2.

Ρητορική της εικόνας

Σύμφωνα με μια παλιά ετυμολογία η λέξη *image* [*εικόνα*] θα πρέπει ίσως να αναχθεί στη ρίζα του ρήματος imitari. Να 'μαστε λοιπόν πάραυτα στην καρδιά του σημαντικότερου προβλήματος που μπορεί να τεθεί στη σημειολογία των εικόνων: μπορεί άραγε η αναλογική αναπαράσταση (η «αντιγραφή») να παραγάγει αληθινά συστήματα σημείων και όχι μόνο απλές συγκολλήσεις συμβόλων; Μπορούμε να διανοηθούμε έναν αναλογικό –και όχι πλέον ψηφιακό– «κώδικα»; Ξέρουμε ότι οι γλωσσολόγοι εξοστρακίζουν από τη γλώσσα κάθε κατ' αναλογίαν επικοινωνία, από τη «γλώσσα» των μελισσών μέχρι τη «γλώσσα» των χειρονομιών, εφόσον οι επικοινωνίες αυτές δεν είναι διπλά συναρθρωμένες, δηλαδή θεμελιωμένες, σε τελική ανάλυση, σε μια συνδυαστική ψηφιακών ενοτήτων όπως είναι τα φωνήματα. Οι γλωσσολόγοι δεν είναι οι μόνοι που δυσπιστούν απέναντι στη γλωσσική φύση της εικόνας. Και η κοινή γνώμη επίσης θεωρεί, κατά τρόπο συγκεχυμένο, την εικόνα ως χώρο αντίστασης στο νόημα, εν ονόματι μιας ορισμένης μυθικής ιδέας της Ζωής: η εικόνα είναι αναπαράσταση, δηλαδή, σε τελική ανάλυση, ανάσταση, και ξέρουμε ότι το νοητό θεωρείται ασυμβίβαστο με το βιωμένο. Έτσι, και από τις δύο πλευρές, η αναλογία εννοείται ως μία έννοια πενιχρή: οι μεν θεωρούν ότι η εικόνα είναι ένα σύστημα υποτυπώδες σε σχέση με τη γλώσσα, οι δε ότι η σημασία δεν μπορεί να εξαντλήσει τον άφατο πλούτο της εικόνας. Όμως, και μάλιστα προπάντων, αν η εικόνα είναι

τρόπον τινά *όριο* του νοήματος, επιτρέπει να επανέλθουμε σε μιαν αυθεντική οντολογία της σημασιοδότησης. Πώς έρχεται το νόημα στην εικόνα; Πού τελειώνει το νόημα; Κι αν τελειώνει, τι υπάρχει *πέρα απ' αυτό*; Να το πρόβλημα που θα θέλαμε να θέσουμε εδώ, υποβάλλοντας την εικόνα σε μια φασματική ανάλυση των μηνυμάτων που μπορεί να περιέχει. Θα επιτρέψουμε στον εαυτό μας, εξαρχής, μια σημαντική ευκολία: θα μελετήσουμε μόνο τη διαφημιστική εικόνα. Γιατί; Διότι στη διαφήμιση η σημασιοδότηση της εικόνας είναι, ασφαλώς, εσκεμμένη: ορισμένα χαρακτηριστικά του προϊόντος είναι που σχηματίζουν εκ των προτέρων τα σημαινόμενα του διαφημιστικού μηνύματος, και τα σημαινόμενα αυτά πρέπει να μεταδοθούν με όσο το δυνατόν μεγαλύτερη σαφήνεια. Αν η εικόνα περιέχει σημεία, είμαστε βέβαιοι ότι στη διαφήμιση τα σημεία αυτά είναι πλήρη, σχηματίζονται με στόχο τη βέλτιστη ανάγνωση: η διαφημιστική εικόνα είναι *ειλικρινής* ή, τουλάχιστον, εμφατική.

Τα τρία μηνύματα

Ιδού μια διαφήμιση των ζυμαρικών *Panzani*: πακέτα ζυμαρικών, ένα κουτί, ένα φακελάκι, τομάτες, κρεμμύδια, πιπεριές, ένα μανιτάρι, και όλα να βγαίνουν από ένα μισάνοιχτο δίχτυ σε αποχρώσεις κίτρινες και πράσινες, πάνω σε κόκκινο φόντο.[1] Ας προσπαθήσουμε λοιπόν να «σταχυολογήσουμε» τα διάφορα μηνύματα που μπορεί να περιέχει.

