.

<sup>37</sup> Gruppo μ (2007). *Trattato del segno visivo. Per una retorica dell'immagine*. Roma: Bruno Mondadori, p. 45.



Според авторите на „Трактата” именно с посочените исторически и теоретични предпоставки се обяснява факта, че дори в края на 20. век значителен брой изследвания продължават да предпоставят подчинената позиция на пластичния спрямо иконичния знак. Противно на това схващане, изследователите от Групата  $\mu$  настояват на автономността на двата класа знаци. Подобно изискване, на първо място, налага разбирането, че всеки от тях свързва един *план на съдържанието* с един *план на израза*. Постулиран по този начин, проблемът води до тезата, че отношенията между тези два плана при иконичните и пластичните знаци е винаги оригиналната.<sup>38</sup> В контекста на тази критика „Трактатът” дефинира *визуалния език* като **система от всички видове визуални знаци и възможните знакови отношения**, в които те влизат помежду си. В този смисъл, доколкото визуалната семиотика на лиежкия екип разграничава визуалния от лингвистичния знак, визуалният език следва да се мисли като различен от лингвистичния. На основата на тази дистинкция Групата  $\mu$  подхожда към изследване *нормите* на знаково производство (визуалната семиотика) и механизмите за *отклонение* от тези норми (визуалната реторика).

Ако *визуалният знак* е теоретичен конструкт на визуалната семиотика, обобщаващ фундаменталната опозиция иконичен–пластичен знак, то *визуалното изказване* (образът) е категорията, използвана от белгийските семиотици, за да се обозначи актуалната визуална комуникация. В тази логика *визуалното изказване* се мисли като съвкупност от различни (иконични и пластични) визуални означаващи, композиращи в крайна сметка един *визуален текст*<sup>xiii</sup>. Като актуална практика на визуалната комуникация, визуалният образ задава синтагматичното ниво на визуалния език. На основата на това уточнение може да се приеме, че „Трактатът” продължава логиката на Сосюр, който в „Курс по обща лингвистика”, предвижда семиотиката като тази по-обща от лингвистиката дисциплина, която следва да изясни отношенията между нелингвистичните знаци. Противоположната стратегия е тази на Барт, който третирайки проблема за *реториката на образа* в действителност застъпва един лингвистичен по рода си редуционализъм (и дори *империализъм*)<sup>39</sup>, т.к. съгласно принципите на транслингвистиката интегрира семиотичните изследвания в по-голямото цяло лингвистиката.

<sup>38</sup> Gruppo  $\mu$  (2007). *Trattato del segno visivo. Per una retorica dell'immagine*. Roma: Bruno Mondadori, p. 59.

<sup>39</sup> Amadò, M. (2007). *Existe-t-il des signes visuels?» Rivisitazione del Traité du signe visuel del Groupe  $\mu$* ; In: *Analisi Linguistica e Letteraria* (1/2007), Rivista della Facoltà di Lingue e Letterature straniere dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, Pubblicazione semestrale.

Изложената на страниците на „Трактата” критика на иконичния знак цели делегитимирането на иконичната нагласа в интерпретацията на визуалните феномени, очертавайки по този начин перспектива за задълбочено изследване на структурираността на нивото на пластичния знак. Това е и основната разлика на стратегията на Групата  $\mu$ , от предходните анализи на визуалното означаване, които извършват своего рода *bricolage*, анализирайки проблематиката на визуалната комуникация със „случайните средства” на теорията за иконизма.<sup>xiii</sup> Макар репрезентационистката парадигма да се приема за единствена при интерпретацията на визуалния знак, изследователите от Групата  $\mu$  твърдят, че в действителност начините, по които наблюдаващият се отнася към визуалния феномен, всъщност са два. Според тях един визуален феномен може да бъде разглеждан просто като *физическо явление* или да бъде възприеман като *репрезентация*. Примерът на групата от Лиеж е следният: на един и същи кръг ние можем да гледаме и като „кръг” и като „изображение на кръг”<sup>xiv</sup>. Тази разлика всъщност е фундаментална за мисленето на визуалната комуникация, т.к. на свой ред означава, че именно вербалната и перформативна активност предпоставят конкретна (логоцентрична) гледна точка към изследваните от нас визуални феномени, вменияйки един ‘иманентен’ иконизъм при изследването на визуалното, и заедно с това обричайки на неуспех опитите за еманципиране на **пластичния знак**.

