

# Roland Barthes

---

## Retoryka obrazu

---

Pamiętnik Literacki : czasopismo kwartalne poświęcone historii i krytyce literatury polskiej 76/3, 289-302

---

1985

Artykuł został zdigitalizowany i opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

ROLAND BARTHES

## RETORYKA OBRAZU

Według dawnej etymologii słowo obraz [*image*] należy wiązać z rdzeniem słowa *imitari*. W ten oto sposób znajdujemy się od razu w centrum najważniejszego zagadnienia, jakie staje przed semiologią obrazów: czy przedstawienie analogiczne („kopia”) może tworzyć prawdziwe systemy znaków, a nie tylko proste aglutynacje symboli? Czy do pomyslenia jest „kod” już nie cyfrowy, lecz analogiczny? Jak wiadomo, językoznawcy usuwają poza nawias języka wszelką komunikację poprzez analogię, od „języka” pszczoł do „języka” gestów, jeżeli komunikacja taka nie jest podwójnie artykułowana, tzn. wychodząca, jak w przypadku fonemów, od kombinacji jednostek cyfrowych [*unités digitales*]. Nie tylko językoznawcy doszukają się w obrazie natury językowej. Także w opinii potocznej uważa się, w sposób niezbyt jasny, że obraz w imię pewnej mitycznej idei życia stawia opór sensowi: jest re-prezentacją, tzn. właściwie wskrzeszeniem [*résurrection*], a jak wiadomo, pojmowane jest wrogiem przeżywanego. Tak więc z dwóch stron analogia odczuwana bywa jako sens ubogi: jedni uważają, że wobec języka obraz jest systemem prymitywnym, drudzy, że niewysłowione bogactwo obrazu nie da się wyczerpać w znaczeniu. Jednakże nawet — i zwłaszcza — jeśli obraz jest granicą sensu, to pozwala on powrócić do prawdziwej ontologii znaczenia. W jaki sposób w obrazie pojawia się sens? Gdzie się kończy? A jeśli się kończy, to co jest poza nim? Oto pytania, jakie chcielibyśmy tu postawić, poddając obraz spektralnej analizie zawartych w nim przekazów. W sposób istotny ułatwimy sobie zadanie, ograniczając się do badania obrazu reklamowego. Dlaczego? Ponieważ w reklamie obraz jest z całą pewnością podporządkowany intencji: *signifiés* przekazu reklamowego tworzone są z danych *a priori* pewnych cech reklamowanego produktu i owe *signifiés* muszą być przekazane jak najwyraźniej. Jeśli obraz zawiera znaki, to w przypadku rekla-

---

[Roland Barthes — zob. notkę o nim w: „Pamiętnik Literacki” 1968, z. 4, s. 327, oraz 1977, z. 2, s. 251.]

Przekład według: R. Barthes, *L'Obvie et l'obtus*. Paris 1982, rozdz. *Rhétorique de l'image*, s. 25—42.]

my mamy pewność, że znaki te są pełne, tworzone w celu umożliwienia najlepszej lektury: obraz w reklamie jest wyrazisty [franche] albo przynajmniej emfaticzny.

### Trzy przekazy

Oto reklama firmy Panzani: kilka paczek makaronu, puszka, jakaś torebka, pomidory, cebula, papryka, grzyb, wszystko wysypujące się z na wpół otwartej siatki, kolory żółty i zielony na czerwonym tle<sup>1</sup>. Spróbujmy odnaleźć różne przekazy, jakie reklama ta może w sobie zawierać.

Pierwszy przekaz, o językowej substancji, dany jest nam natychmiast: wspiera się na wydrukowanej z boku legendzie i etykietkach, naturalnie, jakby siłą rzeczy, obecnych w całej scenie. Kod, w jakim wyraża się ten przekaz, to całkiem po prostu kod języka francuskiego; do jego odczytania potrzebna jest tylko znajomość pisma i znajomość francuskiego. Prawdę jednak powiedziawszy, przekaz ten daje się jeszcze rozłożyć, gdyż znak Panzani nie tylko oddaje nazwę firmy, ale również, poprzez swe brzmienie, staje się dodatkowym *signifié* odsyłającym, by tak rzec, do „włoskości”. A zatem przekaz językowy jest podwójny (w tym przynajmniej obrazie): denotacyjny i konotacyjny; ponieważ jednak występuje tu tylko jeden rodzaj znaku typowego<sup>2</sup>, właściwy językowi artykułowanemu (pisanemu), uznamy, że mamy do czynienia z jednym przekazem.

Odłożywszy na bok przekaz językowy, staniemy wobec czystego obrazu (nawet jeśli częścią jego anegdoty są etykietki). Obraz ten ujawnia od razu szereg znaków nieciągłych. Najpierw (kolejność nie gra tu roli, gdyż znaki nie są linearne) pojawia się myśl, że przedstawiona scena wyobraża powrót z zakupów. To *signifié* implikuje z kolei dwie wartości euforyczne [*valeurs euphoriques*]: świeżość produktów i typowo domowe przyrządzenie, do jakiego są przeznaczone. *Signifiant* będzie tu wpół otwarta siatka, z której wysypują się na stół rozpakowane produkty. Do odczytania pierwszego znaku wystarczy rozpowszechnione dziś szeroko przekonanie, że „osobiste robienie zakupów” to nie to samo, co pospieszne zaopatrywanie się w żywność (konserwy, mrożonki) w bardziej „mechanicznej” cywilizacji. Drugi znak jest prawie równie oczywisty. Jego *signifiant* będzie połączenie pomidorów, papryki i trzech kolorów występujących na afiszu (żółtego, zielonego, czerwonego). *Signifié* są tu Włochy, dokładniej włoskość. Znak ten pozostaje w stosunku re-

<sup>1</sup> Opis fotografii jest tu dokonany ostrożnie, ponieważ stanowi on już pewien metafizyk.