Η εικόνα μεταδίδει αμέσως ένα πρώτο μήνυμα, που η ουσία του είναι γλωσσική. Το υπόστρωμά του είναι η λεζάντα, στο περιθώριο, και οι ετικέτες, από τη μεριά τους, που εντάσσονται στη φυσικότητα της σκηνής, σαν σε ένα σχήμα αέναου εγκιβωτισμού: ο κώδικας απ' μία μεταγλώσσα.

1. Η *περιγραφή* της φωτογραφίας δίνεται εδώ προσεκτικά καθότι αποτελεί

όπου αντλείται αυτό το μήνυμα είναι απλώς ο κώδικας της γαλλικής γλώσσας. Για να αποκρυπτογραφηθεί αυτό το μήνυμα, δεν απαιτεί να ξέρουμε κάτι περισσότερο από τη γνώση της γραφής και της γαλλικής. Για να πούμε την αλήθεια, το ίδιο το μήνυμα μπορεί να αναλυθεί περισσότερο, διότι το σημείο *Panzani* δεν δίνει απλώς το όνομα της φίρμας, αλλά επίσης, λόγω της συνήχησής του, ένα πρόσθετο σημαινόμενο, που είναι, αν θέλετε, η «ιταλικότητα». Το γλωσσικό μήνυμα είναι λοιπόν διπλό (τουλάχιστον στην εικόνα αυτή): μήνυμα καταδήλωσης και συμπαραδήλωσης. Ωστόσο, καθώς δεν υπάρχει εδώ παρά ένα μόνο τυπικό σημείο,[2] δηλαδή το σημείο της αρθρωμένης (γραπτής) γλώσσας, θα μετρηθεί ως ένα μόνο μήνυμα.

Αν θέσουμε κατά μέρος το γλωσσικό μήνυμα, απομένει η καθαρή εικόνα (έστω κι αν οι ετικέτες αποτελούν, ως λεπτομέρεια, τμήμα της). Τούτη η εικόνα μεταδίδει αμέσως μια σειρά ασυνεχών σημείων. Ιδού, κατ' αρχάς (η σειρά είναι αδιάφορη, διότι τα σημεία αυτά δεν είναι γραμμικά), η ιδέα ότι πρόκειται, στην αναπαριστώμενη σκηνή, για μια επιστροφή από την αγορά. Το σημαινόμενο αυτό εμπεριέχει δύο ευφορικές αξίες: τη φρεσκάδα των προϊόντων και την καθαρά οικιακή παρασκευή για την οποία προορίζονται. Το σημαίνον του είναι το μισάνοιχτο δίχτυ, που αφήνει να χύνονται οι προμήθειες στο τραπέζι, όπως στο άδειασμα μιας σακούλας. Για να διαβάσει κανείς αυτό το πρώτο σημείο, αρκεί μια γνώση τρόπον τινά ριζωμένη στις συνήθειες ενός ευρύτατου πολιτισμού, όπου το «να κάνεις μόνος σου τα ψώνια» αντιπαρατίθεται στον βιαστικό ανεφοδιασμό (κονσέρβες, ψυγεία) ενός πιο «μηχανοποιημένου» πολιτισμού. Ένα δεύτερο σημείο είναι σχεδόν εξίσου προφανές. Το σημαίνον του είναι η γειτνίαση της τομάτας, της πιπεριάς και της τρίχρωμης απόχρωσης (κίτρινο, πράσινο,

2. Ονομάζουμε *τυπικό σημείο* το σημείο ενός συστήματος στον βαθμό που αυτό καθορίζεται επαρκώς από την ουσία του: το λεκτικό σημείο, το εικονικό σημείο, το χειρονομικό σημείο είναι, εξίσου, τυπικά σημεία.