## 2. 6. Теория за пластичния знак

Тръгвайки от психологическите основи на зрителното възприятие, „Трактатът” показва как смисълът се инвестира постепенно във визуалните обекти, като предложения семиотичен анализ показва спецификите на иконичните и пластичните знаци във визуалната комуникация. Така, за важна отлика между двете нива на визуално означаване се дефинира фактът, че основна характеристика на иконичните знаци е способността им да се реферират към обекти в света. Белгийските автори настояват, че една теория за визуалната репрезентация, неограничена до фигуртивността на образа, се нуждае от прецизна теория на пластичния знак, т.е. от рамка за интерпретация на семиотичната структура на пластичното.<sup>40</sup>

Съгласно теорията на визуалния знак пластичните знаци функционират, продуцирайки смисъл на три нива: това на *цвета*; това на *текстурата* (консистенцията) и това на *формата*. На тяхна основа „Трактатът” отграничава **три различни знакови системи**, които функционират **на пластичното ниво** на визуалната комуникация. Това са знаковата

---

<sup>40</sup> Gruppo  $\mu$  (2007). *Trattato del segno visivo. Per una retorica dell'immagine*”, Roma: Mondadori Bruno, p. 86.

*система на формите* [système de la forme], знаковата *система на цветовете* [système de la couleur] и знаковата *система на текстурите* [système de la texture]. Всяка от посочените три системи се детерминира от собствени базови фактори, наречени респективно: *формеми, текстуремии и колоремии*. *Формемите, текстуремите и колоремите* се приемат за минимални означаващи единици в рамките на конкретните пластични знакови системи.

Текстурата на един образ представлява характеристика на повърхността на образа, негова микротопология, конструирана чрез повторение на елементи. В този смисъл текстурата е това ниво на пластичния знак, което ‘извиква’ третото измерение.<sup>41</sup> Изведените *текстуремии*, констриуращи пластичното ниво на визуалната комуникация, са две: текстурални елементи и текстурални повторения. Вторият компонент на пластичния знак е цветът. За минималните елементи за организация на цветовата система са посочени трите *колоремии*: *доминация, яркост и наситеност*. Трите *формемии*, конститутивни за знаковата система на формите на свой ред са: *ориентация, позиция и размер*, като на тяхна основа се определят семантичните оси, внушаващи идеите за *отблъскване, доминиране и баланс*.

Синтактичната организация на визуалния език се формира на основата на изведените *три знакови системи на пластичния знак*, като така се създава еристичния компонент на смисъла във визуалната комуникация. Пластичният знак е такова семиотично единство, което обединява трите компонента: **форма, цвят и текстура** в *пластичен синтез*, на основата на който се извежда неговата семантика. Интергирането на компонентите на цвета, на формата и на текстурата позволява формиране на сигнификативни опозиции, като например, означаемите на цвета се свържат с означаемите на текстурата. Именно чрез тази теория за пластичния знак лиежката структуралистка *визуална реторика* държи сметка както за *продуктивната*, така и за *перцептивната* фаза на **визуалната комуникация**. В първия случай тя се отнася до техниките за организиране на визуалния дискурс, а във втория – третира вариативността на диалектиката между степента на възприеманото [*degré perçu*] и тази осъзнаваното [*degré conçu*].<sup>42</sup>

Като делигитимира схващането, че фигуративното е норма, а пластичното – отклонение от нормата на визуалната комуникация, „Трактатът” настоява на *единството* между *двата езика*. От този момент истинският проект на художника, дизайнера или режисьора вече не се възприема като нещо адекватно на реалността, а като една възможна селекция на това, което

<sup>41</sup>Gruppo μ (2007). *Trattato del segno visivo. Per una retorica dell'immagine*”, Roma: Mondadori Bruno, p. 98.