<sup>2</sup> Nazwiemy znakiem typowym znak systemu, jeśli będzie on dostatecznie określony przez swą substancję; znak słowny, znak ikoniczny, znak gestu są więc znakami typowymi.

dundancji ze znakiem konotowanym w przekazie językowym (włoskie brzmienie nazwy Panzani). Zakres wiedzy, do jakiej się odwołuje, jest już bardziej szczególnego rodzaju: to wiedza typowo „francuska” (Włosi wcale nie dostrzegliby ani takiej konotacji imienia własnego, ani włoskości pomidorów i papryki), budowana na znajomości pewnych stereotypów turystycznych. Przy dalszym badaniu obrazu (nie znaczy to, iż nie jest on zupełnie jasny już na pierwszy rzut oka) bez trudu odkrywamy w nim przynajmniej dwa następne znaki: pierwszy poprzez nagromadzenie blisko siebie różnych przedmiotów ma przywołać na myśl kompletne danie, jak gdyby z jednej strony paczka Panzani dostarczała wszystkiego, co potrzebne jest do złożonej potrawy, z drugiej zaś jak gdyby koncentrat z puszki dorównywał leżącym obok produktom naturalnym, a cała scena stanowiła swego rodzaju pomost między produktami w pierwotnym i przetworzonym stanie. Drugi znak poprzez kompozycję odwołującą się do znanych w malarstwie licznych obrazów jedzenia odsyła do *signifié* estetycznego: oto „martwa natura” czy też, jak lepiej powiedziano by w innych językach, „*still living*”<sup>3</sup>. Wiedza konieczna do zrozumienia znaku ma tutaj wyraźnie kulturalny charakter. Ktoś mógłby zasugerować, że do tych czterech znaków trzeba dorzucić jeszcze ostatnią informację, tę mianowicie, która wskazuje, że mamy tu do czynienia z reklamą, i która jest czytelna zarówno dzięki wyeksponowaniu etykietek (nie mówiąc o legendzie), co i miejscu ilustracji w czasopiśmie. Ta ostatnia informacja sytuuje się jednak na dalszym wobec całej sceny planie. Wymyka się ona w pewien sposób znaczeniu, w tej mierze, w jakiej reklamowy charakter obrazu jest przede wszystkim funkcjonalny: wypowiedzieć coś nie znaczy koniecznie powiedzieć: ja mówię; pomijamy tu systemy w zamierzeniu refleksyjne, jak literatura.

Mamy zatem w obrazie cztery znaki, o których powiemy, że tworzą spójną całość, gdyż wszystkie są nieciągłe, wymagają wiedzy o charakterze ogólnie kulturalnym i odsyłają do *signifiés* globalnych (np. „włoskość”), nasyconych wartościami euforycznymi. Zobaczymy więc, że za przekazem językowym następuje przekaz drugi, ikoniczny. Czy to wszystko? Gdyby wycofać z obrazu wszystkie te znaki, zostałaby tam jednak jakaś materia informacyjna. Nawet ktoś nie wyposażony w żadną wiedzę „odczytałby” obraz i zrozumiał, że zestawia on w jednej przestrzeni pewną liczbę dających się zidentyfikować (nazwać) przedmiotów, a nie tylko formy i kolory. *Signifiés* tego trzeciego przekazu utworzone są przez rzeczywiste przedmioty występujące w scenie, *signifiants* zaś przez te same przedmioty sfotografowane, gdyż zdaje się oczywiste, że ponieważ w przedstawieniu analogicznym stosunek rzeczy *signifié*e i obrazu *signifiant* nie jest już, jak w języku, „arbitralny”, przy trzecim terminie

<sup>3</sup> Po francusku wyrażenie „martwa natura [*nature morte*]” odnosi się do przedmiotów żałobnych, jak np. czaszka, widniejących na niektórych obrazach.

nie musimy już uciekać się do psychicznego obrazu przedmiotu. Tym, co go określa, jest *quasi*-tautologiczny w istocie stosunek *signifié* i *signifiant*. Z pewnością fotografia wymaga pewnego uporządkowania sceny (wybór kadru, pomniejszenie, spłaszczenie), ale to przejście nie stanowi transformacji (jaką może być zakodowanie). Mamy tu do czynienia z utratą ekwiwalencji (właściwej prawdziwym systemom znaków) i ustanowieniem *quasi*-identyczności. Innymi słowy znak w tym przekazie nie pochodzi już z ustalonego repertuaru, nie jest zakodowany; stajemy wobec paradoksu (do którego wrócimy) przekazu bez kodu<sup>4</sup>. Osobliwość tę odnajdujemy także na poziomie wiedzy koniecznej do lektury przekazu: aby „odczytać” ten ostatni (czy pierwszy) poziom obrazu, nie potrzebujemy innej wiedzy niż ta, która łączy się z naszą percepcją. Nie jest ona zerowa, gdyż trzeba wiedzieć, co to jest obraz (dzieci rozpoznają go dopiero około czwartego roku życia) i co to jest pomidor, siatka, paczka makaronu, ale to przecież wiedza niemalże antropologiczna. Przekaz, o którym mowa, odpowiada w pewien sposób literze obrazu i nazwiemy go przekazem dosłownym w przeciwieństwie do przekazu poprzedniego, który jest „symboliczny”.