κόκκινο) της αφίσας. Το σημαινόμενό του είναι η Ιταλία ή, μάλλον, η *ιταλικότητα*. Το σημείο αυτό βρίσκεται σε σχέση φλύαρου υπερθεματισμού με το συμπαραδηλούμενο σημείο του γλωσσικού μηνύματος (η ιταλική παρήχηση του ονόματος Panzani). Η γνώση που κινητοποιεί τούτο το σημείο είναι ήδη πιο ιδιότυπη: είναι μια καθαρά «γαλλική» γνώση (οι Ιταλοί δεν θα μπορούσαν διόλου να αντιληφθούν τη συμπαραδήλωση του κύριου ονόματος και, πιθανόν, ούτε την ιταλικότητα της τομάτας και της πιπεριάς), εδραιωμένη πάνω στη γνώση ορισμένων τουριστικών στερεοτύπων. Συνεχίζοντας την εξερεύνηση της εικόνας (πράγμα που δεν σημαίνει ότι δεν είναι απολύτως σαφής ευθύς εξαρχής) ανακαλύπτουμε, χωρίς δυσκολία, δύο τουλάχιστον άλλα σημεία. Στο ένα, η πυκνή συνάθροιση διαφορετικών αντικειμένων μεταδίδει την ιδέα μιας πλήρους μαγειρικής εξυπηρέτησης, σαν να προσέφερε, αφενός, η *Panzani* ό,τι χρειάζεται για ένα σύνθετο φαγητό, και αφετέρου, σαν να ήταν το συμπυκνωμένο προϊόν του κουτιού ισάξιο με τα φυσικά προϊόντα που το κυκλώνουν και η σκηνή να συνέδεε τρόπον τινά την προέλευση των προϊόντων με την κατάληξή τους. Στο άλλο σημείο, η σύνθεση, ανακαλώντας στη μνήμη τόσους ζωγραφικούς πίνακες με τρόφιμα, παραπέμπει σ' ένα αισθητικό σημαινόμενο. Είναι η «νεκρή φύση» ή, όπως λέγεται καλύτερα σε άλλες γλώσσες, το «still living».[3] Η απαραίτητη εδώ γνώση είναι έντονα πολιτισμική. Θα μπορούσε κανείς να υποθέσει ότι στα τέσσερα αυτά σημεία προστίθεται μια τελευταία πληροφορία: εκείνη ακριβώς που μας λέει ότι εδώ πρόκειται για μια διαφήμιση, πληροφορία η οποία προκύπτει και από τη θέση της εικόνας στο περιοδικό και από την εμμονή με την ετικέτα *Panzani* (για να μη μιλήσουμε για τη λεζάντα). Η τελευταία, όμως, πλη-

3. Στα γαλλικά, η έκφραση «nature morte [νεκρή φύση]» αναφέρεται στην αρχική παρουσία πένθιμων αντικειμένων, όπως ένα κρανίο, σε ορισμένους πίνακες.

ροφορία επεκτείνει τη σκηνή. Διαφεύγει τρόπον τινά από τη σημασιοδότηση, στον βαθμό που η διαφημιστική φύση της εικόνας είναι ουσιαστικά λειτουργική: όταν εκφέρω κάτι, δεν σημαίνει αναγκαστικά *μιλώ*, εκτός αν εννοούμε ότι γίνεται σε σκοπίμως αναστοχαστικά συστήματα, όπως η λογοτεχνία.

Ιδού, λοιπόν, για την εικόνα αυτή τέσσερα σημεία, τα οποία θα υποθέσουμε ότι σχηματίζουν ένα συνεκτικό σύνολο, διότι είναι όλα ασυνεχή, επιβάλλουν μια γενικά πολιτισμική γνώση και παραπέμπουν σε σημαινόμενα που το καθένα τους είναι σφαιρικό (λόγου χάρη, η *ιταλικότητα*), διαποτισμένο από ευφορικές αξίες. Βλέπουμε, λοιπόν, ότι το γλωσσικό μήνυμα ακολουθείται από ένα δεύτερο μήνυμα, εικονικής φύσεως. Αυτό είναι όλο; Αν αποσύρουμε όλα αυτά τα σημεία από την εικόνα, απομένει ακόμη εκεί μια ορισμένη πληροφοριακή ύλη. Στερημένος από την όποια γνώση, συνεχίζω να «διαβάζω» την εικόνα, να «καταλαβαίνω» ότι συγκεντρώνει σ' έναν ίδιο χώρο έναν ορισμένο αριθμό αναγνωρίσιμων (κατονομάσιμων) αντικειμένων, και όχι μόνο μορφές και χρώματα. Τα σημαινόμενα του τρίτου αυτού μηνύματος σχηματίζονται από τα πραγματικά αντικείμενα της σκηνής, τα σημαίνοντα, από τα ίδια τα φωτογραφημένα αντικείμενα, διότι είναι προφανές ότι στην αναλογική αναπαράσταση, επειδή η σχέση του σημαινόμενου πράγματος και της σημαίνουσας εικόνας δεν είναι πια «αυθαίρετη» (όπως είναι στην περίπτωση της γλώσσας), δεν είναι πια απαραίτητο να χρειαστούμε τη μεσολάβηση ενός τρίτου όρου υπό τη μορφή της ψυχικής εικόνας του αντικειμένου. Αυτό που προσδιορίζει τούτο το τρίτο μήνυμα είναι, πράγματι, ότι η σχέση σημαίνοντος και σημαινομένου είναι σχεδόν ταυτολογική. Ίσως η φωτογραφία να εμπεριέχει μια ορισμένη διαρρύθμιση της σκηνής (καδράρισμα, σμίκρυνση, επιπεδοποίηση), όμως αυτή η μετακίνηση δεν είναι *μετασχηματισμός* (όπως μπορεί να είναι μια κωδικοποίηση). Υπάρχει εδώ μια απώλεια της αντιστοιχίας (χα-