<sup>42</sup>Migliore, T. (2007). Introduzione; In: Gruppo μ, *Trattato del segno visivo. Per una retorica dell'immagine*, Roma: Mondadori Bruno, p. xv.

се възприема. С това настояване Групата ѝ подчертава интерактивността и взаимодействията между знаковото производство и знаковото възприемане, мислени като две равноправни страни в процеса на визуалната комуникация. За тази цел е важно да се знае какви са проявите на природния свят, но също и какви са промените, които произтичат от възприетото по време на процедурите по конструиране на реториката на образа. Освен категориите на съответствие, стабилизиране и идентификация, на основата на опозицията *стимул–референт*, се разкриват случаите на трансформация (модалности на знаковото производство в трактата на Еко и в частност *ratio diffitilis* в процеса на инвенция)<sup>43</sup>

Важен в случая остава въпросът, дали пластичните опозиции са частично валидни или се отнасят до универсални системи, т.е. дали пластичното може да гарантира едно автономно означаване на абстрактното ниво на видимото. В крайна сметка *пластичната семантика* почива на *афективни ценности* и на *физически* или *психически диспозиции*. Афективните ценности са културно и социално формирани и се поддържат в контекста на жизненосветовния опит. Физическите и психически диспозиции се отбелязват чрез триизмерността, тактилността, експресивността на текстурата и топлинната мощ на съставния цвят. По отношение на формата, екипът въвежда топологичните двойки *високо–ниско*, *ляво–дясно*, *отпред–отзад*, като ги отнася към понятия, свързани с възприятията и социалните употреби на пространството. Структурните системи от изброените напрежения изграждат артикулациите на нивото на формата. *Отблъскването* контролира отношенията между фигурата и фона, на който тя се откроява. *Надмощието* (силно или слабо) дава смисъл на контрастите в размера. *Ориентацията* конструира полето на равновесието и се детерминира от силата на гравитацията. *Фокусният център* е ‘геометрично място на възприятието’ = скала на наблюдение, точката, от която се разглежда обектът. Както позицията, така и размерът включват сетивните характеристики на интерпретатора като семантични коефициенти.

Лиежкият екип ще отбележи, че пластичните подсистеми на формата, цветът и текстурата са богати на относително прости *изразни форми* като *линията*, *накъсаността*, *вертикалността*, *плътността* и т.н. Връзката, която предполагаемо свързва тези форми с някакво съдържание, е крехка и неясна и в голяма степен зависи от контекста и това, което Умберто Еко определя като *ratio difficilis*. Нестабилността на тази връзка обаче по никакъв начин не изключва възможността определен културен дискурс да си присвои произволен

---

<sup>43</sup> Migliore, T. (2007). Introduzione; In: Gruppo ѝ, *Trattato del segno visivo. Per una retorica dell'immagine*, Roma: Mondadori Bruno, p. xx.

сегмент от *плана на израза* и да свърже с него точно определена форма (като напр. червено vs охра, права линия vs прекъсната), до такава степен, че тези форми по смисъла на Йелмслев да се превърнат в налагащи се, устойчиви, лесно разпознаваеми форми, както те се определят от гещалт психологията.

Съгласно принципа за паралелността на *плана на израза* и *плана на съдържанието*, тези форми могат много добре да се свържат с една също така устойчива семантика. Така кръгът, квадратът, червеното, черното ще провокират семантични интерпретации, които често са по-богати от други, по-малко устойчиви цялости, каквито са прекъсната линия, охра и т.н. Изследователите от Групата μ обръщат внимание на факта, че природата на тази последователност не е иконична, а произтича изключително от културните дискурси – религиозен, митологичен, научен – които предметяват споменатите форми за човешкия поглед до такава степен, че поддържат нещо, което може да се определи като иконична илюзия. По този начин предложената в „Трактата” теория на визуалното държи сметка и за опита на наблюдателя, т.к. граматиката на визуалната система се моделира върху феноменологични предпоставки, като без от това да следва, че степента на разбиране произтича от съзнателната, автономна и субективна интерпретация на наблюдателя.