Jeśli zatem prawidłowo odczytaliśmy analizowaną fotografię, to zawiera ona trzy przekazy: przekaz językowy, ikoniczny przekaz kodowany i ikoniczny przekaz niekodowany. Przekaz językowy daje się łatwo oddzielić od dwóch pozostałych, ale w stosunku do nich, posiadających przecież tę samą substancję (ikoniczną), trudno nie postawić pytania o prawomocność rozróżnienia. Jest pewne, że dystynkcja obydwu przekazów ikonicznych nie dokonuje się spontanicznie na poziomie potocznej lektury: oglądającemu obraz dany jest jednocześnie przekaz percepcyjny [*message perceptif*] i przekaz kulturalny. Jak później zobaczymy, owo pomieszanie odczytań odpowiada funkcji obrazu masowego (którym się tutaj zajmujemy). Rozróżnienie dwóch ostatnich przekazów ma jednak wartość tylko operacyjną, analogiczną do tej, która pozwala w znaku językowym wyróżnić *signifiant* i *signifié*, choć w rzeczywistości nikt nigdy nie mógłby oddzielić „słowa” od jego sensu, chyba że ucieknie się do metajęzyka definicji; jeżeli rozróżnienie tu przeprowadzone pozwoli opisać strukturę obrazu w sposób spójny i prosty oraz jeśli taki opis przybliży nas do wyjaśnienia roli obrazu w społeczeństwie, uznamy to rozróżnienie za uzasadnione. Trzeba zatem powrócić do poszczególnych typów przekazu i badać je w ich aspekcie ogólnym, nie zapominając jednocześnie, że staramy się zrozumieć obraz jako całość, tzn. ostateczny stosunek trzech przekazów wobec siebie. Ponieważ jednak nie chodzi już o analizę „naiwną”, lecz o opis strukturalny<sup>5</sup>, zmo-

<sup>4</sup> R. Barthes, *Le message photographique*, rozdz. w *L'Obvie et l'obtus*.

<sup>5</sup> Analiza „naiwna” jest wyliczeniem elementów, opis strukturalny pragnie uchwycić stosunek tych elementów w imię zasady współzależności terminów danej struktury: jeśli zmienia się jeden termin, zmieniają się również inne.

dyfikujemy nieco kolejność przekazów, zamieniając miejscami przekaz kulturalny i przekaz dosłowny. Co do dwóch przekazów ikonicznych, to pierwszy jest, by tak rzec, nałożony na drugi: przekaz dosłowny ukazuje się jako podpora przekazu „symbolicznego”. Wiemy skądinąd, że system, który przejmuje znaki innego systemu, aby uczynić z nich swoje *signifiants*, to system konotacyjny<sup>6</sup>; od razu można więc powiedzieć, że obraz dosłowny jest *denotowany*, a obraz symboliczny *konotowany*. Będziemy zatem badać po kolei przekaz językowy, obraz denotowany i obraz konotowany.

### Przekaz językowy

Czy przekaz językowy jest stały? Czy na obrazie, pod obrazem lub wokół obrazu znajduje się zawsze jakiś tekst? Aby odnaleźć obrazy dane bez słów, trzeba by cofnąć się z pewnością do społeczeństw częściowo niepiśmiennych, tzn. do obrazu w stanie jakby piktograficznym. Od momentu bowiem pojawienia się książki połączenie tekstu i obrazu staje się częste. Połączenie to wydaje się słabo zbadane ze strukturalnego punktu widzenia; jaka jest struktura znaczeniowa „ilustracji”? Czy to obraz, dzięki zjawisku redundancji, powtarza pewne informacje zawarte już w tekście, czy też tekst dorzuca informację nie pomieszczoną w obrazie? To pytanie można by postawić, historycznie rzecz ujmując, epoce klasycznej, która pasjonowała się książkami ilustrowanymi (w XVIII w. trudno było sobie wyobrazić, aby *Bajki* La Fontaine'a mogły ukazać się bez ilustracji), kiedy niektórzy pisarze, jak P. Ménestrier, zastanawiali się nad związkami ilustracji w toku wypowiedzi [*de discoursif*]<sup>7</sup>. Dzisiaj, w dobie komunikacji masowej, wydaje się, że przekaz językowy obecny jest we wszystkich obrazach: jako tytuł, jako legenda, jako artykuł w gazecie, napisy w filmie, *fumetto* [dymek]. Widać więc, że nie całkiem słusznie mówimy o cywilizacji obrazu: żyjemy nadal i bardziej niż kiedykolwiek w cywilizacji pisma<sup>8</sup>, ponieważ pismo i mowa są strukturami o najpełniejszej strukturze informacyjnej. I liczy się sama tylko obecność przekazu językowego, ponieważ ani jego miejsce, ani długość nie wydają się znaczące (bywa, że dzięki konotacji długi tekst zawiera tylko jedno *signifié* globalne, *signifié* powiązane z obrazem). Jakie są zatem funkcje przekazu językowego wobec przekazu ikonicznego (podwójnego)? Wydaje się, że dwie: *zawiazania* [*d'ancrage*] i *zluźowania* [*de relais*].

Jak zobaczymy to lepiej za chwilę, każdy obraz jest polisemiczny.

<sup>6</sup> Por. R. Barthes, *Éléments de sémiologie*. „Communications” 4 (1964), s. 130.

<sup>7</sup> P. Ménestrier, *L'Art des emblèmes*. 1684.

<sup>8</sup> Obraz bez słów spotyka się oczywiście również, ale — paradoksalnie — w pewnych dowcipach rysunkowych; brak słów sugeruje zawsze, że coś pozostaje do odgadnięcia.