ρακτηριστικό των αληθινών συστημάτων σημείων), και θέση μιας οιονεί ταυτότητας. Με άλλα λόγια, το σημείο αυτού του μηνύματος δεν αντλείται πλέον μέσα από ένα θεσμικό απόθεμα, δεν είναι κωδικοποιημένο, και έχουμε να κάνουμε με το παράδοξο (στο οποίο θα επανέλθουμε) ενός *μηνύματος χωρίς κώδικα*.[4] Η ιδιαιτερότητα αυτή επανευρίσκεται στο επίπεδο της γνώσης που επενδύεται στην ανάγνωση του μηνύματος. Για να «διαβάσουμε» το τελευταίο (ή το πρώτο) επίπεδο της εικόνας, δεν έχουμε ανάγκη άλλης γνώσης από αυτή που συνδέεται με την αντίληψή μας: η γνώση αυτή δεν είναι ανύπαρκτη, διότι πρέπει να ξέρουμε τι είναι μια εικόνα (τα παιδιά δεν το ξέρουν παρά μόνο στα τέσσερά τους χρόνια περίπου), και τι είναι μια τομάτα, ένα δίχτυ, ένα πακέτο ζυμαρικά: όμως πρόκειται για μια σχεδόν ανθρωπολογική γνώση. Το μήνυμα αυτό αντιστοιχεί τρόπον τινά στο γράμμα της εικόνας, ενώ θα συμφωνήσουμε να το ονομάσουμε κυριολεκτικό μήνυμα, σε αντίθεση με το προηγούμενο μήνυμα, που είναι ένα μήνυμα «συμβολικό».

Αν, λοιπόν, η ανάγνωσή μας είναι ικανοποιητική, η αναλυόμενη φωτογραφία μάς προτείνει τρία μηνύματα: ένα γλωσσικό μήνυμα, ένα κωδικοποιημένο εικονικό μήνυμα και ένα μη κωδικοποιημένο εικονικό μήνυμα. Το γλωσσικό μήνυμα μπορεί εύκολα να διαχωριστεί από τα δύο άλλα μηνύματα. Επειδή, όμως, τα μηνύματα αυτά έχουν την ίδια (εικονική) ουσία, μέχρι ποιο σημείο έχουμε δικαίωμα να τα ξεχωρίσουμε; Είναι σίγουρο ότι η διάκριση των δύο εικονικών μηνυμάτων δεν γίνεται αυθόρμητα στο επίπεδο της τρέχουσας ανάγνωσης: ο θεατής της εικόνας δέχεται *ταυτόχρονα* το αντιληπτικό και το πολιτισμικό μήνυμα, και θα δούμε αργότερα ότι αυτή η αναγνωστική σύγχυση αντιστοιχεί στη λειτουργία της μαζικής εικόνας (με την οποία ασχολούμαστε εδώ). Η διάκριση έχει ωστόσο μια

4. Βλ., παραπάνω, «Το φωτογραφικό μήνυμα».