### Обобщение

Втората половина на 20. век е белязана от опити за конструиране семиотика на визуалната комуникация, голяма част от които остават доминирани от лингвистични подходи. Лингвистично ориентирани автори се опитват да сведат визуалните знакови системи до моделите, развити в лингвистиката, разглеждайки визуалния знак по аналогия с лингвистичния такъв. Най-значимият белег на нелингвистичните подходи към визуалната комуникация е по-прецизното диференциране на лингвистичните и визуални знакови системи. За тази цел при осмислянето на *визуалните знакови системи* се въвежда понятието *визуален знак*, а най-радикалните изследователи, използващи нелингвистични подходи към визуалните факти отричат съществуването на визуалния знак, заменяйки тази категория със структуропределящата за визуалната комуникация опозиция иконичен – пластичен знак. Именно в осъщественото през 80<sup>те</sup> и 90<sup>те</sup> години на миналия век прецизиране на семиотичните изследвания, по отношение на визуалната комуникация се четат ефектите на *епистемологичния визуален обрат* в хуманитаристиката и социалните науки.

В рамките на тези тенденции в семиотичните изследвания, „Трактатът за визуалния знак” на Група μ извежда обща *визуална семиотика*, подчинена на логиката на визуалния канал – т.е. използваната във визуалната комуникация визуалната медия. Лиежката теория на визуалната комуникация е понятийно и идейно свързана със своите предшественици от Парижкия семиотичен кръг, т.к. прави опит критически да се дистанцира от фундаментални за парижката семиотика предпоставки, като разглеждането на визуалната знакова продукция през призмата на теорията за изконизма. Важни стъпки в тази посока са отказът от тъждеството иконичен ≡ визуален знак и въвеждането на опозицията иконичен – пластичен визуален знак. Така иновативното в семиотичният модел на Лиежкия екип се състои във възможността пластичното измерение на визуалните знаци да бъде концептуализирано съгласно тяхната автономна знаковост.

Епистемологичната претенция на *нова визуална семиотика* е да преодолее ‘парцелирането’ на знанието, наложено с дисциплинарното обособяване на ‘частни’ науки като психологията на възприятието и естетиката. С въвеждането на понятията за *формема/хромема/текстурема* като семиотични структури, *семиотиката на пластичния знак* предлага кохерентна терминология за осмисляне на комуникативната значимост на визуалната композиция, без значение дали на анализ подлежи произведение на визуалното изкуство, рекламата, ориенталски килими, медитативни изображения, различни декорации, части от интериорния дизайн, архитектурни артефакти и всякакви визуални елементи, които ни заобикалят в ежедневието. Теорията на пластичния знак всъщност предлага модел за разбиране на механизмите, съгласно които формите, цветовете и текстурите пренасят смисли и предизвикват асоциации, като с това дава възможност да се поставят конкретни проблеми, отнасящи се до дигиталното производство и репродукция на образите, аналоговата и цифровата телевизия, атом и бит.

На втори план обаче теорията за пластичния знак следва да се възприема от гледна точка на приноса ѝ по отношение на общата *семиотика на културата*. В предложеният нов прочит на централни философски и културологични проблеми, каквито са проблемите за *природата на знака* и начините, по които различните видове знаци функционират в обществото, белгийските семиотици всъщност очертават полето на *изследванията на визуалната реторика*. Разгледан в тази перспектива „Трактатът” открива терен за антропологическо приближение към актуалността на неореториката. Антропологичните измерения на ново експанзираното изследователско поле, се отнасят до факта, че

предложените от Групата от Лиеж модели за анализи на визуалната комуникация откриват възможност за изследване на визуални феномени, възприемани и интерпретирани в конкретна култура, в рамките на действителна заобикаляща среда, от конкретни социални групи.