Implikuje, skrycie obecny już w *signifiants*, „zmienny łańcuch *signifiés*”, z których odbiorca może wybrać jedno i pominąć inne. Polisemia stwarza pytanie o sens. Pytanie takie ukazuje się zawsze jako dysfunkcja, nawet jeśli z dysfunkcji tej społeczeństwo może skorzystać w formie gry tragicznej (milczący Bóg nie pozwala wybierać spośród znaków) czy poetyckiej („dreszcz sensu” czy „panika” u starożytnych Greków); podobnie w kinie, obrazy traumatyczne związane są z niepewnością (niepokojem) co do sensu przedmiotów czy postaw. Dlatego też każde społeczeństwo rozwija techniki unieruchamiania zmiennego łańcucha *signifiés* tak, aby odebrać zniewalającą władzę znakom niepewnym: przekaz językowy to jedna z takich technik. Na poziomie przekazu dosłownego słowo odpowiada w sposób bardziej lub mniej bezpośredni, bardziej lub mniej częściowy, na pytanie: co to jest? Pomaga ono całkiem po prostu rozpoznać elementy *scène* i samą *scène*: chodzi o jego denotowany opis (opis nierzadko częściowy) czy też, w terminologii Hjelmsleva, o operację (przeciwstawianą konotacji)<sup>9</sup>. Funkcja denominatywna odpowiada za kotwiczenie wszystkich możliwych (denotowanych) znaczeń przedmiotu przez odwołanie się do nomenklatury. Oglądając przyrządzone danie z reklamy Amieux, można mieć wątpliwości co do form i objętości; legenda — tuńczyk w grzybach z ryżem — pozwala wybrać prawidłowy poziom percepcji. Pozwala na akomodację nie tylko wzroku, ale i rozumienia. Na poziomie przekazu „symbolicznego” przekaz językowy kieruje już nie identyfikacją, ale interpretacją, stanowi coś na kształt obramowania, które nie pozwala, aby sens konotowany przedostał się ku rejonom zbyt indywidualnym (tzn. ogranicza zdolność projekcyjną obrazu) lub ku wartościom dysforycznym. Reklama (konserw d’Arcy) przedstawia kilka małych owoców rozrzuconych wokół drabiny. Legenda („jak po zbiorach we własnym ogrodzie”) oddaje jedno z możliwych *signifiés* (oszczędność, nieurodzaj) jako antypatyczny i skierowuje lekturę w stronę *signifié* korzystnego (naturalny i prywatny charakter owoców z własnego ogrodu). Legenda działa tu jako przeciw-tabu, chce przezwyciężyć niewdzięczny mit sztuczności przypisywanej zazwyczaj konserwom. Rzecz jasna, że poza reklamą zakotwiczenie ma często naturę ideologiczną, jest to nawet z pewnością jego zasadnicza funkcja. Tekst prowadzi czytelnika wśród *signifiés* obrazu, każe mu unikać jednych, a przyswajać inne. Poprzez, często bardzo zręczny, *dispatching* kieruje nim zdalnie ku sensowi z góry obranemu. We wszystkich tych przypadkach zakotwiczenia język ma naturalnie funkcję objaśniającą, ale objaśniającą w sposób wybiórczy. Mamy tu do czynienia z metafęzykiem stosowanym nie do całości przekazu ikonicznego, lecz tylko do pewnych jego znaków. Tekst to naprawdę prawo spojrzenia twórcy (a więc społeczeństwa) na obraz: zakotwiczenie ma funkcję kontrolną, jest odpowiedzialne, w warunkach zdol-

<sup>9</sup> Por. Barthes, *Éléments...*, s. 131—132.

ności projekcyjnej figur, za użytek czyniony z przekazu. W stosunku do swobodnych *signifiés* obrazu tekst ma walor represywny<sup>10</sup> i zrozumiałe, że to właśnie na poziomie tekstu wyraża się przede wszystkim moralność i ideologia społeczeństwa.

Zakotwiczenie jest najczęstszą funkcją przekazu językowego; odnajdujemy ją bez trudu w fotografii prasowej i w reklamie. Funkcja zlu-zowania jest rzadsza (przynajmniej w odniesieniu do obrazu nieruchomego); odnajdujemy ją przede wszystkim w dowcipach rysunkowych i komiksach. Tutaj słowo (najczęściej kawałek dialogu) i obraz uzupełniają się. Słowa są wówczas fragmentami większej syntagmy, podobnie jak obrazy, a jedność przekazu dopełnia się na wyższym poziomie, historii, anegdoty, diegezy (co też potwierdza, że diegeza powinna być traktowana jako system autonomiczny<sup>11</sup>). Słowo luzujące, rzadko spotykane w obrazie nieruchomym, staje się bardzo ważne w kinie, gdzie dialog nie ma prostej funkcji objaśniającej, ale gdzie naprawdę słowo to posuwa akcję do przodu, rozmieszczając w ciągu przekazów sensy, których nie ma w obrazie. Obie funkcje przekazu ikonicznego mogą oczywiście współlistnieć w tej samej całości ikonicznej, ale dominacja jednej lub drugiej nie pozostaje bez wpływu na ogólny porządek dzieła. Gdy słowo ma wartość diegetyczną zlu-zowania, informacja jest bardziej kosztowna, ponieważ wymaga przyswojenia sobie kodu cyfrowego (języka), gdy ma walor substytutywny (zakotwiczenia, kontroli), wtedy ciężar informacji spoczywa na obrazie, a ponieważ obraz jest analogiczny, informacja staje się w pewien sposób bardziej „powolna”: w niektórych komiksach, przeznaczonych do pospiesznej lektury, diegeza zostaje w głównej mierze powierzona słowu, a obraz zawiera tylko informacje dodatkowe, o charakterze paradygmatycznym (stereotypowy status postaci); przekaz kosztowny i przekaz dyskursywny dopełniają się tak, aby spieszący się czytelnik uniknął nudnych „opisów” słownych — te stają się udziałem obrazu, tzn. systemu bardziej „pracowitego”.

### Obraz denotowany

Jak widzieliśmy, rozróżnienie we właściwym obrazie przekazu dosłownego i przekazu symbolicznego ma charakter roboczy. Nigdy nie występuje (przynajmniej w reklamie) obraz dosłowny w stanie czystym.