πρακτική ισχύ, ανάλογη με εκείνη που επιτρέπει στο γλωσσικό σημείο τη διάκριση ενός σημαίνοντος από ένα σημαινόμενο, παρότι στην πράξη δεν μπορεί ποτέ κανείς να ξεχωρίσει τη «λέξη» από το νόημά της, εκτός κι αν προσφύγουμε στη μεταγλώσσα ενός ορισμού: αν η διάκριση επιτρέπει να περιγράψουμε τη δομή της εικόνας με συνεκτικό και απλό τρόπο, και αν η περιγραφή αυτή προετοιμάζει μια ερμηνεία του ρόλου της εικόνας μέσα στην κοινωνία, θα τη θεωρήσουμε δικαιολογημένη. Πρέπει, λοιπόν, να επανερχόμαστε σε κάθε τύπο μηνύματος, ώστε να το εξερευνούμε στη γενικότητά του, χωρίς να λησμονούμε ότι προσπαθούμε να αντιληφθούμε τη δομή της εικόνας στο σύνολό της, δηλαδή την τελική σχέση των τριών μηνυμάτων μεταξύ τους. Ωστόσο, επειδή δεν πρόκειται πια για μιαν «αφελή» ανάλυση αλλά για μια δομική περιγραφή,[5] θα μετατρέψουμε κάπως τη σειρά των μηνυμάτων, αντιστρέφοντας το πολιτισμικό και το κυριολεκτικό μήνυμα. Από τα δύο εικονικά μηνύματα το πρώτο είναι τρόπον τινά τυπωμένο πάνω στο δεύτερο: το κυριολεκτικό μήνυμα εμφανίζεται ως το *υπόβαθρο* του «συμβολικού» μηνύματος. Όμως, ξέρουμε ότι ένα σύστημα που αναλαμβάνει τα σημεία ενός άλλου συστήματος για να τα μετατρέψει σε σημαίνοντά του είναι ένα σύστημα συμπαραδήλωσης.[6] Ας πούμε, λοιπόν, αμέσως ότι η κυριολεκτική εικόνα είναι *καταδηλούμενη* και η συμβολική εικόνα *συμπαραδηλούμενη*. Θα μελετήσουμε επομένως διαδοχικά το γλωσσικό μήνυμα, την καταδηλούμενη και τη συμπαραδηλούμενη εικόνα.

5. Η «αφελής» ανάλυση είναι μια απαρίθμηση στοιχείων, η δομική περιγραφή επιδιώκει να συλλάβει τη σχέση των στοιχείων αυτών εν ονόματι της αρχής της αλληλεγγύης των όρων μιας δομής: αν αλλάζει ένας όρος, το ίδιο και οι άλλοι.

6. «Éléments de sémiologie» [Στοιχεία σημειολογίας], στο *Communications*, 4, 1964, σ. 130.

Άραγε το γλωσσικό μήνυμα είναι σταθερό; Υπάρχει πάντα κείμενο μέσα, κάτω ή γύρω από την εικόνα; Για να επανεύρουμε εικόνες που δίδονται χωρίς λόγια, θα πρέπει ίσως να ανατρέξουμε σε εν μέρει αναλφάβητες κοινωνίες, δηλαδή σ' ένα είδος ιδεογραφικής κατάστασης της εικόνας. Στην πραγματικότητα, από την εμφάνιση ήδη του βιβλίου η σύνδεση κειμένου και εικόνας είναι συχνή. Η σύνδεση αυτή φαίνεται ότι πολύ λίγο έχει μελετηθεί από δομική άποψη. Ποια είναι η σημαίνουσα δομή της «εικονογράφησης»; Άραγε, η εικόνα επαναλαμβάνει ορισμένες πληροφορίες του κειμένου, κατά πλεοναστικό τρόπο, ή μήπως το κείμενο προσθέτει στην εικόνα μια καινούργια πληροφορία; Το πρόβλημα ίσως έχει τεθεί ήδη ιστορικά για τη γαλλική κλασική περίοδο, που είχε πάθος για τα βιβλία με εικόνες (δεν μπορούσαν, στον 18ο αιώνα, να νοηθούν οι *Μύθοι* του Λα Φονταίν χωρίς εικονογράφηση) και όπου ορισμένοι συγγραφείς, όπως ο Πατήρ Μενεστριέ, αναζήτησαν τις σχέσεις εικόνας και λόγου.[7] Σήμερα, στο επίπεδο της μαζικής επικοινωνίας, φαίνεται σαφώς ότι το γλωσσικό μήνυμα είναι παρόν σε όλες τις εικόνες: ως τίτλος, ως λεζάντα, ως άρθρο εφημερίδας, ως διάλογος ταινίας, ως fumetto στα κόμικς). Βλέπουμε έτσι ότι δεν είναι εντελώς σωστό να μιλάμε για πολιτισμό της εικόνας: είμαστε ακόμη, και περισσότερο παρά ποτέ, ένας πολιτισμός της γραφής,[8] διότι η γραφή και η ομιλία είναι πάντα πλήρεις όροι της πληροφοριακής δομής. Στην πραγματικότητα, αυτό που μετρά μόνο είναι η παρουσία του γλωσσικού μηνύματος, επειδή ούτε η θέση του ούτε το μήκος του φαίνεται να