---

<sup>i</sup> В тази връзка е редно да се припомни, че освен реинтеграцията на реториката в полето на лингвистичните и семиотични изследвания, през 20. век се развива и втори аспект на реторическия ренесанс, изразен във формирането на теорията на аргументацията, от прагматизма на Остин, Сърл, от изследванията на Тулмин и Перелман и Олбрехт-Титека. Съвременната реторика, мислена в парадигмата на теория на аргументацията, също оказва конститутивно влияние на теорията на визуалната реторика, катализирайки Северноамериканския дебат за визуалния аргумент. По темата виж: Голешевска, Н. – *Visual Studies*. Визуална реторика. Визуална аргументация. Прагматизъм и реторическа критика в изследванията на визуалната култура, В: Годишник Докторантски изследвания по социални и хуманитарни науки, УИ Св. Климент Охридски, 2010, с.198 – 241. Фокусът на настоящата студия обаче попада върху алтернативния, европейски и още по-точно франкофонски проект за визуална реторика

<sup>ii</sup> Този език следва да се разработи, чрез обединяване на „формалните инструменти, един идеален език, чиито изречения могат да бъдат ясни, с определени стойности по истинност и доказуемо свободни от метафизични импликации. Основната задача на идеалния език е философската сигурност на основанията на науката, тъй като твърденията на учените ще бъдат изразими (макар и не по необходимост актуално изразени) в рамките на този идеален (референциален) език.” (Грайс, „Логика и разговор”) Важно е да бъде посочено, че чистият език е убеждението, което движи европейската наука през миналия век. Този универсален, лишен от метафизически съждения език, следва да позволи универсалната преводимост на езиците на точните науки, т.к. следва да се основе на точна референция между обектите на точните науки и фактичността, която те описват. Става дума за това, че философският проект за идеален, чист език на науката твърди, че езикът на биологията може да бъде преведен на този на химията, който от своя страна може да се преведе на този на физиката, който на свой ред е преводим на този на математиката, която в крайна сметка следва да бъде транскрибирана чрез езика на логиката. Изменението в курса е изключително осезаемо в концепцията на Витгенщайн по отношение на *границите на езика* и въведената *концепция за езикови игри.*, базирани, но и зависими от конкретни фактически положения в рамките на света.

<sup>iii</sup> Може би тук е мястото да се направи опит за дистинкция между двата белгийски проекта за „Нова реторика”. При все че сравнителният анализ между двете течения е въпрос на самостоятелно изследване, тук може да се изкаже предположението, че обединяващият двата белгийски проекта принцип може да бъде търсен именно по линия на тяхната интенция за еманципация на реториката, било по отношение на традицията на Фреге и формалната логика, било по отношение на традицията на една лингвистично доминирана стилистика.

<sup>iv</sup> За да обяснят как се реализира трансформацията на *нулевата степен*, авторите използват въведените още от Квинтилиан преобразувания, известни под названието *qua-dri-partita ratio* и представляващи всички мислими операции над обекта (*adjectio* – прибавяне на нещо към нещо, *detractio* – отнемане на нещо от нещо, *immutatio* – заместване на обекта с тъждествен, *transmutatio* – пълно преобразуване на обекта). Конкретната метабола се поражда в резултат на прилагането на една или няколко такива операции. Така всъщност, в конкретната теория, класическото реторическо понятие за „фигура” принципно се припокрива с понятието за метабола. Тези основни концепции в теорията на Групата μ следват не толкова от класическата антична реторическа традиция на Квинтилиан, но и от френското наследство. В частност, понятието „метаплазми”, например, е въведено в реториката от А. Барон (Baron A. *De la rhétorique ou de la composition oratoire et littéraire*. Bruxelles, 1853).