<sup>10</sup> Dobrze jest to widoczne w takim paradoksalnym przypadku, gdzie obraz skonstruowany został podług tekstu i gdzie zatem kontrola wydawałaby się zbyteczna. Obok obrazka puszki kawy przewiązanej zamkniętym na kłódkę łańcuchem widnieje objaśnienie mówiące, że aromat został „uwięziony” w kawowym proszku i wyzwoli się po przyrządzeniu napoju; tutaj metafora językowa („uwięziony”) została wzięta dosłownie (według znanej poetyckiej metody), ale w rzeczywistości najpierw będzie odczytany obraz, tekst zaś, który go stworzył, stanie się tylko wyborem jednego spośród *signifiés*; w tym obiegu represja polega na banalizacji przekładu.

<sup>11</sup> Por. C. Bremond, *Le Message narratif*. „Communications” 4 (1964).



Nawet gdybyśmy uzyskali obraz całkowicie „naiwny”, to i tak zbiegłby się on zaraz ze znakiem naiwności i został dopełniony przez trzeci przekaz, symboliczny. Tak więc cechy przekazu dosłownego nie mogą być substancjalne, lecz tylko relacyjne. Jest to przede wszystkim, by tak rzec, przekaz prywatny, utworzony przez to, co pozostaje w obrazie, gdy usunie się zeń (w myślach) znaki konotacji (nie jest możliwe usunąć je rzeczywiście, gdyż mogą one przenikać cały obraz, jak w przypadku „kompozycji z martwą naturą”). Ten stan prywatny koresponduje oczywiście z pełnią wirtualności: chodzi o brak sensu pełen wszelkich sensów. Idąc dalej, powiemy (nie przecząc poprzednim stwierdzeniom), że przekaz dosłowny jest przekazem dostatecznym, gdyż ma przynajmniej jeden sens na poziomie rozpoznania przedstawionej sceny. Litera obrazu odpowiada właściwie pierwszemu stopniowi rozpoznawalności (poniżej tego stopnia odbiorca rozpoznawałby jedynie linie, formy i kolory), ale rozpoznawalność ta pozostaje wirtualna właśnie z racji swego ubóstwa, gdyż w rzeczywistym społeczeństwie każdy dysponuje zawsze wiedzą wyższą od wiedzy antropologicznej i postrzega więcej niż tylko literę. Przekaz denotowany jako jednocześnie prywatny i dostateczny mógłby zatem w perspektywie estetycznej uchodzić za coś w rodzaju adamowego stanu obrazu. Gdyby z obrazu udało się usunąć jego konotacje, co jest utopią, stałby się on do ostateczności obiektywny, tzn. w konsekwencji niewinny.

Ten utopijny charakter denotacji jest szczególnie uwydatniony przez opisany już wcześniej paradoks polegający na tym, że fotografia (w swym dosłownym stanie), z racji swojej całkowicie analogicznej natury, wydaje się stwarzać przekaz bez kodu. Jednakże analiza strukturalna obrazu musi się tu zawęzić, gdyż ze wszystkich jego rodzajów tylko fotografia ma zdolność przekazywania informacji (dosłownej) bez formowania jej za pomocą znaków nieciągłych i reguł transformacji. Trzeba zatem przeciwstawić fotografię jako przekaz bez kodu rysunkowi, który nawet denotowany pozostaje przekazem kodowanym. Kodowany charakter rysunku ujawnia się na trzech poziomach: przede wszystkim, aby odtworzyć przedmiot czy scenę za pomocą rysunku, trzeba posiadać zbiór reguł transpozycyjnych; kopia piktoralna nie ma charakteru raz na zawsze danego, kody transpozycyjne są historycznie zmienne (szczególnie w odniesieniu do perspektywy). Następnie operacja rysunku (kodowanie) wymaga rozdzielenia tego, co znaczące, i tego, co nie znaczące: rysunek nie odtwarza wszystkiego, często nawet zupełnie niewiele, nie przestając jednak być przekazem silnie działającym, podczas gdy fotografia, choć może wybierać temat, kadr i kąt widzenia, nie może dotrzeć do wnętrza przedmiotu (pomijając triki techniczne). Innymi słowy, denotacja rysunku jest mniej czysta niż denotacja fotograficzna, gdyż nigdy nie ma rysunku bez stylu. Wreszcie, jak wszystkie kody, rysunek wymaga praktyki (de Saussure przywiązywał wielką wa-

gę do tego zjawiska semiologicznego). Czy zakodowanie przekazu denotowanego ma wpływ na przekaz konotowany? Jest rzeczą pewną, że zakodowanie litery przygotowuje i ułatwia konotację, ponieważ nadaje już obrazowi jakąś nieciągłość: „faktura” rysunku stanowi już konotację. Jednocześnie jednak, w miarę jak rysunek odkrywa swe zakodowanie, stosunek między obydwoma przekazami zostaje głęboko zmodyfikowany. To już nie stosunek natury i kultury (jak w przypadku fotografii), to stosunek dwóch kultur: „moralność” rysunku i fotografii nie jest ta sama.

W fotografii — przynajmniej na poziomie przekazu literalnego — stosunek *signifiants* i *signifiés* jest w istocie stosunkiem nie „transformacji”, lecz „rejestracji”, a brak kodu umacnia oczywiście mit fotograficznej „naturalności”: obraz jest dany, uzyskany mechanicznie, bez naszego udziału (mechaniczność stanowi gwarancję obiektywności); wpływ człowieka na fotografię (odległość, światło, zatarte czy poruszone kontury) należy właściwie dopiero do planu konotacji. Wszystko odbywa się tak, jakby na początku (nawet utopijnym) istniała fotografia surowa (frontalna i wyraźna), na którą człowiek nakładałby, dzięki pewnym technikom, znaki kodu kulturalnego. Tylko przeciwstawienie kodu kulturalnego bez-kodowi naturalnemu może, jak się wydaje, oddać specyficzny charakter fotografii i pozwala pojąć rozmiary rewolucji antropologicznej, jakiej fotografia dokonała w historii człowieka. Typ świadomości bowiem, jaki implikuje fotografia, nie ma doprawdy precedensu. Daje ona wrażenie, nie że się tam jest (takie wywołać może każda kopia), ale że się tam było. Chodzi zatem o nową kategorię czasoprzestrzenną: bezpośrednia przestrzeń, a wcześniejszy czas. W fotografii dokonuje się nielogiczne połączenie tego, co tutaj, i tego, co niegdys.