7. Ménestrier, *L' Art des emblèmes* [*Η τέχνη των εμβλημάτων*] 1684.

8. Η εικόνα χωρίς λόγο συναντάται βεβαίως, αλλά ως παραδοξολογία, σε ορισμένα χιουμοριστικά σχέδια. Η απουσία του λόγου υποκρύπτει πάντοτε μια «αινιγματική» πρόθεση.

είναι καίρια (ένα σχοινοτενές κείμενο μπορεί να περιέχει ένα μόνο συνολικό σημαινόμενο, χάρη στη συμπαραδήλωση, και αυτό το σημαινόμενο είναι που συσχετίζεται με την εικόνα). Ποιες είναι λοιπόν οι λειτουργίες του γλωσσικού μηνύματος σε σχέση με το εικονικό (διπλό) μήνυμα; Φαίνεται ότι υπάρχουν δύο: της *πρόσδεσης* και της *αναμετάδοσης*.

Όπως θα το δούμε καλύτερα αμέσως μετά, κάθε εικόνα είναι πολυσημική, εμπεριέχει, υπολανθάνουσα στα σημαίνοντά της, μια «κυμαινόμενη αλυσίδα» σημαινομένων, από τα οποία ο αναγνώστης μπορεί να επιλέξει ορισμένα και να αγνοήσει τα υπόλοιπα. Η πολυσημία παράγει ένα ερώτημα για το νόημα. Όμως το ερώτημα αυτό εμφανίζεται πάντα ως δυσλειτουργία, ακόμη κι αν η δυσλειτουργία αυτή αφομοιώνεται από την κοινωνία υπό μορφή τραγικού παιχνιδιού (ο βουβός Θεός δεν επιτρέπει να επιλέξουμε μεταξύ των σημείων), ή ποιητικού (είναι το –πανικό– «ρίγος του νοήματος» των αρχαίων Ελλήνων). Ακόμη και στον κινηματογράφο οι τραυματικές εικόνες συνδέονται με μιαν αβεβαιότητα (με μιαν ανησυχία) ως προς το νόημα των αντικειμένων ή των στάσεων. Γι' αυτό και αναπτύσσονται σε κάθε κοινωνία διάφορες τεχνικές, με σκοπό να *καθηλώσουν* την κυμαινόμενη αλυσίδα των σημαινομένων, ώστε να καταπολεμηθεί ο τρόμος των αβέβαιων σημείων: το γλωσσικό μήνυμα είναι μία από τις τεχνικές αυτές. Στο επίπεδο του κυριολεκτικού μηνύματος η ομιλία αποκρίνεται, με περισσότερο ή λιγότερο άμεσο τρόπο, με περισσότερο ή λιγότερο μερικό τρόπο: *Τι είναι αυτό*; Επιτρέπει να αναγνωρίσουμε, απλούστατα, τα διάφορα στοιχεία της σκηνής και την ίδια τη σκηνή: πρόκειται για μια καταδηλούμενη περιγραφή της εικόνας (περιγραφή πολλές φορές μερική) ή, κατά την ορολογία του Γιέλμσλεβ, για μια *ενέργεια* (αντιπαρατιθέμενη στη συμπαραδήλωση).[9] Η κατονομαστική

9. Πρβλ. «Éléments de sémiologie», *ό.π.*, σσ. 131-132.