<sup>v</sup> Жан-Мари Флош (Jean-Marie Floch) е френски семиотик и рекламист, който се занимава със семиотико-текстуални анализи на рекламната комуникация и прилагайки семиотичния квадрат на Греймас към феномените на рекламата. На основата на изведената от Флош визуална семиотика, отнесена към визуалния език на рекламата, се дефинират четири начина да се прави реклама от страна на фирмите: референциална (свързана с действителността), косвена (която използва стратегиите на парадокса и иронията и се противопоставя на общото мнение), митична (която инвестира в продукта като обект на желание) и субстанциална (основана на империализма на продукта). Floch, Jean-Marie, *Identità visive*, Milano, Franco Angeli, 1997

<sup>vi</sup> В главата „Някои пояснения: Рекламата” на „Отсъстващата структура” Умберто Еко изброява следните нива на визуалната комуникация: а) иконично ниво; б) ниво на иконограмите; в) ниво на тропите; г) ниво на общите места (topoi); д) ниво на визуалните ентимеми. Според Еко иконограмите предизвикват появата на тоталност от общи места в човешкото съзнание и конотират тоталност от ентимеми.

<sup>vii</sup> Важно е да се изтъкне, че зад това настояване на лиежкия екип се опира на предложената от Еко класификация на семиотиките, според която те могат да бъдат *общи, частни и приложни*. Класификацията на Еко цели овладяване на семиотичното поле, осъществено съобразно вариращото съотношение между две величини: *степен на абстрактност на теоретичните принципи* и *степен на конкретност на изследвания предмет*. В този смисъл общата семиотика представлява неустановим на полето на семиотиката обект. Цел на общата семиотика е отговорът на въпроса дали съществува единна система от правила, единен подход, способен да обхване всички знакови явления, наблюдаеми в семиотичното поле. Разгледана в тази перспектива общата семиотика претендира за статут на философска дисциплина. Вж. Еко, У. „Семиотика и Философия на езика”, а също и Знеполски, Ив. „Проблемът за класификацията на семиотиките”; В: „Годишник на СУ „Св. Климент Охридски”, Център по културознание, Т. 86, 1992. Именно на тази претенция следва да се обърне внимание при изясняването на статута на визуалната семиотика като обща семиотика.

<sup>viii</sup> *Парижкият семиотичен кръжок* е създаден година след събитията от 1968 г. и се свързва с имената на Ролан Барт, Клод Леви-Строс, Емил Бенвенист, Алгирдас Греймас, Юлия Кръстева, Цветан Тодоров и др. Парижката семиотична школа първоначално се представя като място на среща между структурната антропология и сосюрианската семиотика. Редица изследователи обръщат внимание на факта, че Парижкият кръжок следва да се възприема именно като парижки и много по-малко като френски, т.к. именно Париж е мястото, където голям брой европейски изследователи се срещат, за да осъществят разнопосочните си изследвания. На основата на структуралния метод се осъществява анализ на дълбинната структурирана логика на културни продукти и практики. За структуралистите всичко, от племенните структури родство (Леви-Строс 1977 г.) до модата и рекламата (Барт 1972 г.; 1983 г.) може да бъде подложено на структурален анализ. По темата виж: François Dosse - *History of structuralism: The sign sets, 1967 - present*, T.2., tr. Deborah Glassman, University of Minnesota Press, 1997.

<sup>ix</sup> Следва да се уточни, че прагматичните следствия от избора на лингвистичен или нелингвистичен подход при анализа на визуалните феномени далеч надминава границите на семплия софистициран теоретичен проблем. Именно от избора на метод за визуалните изследвания зависи тяхната ефективност – факт, който се отразява на свой ред върху дисциплинарните полета на различните науки за комуникацията. По темата: Amadò, M. (2007) *L'ambiguo statuto del fatto visivo: sistema di segni o sistema segnico?*, In: *Journal of the Swiss Association of Communication and Media Research*, Volume 7, No 2, 2007, University of Lugano, Faculty of Communication Sciences, p. 130.