Tak więc dopiero na poziomie przekazu denotowanego lub przekazu bez kodu zrozumieć można w pełni realną nierealność fotografii. Nierealność bierze się z tego, co tutaj, gdyż fotografia nigdy nie jest przeżywana jako złudzenie, nie jest w żaden sposób obecnością: trzeba przystać na magiczny charakter obrazu fotograficznego. Realność bierze się z wrażenia, że się tam było, ponieważ w każdej fotografii tkwi zdumiewająca oczywistość, że tak to się odbyło; jesteśmy w cudowny sposób posiadaczami realności, pozostając przed nią zarazem ukryci. Ta swego rodzaju równowaga czasowa (wrażenie, że się tam było) najprawdopodobniej zmniejsza zdolność projekcyjną obrazu (bardzo niewiele testów psychologicznych odwołuje się do fotografii, natomiast wiele do rysunku): wrażenie to było czyni wyrwę we wrażeniu to ja. Jeśli w powyższych uwagach tkwi jakaś słuszność, trzeba by łączyć fotografię ze świadomością czysto obserwacyjną, a nie ze świadomością fikcjonalną, bardziej projekcyjną, bardziej „magiczną”, od której z grubsza biorąc, zależne jest kino. Bylibyśmy zatem upoważ-

nieni, aby między kinem a fotografią dostrzegać nie prostą różnicę stopnia, ale zasadniczą opozycję: kino nie byłoby ożywioną fotografią. Wrażenie, że się tam było, ustąpiłoby wrażeniu, że się tam jest. To wyjaśniałoby, dlaczego może istnieć historia kina nie zrywająca z poprzedzającymi je rodzajami sztuki fikcji, natomiast fotografia w jakiś sposób wymykałaby się historii (niezależnie od rozwoju technik fotograficznych i ambicji sztuki fotografowania) i pozostawałaby zjawiskiem antropologicznym „niewyraźnym”, jednocześnie zupełnie nowym i definitywnie nieprzekraczalnym. Po raz pierwszy w swej historii ludzkość miałaby poznać przekazy bez kodu: fotografia nie byłaby zatem ostatnim (ulepszonym) terminem wielkiej rodziny obrazów, ale odpowiadałaby zasadniczej przemianie systemów informacji.

W każdym razie obraz denotowany, o tyle, o ile nie zakłada istnienia żadnego kodu (jest to przypadek fotografii reklamowej), gra w ogólnej strukturze przekazu ikonicznego rolę specjalną; możemy już teraz spróbować ją określić (wrócimy do tego zagadnienia przy omawianiu trzeciego przekazu): obraz denotowany przyswaja przekaz symboliczny, wyjaśnia semantyczne zagęszczenie konotacji (zwłaszcza w reklamie). Mimo że plakat firmy Panzani pełen jest „symboli”, obecność przedmiotów na fotografii wydaje się naturalna o tyle, o ile ostateczny jest obraz dosłowny: natura zdaje się spontanicznie stwarzać przedstawioną scenę. Prosta prawdziwość systemów otwarcie semantycznych wypierana jest ukradkiem przez pseudoprawdę. Brak kodu dezintelektualizuje przekaz, gdyż ten zdaje się wznosić w naturze znaki kultury. To bez wątpienia ważny historycznie paradoks: im bardziej technika rozwija rozpowszechnianie informacji (a zwłaszcza obrazów), tym więcej dostarcza środków, aby pod pozorem sensu danego ukryć sens skonstruowany.

### Retoryka obrazu

Jak widzieliśmy, znaki trzeciego przekazu (przekazu „symbolicznego”, kulturalnego lub konotowanego) są nieciągle; nawet gdy *signifiant* wydaje się rozciągać na cały obraz, pozostaje jednak znakiem oddzielnym od innych: „kompozycja” niesie z sobą *signifié* estetyczne; podobnie jak intonacja, mimo że suprasegmentalna, jest *signifiant* wyodrębnionym z języka. Mamy tu więc do czynienia z systemem normalnym, czerpiącym znaki z kodu kulturalnego (nawet jeśli powiązanie elementów znaku jest bardziej lub mniej analogiczne). Tym, co czyni system oryginalnym, jest fakt, że liczba odczytań jednej i tej samej leksji [*lexie*] (jednego i tego samego obrazu) może się wahać zależnie od osoby odbiorcy: w analizowanej reklamie firmy Panzani ustaliliśmy cztery znaki konotacji; jest ich tam prawdopodobnie więcej (siatka np. może oznaczać cudowny połów, obfitość itd.). Jednakże zmienność odczytań nie jest dowolna; zależy od wiedzy, jaką oglądający wnosi do obrazu (wiedzy praktycznej,