λειτουργία αντιστοιχεί ασφαλώς σε μια *πρόσδεση* όλων των δυνατών (καταδηλούμενων) νοημάτων του αντικειμένου, με την προσφυγή σε κάποια ονοματολογία. Μπροστά σε μια πιατέλα (διαφήμιση *Amieux*), μπορεί να διστάσω να αναγνωρίσω τα σχήματα και τους όγκους. Η λεζάντα («*Ρύζι και τόνος με μανιτάρια*») με βοηθά να επιλέξω το *σωστό αντιληπτικό επίπεδο*, μου επιτρέπει να προσαρμόσω όχι μόνο το βλέμμα μου, αλλά και τη νοητική αντίληψή μου. Στο επίπεδο του «συμβολικού» μηνύματος το γλωσσικό μήνυμα δεν καθοδηγεί πια την αναγνώριση αλλά την ερμηνεία, αποτελεί ένα είδος μέγκενης που εμποδίζει τα συμπαραδηλούμενα νοήματα να πληθυνθούν, είτε προς υπερβολικά ατομικές περιοχές (δηλαδή εμποδίζει την προβλητική δύναμη της εικόνας) είτε προς δυσφορικές αξίες. Μια διαφήμιση (κονσέρβες *d'Arcy*) παρουσιάζει μερικά μικρά φρούτα, σκόρπια γύρω από μια φορητή σκάλα. Η λεζάντα («*λες και είχατε κάνει μια βόλτα στον κήπο σας*») απομακρύνει ένα πιθανό σημαινόμενο (μιζέρια, φτωχή οσοδειά) επειδή θα ήταν δυσάρεστο, και προσανατολίζει την ανάγνωση προς ένα κολακευτικό σημαινόμενο (φυσικός και προσωπικός χαρακτήρας των καρπών του ιδιωτικού κήπου). Εδώ η λεζάντα επενεργεί ως αντι-ταμπού, αντιμάχεται τον άχαρο μύθο του τεχνητού, που συνδέεται συνήθως με τις κονσέρβες. Βέβαια, αλλού και όχι στη διαφήμιση, η πρόσδεση μπορεί να είναι ιδεολογική, και αυτό είναι μάλιστα, δίχως άλλο, η κύρια λειτουργία της. Το κείμενο *κατατοπίζει* τον αναγνώστη ανάμεσα στα σημαινόμενα της εικόνας, τον κάνει να αποφεύγει ορισμένα απ' αυτά, και να δέχεται άλλα. Μέσα από ένα συχνά λεπτεπίλεπτο dispatching, τον τηλεκατευθύνει προς ένα εκ των προτέρων επιλεγμένο νόημα. Σ' όλες αυτές τις περιπτώσεις πρόσδεσης η γλώσσα έχει, ασφαλώς, μια λειτουργία διασάφησης, η διασάφηση όμως αυτή είναι επιλεκτική. Πρόκειται για μια μεταγλώσσα, εφαρμοσμένη όχι στην ολότητα του εικονικού μηνύματος, αλλά μόνο σε ορισμένα από τα σημεία του. Το κείμενο είναι, όντως, το δι-

καίωμα του δημιουργού (και άρα της κοινωνίας) να ελέγχει την εικόνα: η πρόσδεση είναι ένας έλεγχος, είναι υπεύθυνη απέναντι στην προβλητική δύναμη των σχημάτων, στη χρήση του μηνύματος. Σε σχέση με την ελευθερία των σημαινομένων της εικόνας το κείμενο έχει μια *κατασταλτική* αξία,[10] και αντιλαμβανόμαστε ότι στο επίπεδό του επενδύονται κυρίως η ηθική και η ιδεολογία μιας κοινωνίας.

Η πρόσδεση είναι η συχνότερη λειτουργία του γλωσσικού μηνύματος. Τη βρίσκουμε συνήθως στη φωτογραφία των εφημερίδων και στη διαφήμιση. Η λειτουργία της αναμετάδοσης είναι σπανιότερη (τουλάχιστον σε ό,τι αφορά στη σταθερή εικόνα). Τη βρίσκουμε κυρίως στις γελοιογραφίες και στα κόμικς. Εδώ τα λόγια (συνηθέστατα ένα τμήμα διαλόγου) και η εικόνα βρίσκονται σε συμπληρωματική σχέση. Τότε τα λόγια είναι αποσπάσματα ενός γενικότερου συντάγματος, όπως και οι εικόνες, ενώ η ενότητα του μηνύματος γίνεται σε ανώτερο επίπεδο: στο επίπεδο της ιστορίας, του ανεκδότου, της διήγησης* (πράγμα που επιβεβαιώνει σαφέστατα ότι η διήγηση πρέπει να θεωρηθεί ως αυτόνομο σύστημα).[11] Σπάνια στη σταθερή εικόνα, αυτή η ομιλία-αναμεταδότης γίνεται σημαντικότατη στον