<sup>x</sup> Това разграничение не е ново. Намира ме го у редица автори под това име (напр. Damisch, 1979; Sonesson, 1987) или под друго (например иконичен и пиктурален у Rayant, 1980, който копира Groupe µ 1979, или фигуративен и пластичен в школата на Греймас; вж. Floch, 1982). (по трактата).

<sup>xi</sup> Социо-културната неравнопоставеност на различните стратегии на визуална репрезентация е проблем, пряко свързан с критиката на иконизма в Трактата. В този смисъл социалният статут на произведението на живописната или скулптурна творба е различно от това на фотографската снимка, а тя на свой ред – от интернет банера. Sonesson, G., - “*The Quadrature of the Hermeneutic Circle. Historical and Systematic Introduction to Pictorial Semiotics*”, pp. 45–46; <http://www.chass.utoronto.ca/epc/srb/cyber/Sonesson1.pdf>

<sup>xii</sup> Изключително важно е да се изяснят параметрите, в които следва да се разбира понятието текст в случая. През 60-те години на 20. век текстът се извежда като основно понятие на техстолингвистиката. Етимологичните корени на понятието се търсят в латинското „textum”, чийто буквален превод е „тъкан, плетеница” и метафоричното значение на което отправя към концепцията за композирано и съчинено единство. Текстовете представляват комуникативни единици, вградени в реални социални и културни практики, оформящи ги и оформяни от тях. В този смисъл като основни критерии за текстуалност (съдържащото се в текста свойство да бъде текст) семиотичност, интенционалност, автономност, комуникативна самостоятелност и ситуативност. Съгласно изброените пет критерия като текст се определя всяко *знаково образуване*, което е *преднамерено създадено*, отличава се със *строежна* и *смыслова автономност*, и със способност за осъществяване на



самостояйна комуникативна функция в конкретна ситуация на общуване. С оглед на вариативността на използваните знакови системи, текстолингвистиката дефинира *езикови текстове*, *неезикови текстове* (образувания за изграждането, на които се използват означаеми единици от други знакови системи) и *смесени* (хетерогенни) *текстове*.

<sup>xiii</sup> Жерар Женет определя правенето на *bricolage*, като извършване на дейност с набор от инструменти, които не са били предназначени за нея. Правилото на *bricolage* е, че „се работи със случайни средства”, като употребените остатъци от стари структури се влагат в нова структура. Икономията при такъв вид бързо производство се постига чрез двойна операция на анализ (извличане на различни елементи от предишни цялости) и на синтез (съчетаване на тези хетерогенни елементи в нова цялост, където никой от тях не запазва първичната си функция).

<sup>xiv</sup> Още през 80<sup>те</sup> години на миналия век Данто ще пледира за сбогуване с *философията на изкуството* и прагматичното ѝ заменяне с конкретни анализи на *реториката на творбата* – изследователска нагласа, която според американския аналитичен философ следва да отмени *метафизиката на творбата* и категориалния апарат на класическата естетика (автор, творба и т.н.) Американският философ предлага цялостен реторически модел за интерпретация на творбата, която той възприема не като *стабилен* шедьовър, а като проблем на консенсус в света на изкуството и в крайна сметка като *“проява на визуална реторика”* (piece of visual rhetoric). Основен аргумент за подобно изискване е вътрешният за историята на изкуството през XX век обрат, който осъществява Анди Уорхол, излагайки през 1964 г. обикновенните картонени кутии за супа ‘Брило’ (*“Brillo Boxes”*) в галерия Стейбъл в Ню Йорк. Уорхол и съвременното изкуство поставя въпрос за онтологичната разлика „между обикновена вещ и произведение на изкуството”, т.е. философския въпрос за нова дефиниция на изкуството. „защо те (*Brillo Boxes*, б.а) бяха произведение на изкуството, след като нещо неотличимо за възприемането като реалните картонени кутии, които стоят по щандовете в супермаркетите, където те са просто кутии за супа...” Diarmund Costello (2004) *On late style: Arthur Danto’s “The abuse of the beauty”*; British journal of aesthetics, Vol. 44, No. 4, October 2004.