narodowej, kulturalnej, estetycznej). Wiedza taka daje się ułożyć w klasy, objąć typologią. Obraz poddaje się jakby lekturze wielu osób, ale wszystkie one mogą współlistnieć w jednym indywiduum: J e d n a i t a s a m a l e k s j a u r u c h a m i a r ó ż n e l e k s y k i [lexiques]. Co to jest leksyk? To część planu symbolicznego (języka), która odpowiada pewnemu zbiorowi praktyk i technik<sup>12</sup>. Taki przypadek zachodzi właśnie przy różnych odczytaniach obrazu: każdy znak odpowiada jakiemuś korpusowi „stanowisk”: turystyka, gospodarstwo domowe, znajomość sztuki; niektórych z nich oczywiście brakować będzie w lekturach indywidualnych. Każdy człowiek bowiem posiada wiele współlistniejących ze sobą leksyków. Ich liczba i tożsamość stwarzają niejako jego własny idiolekt<sup>13</sup>. Obraz w swej konotacji byłby więc ukonstituowany przez architekturę znaków czerpanych z różnych pokładów leksyku (idiolektu); każdy leksyk, niezależnie od „głębokości”, pozostaje zakodowany; dziś uważa się, że nawet sama psyché artykułowana jest jako język. Co więcej, im niżej „schodzimy” w psychikę jednostki, tym rzadsze i łatwiej dające się sklasyfikować stają się znaki: cóż bardziej systemowego niż odczytania Rorschacha? Rozmaitość odczytań nie może więc zagrozić „językowi” obrazu, jeśli uznamy, że język ten składa się z idiolektów, leksyków czy podkodów: całość obrazu objęta jest systemem sensu, tak jak cały człowiek, aż do głębi, wyraża się w różnych językach. Język obrazu to nie tylko zespół aktów mowy emitowanych (np. na poziomie kombinowania znaków czy tworzenia przekazu), to również zespół aktów mowy odbieranych<sup>14</sup>: język powinien zawierać „niespodzianki” sensu.

Inna trudność związana z analizą konotacji polega na tym, że odrębności jej *signifiés* konotacyjnych nie odpowiada żaden odrębny język analityczny; jak nazwać *signifiés* konotacyjne? Dla jednego zaryzykowaliśmy termin „włoskość”, ale inne mogą być określane tylko za pomocą słownictwa potocznego (g o t o w a n i e, m a r t w a n a t u r a, o b f i t o ś ć). Nie ukształtował się specjalistyczny język, jakiemu powinny one podlegać w analizie. I tu rodzi się kłopot, gdyż *signifiés* te mają szczególną naturę semantyczną: „obfitość” jako *sem* konotacyjny nie pokrywa się dokładnie z „obfitością” w sensie denotowanym. *Signifiant* konotacji (tutaj bogactwo i zagęszczenie produktów) jest jak gdyby podstawową wartością wszelkiej możliwej obfitości, czy lepiej — najczystsza ideą obfitości; słowo denotowane z kolei nie odsyła nigdy do esencji, gdyż zawsze występuje w przypadkowym akcie mowy, syntagmie ciąg-

<sup>12</sup> Por. A. J. Greimas, *Les Problèmes de la description mécanographique*. „Cahiers de lexicologie”. Besançon, 1 (1959), s. 63.

<sup>13</sup> Por. Barthes, *Éléments...*, s. 96.

<sup>14</sup> W perspektywie de Saussure'owskiej mowa [*parole*] to przede wszystkim to, co jest emitowane, dobyte z języka (i na powrót go tworzące). Dziś trzeba rozszerzyć pojęcie języka, zwłaszcza z semantycznego punktu widzenia: język to „totalizująca abstrakcja” przekazów nadawanych i odbieranych.

łej (syntagmie wypowiedzi słownej), jest skierowane ku praktycznej tranzytywności języka; sem „obfitość”, przeciwnie, jest konceptem w stanie czystym, odciętym od jakiegokolwiek syntagmy, pozbawionym wszelkiego kontekstu. Odpowiada jakby teatralnemu stanowi sensu czy, jeszcze lepiej (gdyż chodzi o znak bez syntagmy), sensowi wyłożonemu. Aby oddać semy konotacji, trzeba by zatem specjalnego metajęzyka. Zaryzykowaliśmy termin włoskość [*italianité*]; właśnie barbaryzmy tego rodzaju najlepiej mogłyby opisać *signifiés* konotacyjne: przyrostek *-tas* (indoeuropejskie *\*-ta*) służył do tworzenia abstrakcyjnego rzeczownika odprzymiotnikowego; włoskość to nie Włochy, to zagęszczona esencja wszystkiego, co może być włoskie, od spaghetti do malarstwa. Zgadając się na sztuczne — czasem z pomocą barbaryzmu — rozwiązanie problemu nazewnictwa semów konotacyjnych, ułatwiamy sobie analizę ich formy<sup>15</sup>. Semy organizują się oczywiście w pola asocjacyjne, artykulacje paradygmatyczne, może nawet opozycje, według pewnych przebiegów czy, jak mówi A. J. Greimas, pewnych osi semicznych<sup>16</sup>: włoskość należy do osi narodowości, obok francuskości, niemieckości czy hiszpańskości. Rekonstrukcja tych osi — mogących się zresztą w dalszym ciągu przeciwstawiać sobie nawzajem — będzie oczywiście możliwa dopiero, gdy sporządzimy ogólny inwentarz systemów konotacyjnych, nie tylko systemu obrazu, ale również i innych substancji, ponieważ o ile *signifiants* konotacji zależą od użytej substancji (obraz, słowo, przedmioty, zachowania), to jej *signifiés* występują łącznie: w artykule prasowym, obrazie i geście aktora odnajdziemy te same *signifiés* (dlatego też semiologia daje się pomyśleć tylko w ujęciu, by tak rzec, totalnym); ta wspólna dziedzina *signifiés* konotacji to dziedzina ideologii, która może być tylko jedna dla danego społeczeństwa i danego okresu, niezależnie od *signifiants* konotacji, do jakich się ucieka.

Ideologii ogólnej odpowiadają zatem *signifiants* konotacji różnicujące się zależnie od substancji. *Signifiants* te nazwiemy konotatorami [*connotateurs*], a zbiór konotatorów retoryką: retoryka jest więc oznaczającą stroną ideologii. Retoryki nieuchronnie różnią się substancją (tutaj artykułowany dźwięk, gdzie indziej obraz, gest itd.), ale niekoniecznie formą. Jest nawet prawdopodobne, że istnieje jedyna forma retoryczna, wspólna np. marzeniu sennemu, literaturze i obrazowi<sup>17</sup>. Tak więc retoryka obrazu (tzn. klasyfikacja jego konotatorów) jest specy-

<sup>15</sup> Forma w tym dokładnie sensie, jaki nadaje jej Hjelmslev (por. Barthes, *Éléments...*, s. 105), jako funkcjonalne zorganizowanie *signifiés* między sobą.

<sup>16</sup> A. J. Greimas, *Cours de sémantique*, 1964, zeszyty powielone przez L'École normale supérieure de Saint-Cloud.

<sup>17</sup> Por. E. Benveniste, *Remarques sur la fonction du langage dans la découverte freudienne*. „La Psychanalyse” 1 (1956), s. 3—16; przedruk w: *Problèmes de linguistique générale*. Paris, Gallimard, 1966, rozdz. VII.

ficzna o tyle, o ile podlega ograniczeniom fizycznym postrzegania (różnym np. od ograniczeń słuchowych), ale ogólna o tyle, o ile „figury” nie są nigdy formalnymi tylko związkami elementów. Taką retorykę będzie można stworzyć dopiero na podstawie dość obszernego inwentarza, ale już teraz widać, że znajdzie się tam kilka figur oznaczonych przez starożytnych klasyków<sup>18</sup>. Pomidor oznacza więc włoskość poprzez metonimie; gdzie indziej sekwencja trzech scen (kawa ziarnista, kawa w proszku, napar kawowy) wydobywa poprzez proste zestawienie pewien związek logiczny, podobnie jak w przypadku asyndetonu. Jest prawdopodobne, że spośród metaboli (albo figur zastępujących jedno *significant* drugim<sup>19</sup>) najwięcej konotatorów dostarcza obrazowi właśnie metonimia; wśród parataks (albo figur syntagmy) dominuje asyndeton.

Jednakże rzeczą najważniejszą — przynajmniej na razie — jest nie inwentaryzacja konotatorów, ale zrozumienie, że stanowią one w całości obrazu cechy nieciągłe czy lepiej jeszcze — eratywne. Konotatory nie wypełniają całej leksji, ich lektura jej nie wyczerpuje. Innymi słowy (i jest to wniosek zachowujący ważność dla semiologii w ogóle) nie wszystkie elementy leksji mogą zostać przekształcone w konotatory, w wypowiedzi pozostaje zawsze pewna denotacja, bez której wypowiedź nie byłaby właściwie możliwa. To spostrzeżenie każe nam powrócić do przekazu drugiego, czyli obrazu denotowanego. W reklamie Panzani warzywa śródziemnomorskie, kolor, kompozycja, nawet obfitość pojawiają się jako bloki eratywne, zarazem wyodrębnione i tkwiące w ogólnej scenie, posiadające sobie właściwą przestrzeń i — jak widzieliśmy — swój „sens”: „umieszczone” są one w syntagmie należącej nie do nich, lecz do denotacji. Jest to ważny wniosek, ponieważ pozwala na strukturalne rozróżnienie (działające wstecznie) przekazu drugiego, czyli dosłownego, i przekazu trzeciego, czyli symbolicznego, oraz określenie naturalizującej funkcji denotacji względem konotacji. Wiemy już teraz, że to właśnie syntagma przekazu denotowanego „naturalizuje” system przekazu konotowanego. Lub jeszcze inaczej: konotacja jest tylko systemem, daje się zdefiniować wyłącznie w kategoriach paradygmatycznych; denotacja ikoniczna jest tylko syntagmą, kojarzy elementy bez systemu: konotatory nieciągłe są łączone, aktualizowane, „mówione” za pośred-

<sup>18</sup> Retoryka klasyczna musi zostać przemyślana na nowo w kategoriach strukturalnych (jest to przedmiotem przygotowywanej właśnie pracy) i być może będzie wówczas możliwe ustalenie retoryki ogólnej bądź językowej dla *signifiants* konotacyjnych, zachowującej ważność w wypadku i artykułowanego dźwięku, i obrazu, i gestu, itd. (chodzi o późniejszą *L'Ancienne rhétorique (Aide-mémoire)*. „Communications” 16 (1970). — Przyp. wydawcy francuskiego.)

<sup>19</sup> Lepiej będzie tu pominąć Jakobsonowską opozycję między metaforą i metonimią, ponieważ nawet jeśli metonimia jest figurą poprzez swe pochodzenie gramatyczne, to ostatecznie funkcjonuje jako substytut *signifiant*, tzn. jako metafora.

nictwem syntagmy denotacyjnej; nieciągły świat symboli zanurza się w historii denotowanej sceny jak w oczyszczającej kąpieli.

Widać stąd, że w całościowym systemie obrazu funkcje strukturalne ulegają polaryzacji; z jednej strony mamy coś na kształt paradygmatycznego zagęszczenia na poziomie konotatorów (tzn. z grubsza biorąc — „symboli”), które są znakami mocnymi, eratycznymi i można by rzecz „zreifikowanymi”; z drugiej zaś mamy „strumień” syntagmatyczny na poziomie denotacji. Nie można zapominać, że syntagma jest zawsze bardzo bliska mowie i tym, co naturalizuje jej symbole, jest „dyskurs” ikoniczny. Nie mając zamiaru przedwcześnie włączać obrazu do semiologii ogólnej, możemy jednak zaryzykować twierdzenie, że świat sensu totalnego rozdarty jest wewnątrznie (strukturalnie) między systemem takim jak kultura a syntagmą taką jak natura: wszystkie wytwory komunikacji masowej łączą, z pomocą różnych dialektyk i z różnym powodzeniem, fascynację natury, właściwą opowiadaniu, diegezie, syntagmie oraz inteligibilność kultury chroniącej się wśród kilku nieciągłych symboli, które człowiek „odmienia” pod osłoną swej żywej *parole*.

Przełożył Zbigniew Kruszyński