10. Αυτό φαίνεται καθαρά στη σπάνια περίπτωση όπου η εικόνα δομείται ακολουθώντας το κείμενο και όπου, συνεπώς, ο έλεγχος φαίνεται περιττός. Μια διαφήμιση που θέλει να υπονοήσει ότι στον τάδε καφέ το άρωμα είναι «φυλακισμένο» μέσα στη σκόνη του προϊόντος, και, επομένως, ότι θα το ξαναβρούμε ακέραιο καταναλώνοντας το προϊόν, εικονογραφεί πάνω από την πρόταση αυτή ένα κουτί καφέ, τυλιγμένο με αλυσίδα και λουκέτο. Εδώ, η γλωσσική μεταφορά («φυλακισμένο») λαμβάνεται κατά γράμμα (γνωστότατη ποιητική μέθοδος). Στην πραγματικότητα, όμως, η εικόνα είναι που διαβάζεται πρώτη, και το κείμενο που την έχει διαμορφώσει καταλήγει να είναι η απλή επιλογή ενός σημαινομένου μεταξύ άλλων: η καταστολή απαντάται και πάλι στο κύκλωμα καθώς το μήνυμα αποκτά ένα κοινότοπο νόημα.

* diégèse: υπό την έννοια της υπόθεσης, της ιστορίας, των πράξεων και της πλοκής που μεταδίδει μια αφήγηση. (Σ.τ.Ε.)

11. Πρβλ. Claude Bremond, «Le message narratif» [Το αφηγηματικό μήνυμα], στο *Communications*, 4, 1964.

κινηματογράφο, όπου ο διάλογος δεν έχει μιαν απλή λειτουργία διασάφησης, αλλά κάνει, αληθινά, να προχωρά η δράση, τοποθετώντας, στη σειρά των μηνυμάτων, νοήματα που δεν βρίσκονται μέσα στην εικόνα. Οι δύο λειτουργίες του γλωσσικού μηνύματος μπορούν, ασφαλώς, να συνυπάρχουν στο ίδιο εικονικό σύνολο, η επικράτηση όμως της μιας ή της άλλης δεν είναι ασφαλώς αδιάφορη για την όλη οικονομία του έργου. Όταν τα λόγια έχουν μια διηγητική αξία αναμετάδοσης, η πληροφόρηση είναι πιο δαπανηρή, επειδή απαιτεί την εκμάθηση ενός ψηφιακού κώδικα (της γλώσσας). Όταν έχουν αξία υποκατάστασης (πρόσδεσης, ελέγχου), είναι η εικόνα που επιφορτίζεται με την πληροφόρηση, και, επειδή η εικόνα είναι αναλογική, η πληροφόρηση είναι τρόπον τινά πιο «οκνή». Σε ορισμένα κόμικς, προορισμένα για «βιαστική» ανάγνωση, τη διήγηση την εμπιστεύονται, κυρίως, στα λόγια, ενώ η εικόνα συγκεντρώνει τις πληροφορίες σχετικά με τις, παραδειγματικής τάξεως, ιδιότητες των προσώπων (στερεοτυπικό καθεστώς των προσώπων): το δαπανηρό μήνυμα και το μήνυμα του λεκτικού συλλογισμού συμπίπτουν με τέτοιο τρόπο ώστε ο βιαστικός αναγνώστης να αποφεύγει τις ανιαρές λεκτικές «περιγραφές», που ανατίθενται εν προκειμένω στην εικόνα, δηλαδή σ' ένα λιγότερο «κοπιώδες» σύστημα.

Η καταδηλούμενη εικόνα

Είδαμε ότι στην καθαυτό εικόνα η διάκριση του κυριολεκτικού μηνύματος από το συμβολικό μήνυμα ήταν λειτουργική. Δεν συναντάμε ποτέ (τουλάχιστον στη διαφήμιση) μια καθαρά κυριολεκτική εικόνα. Ακόμη κι αν κατασκευάζαμε μια εντελώς «αφελή» εικόνα, αυτή θα προσοικειωνόταν αμέσως το σημείο της αφέλειας, και θα συμπληρωνόταν έτσι με ένα τρίτο μήνυμα, συμβολικό. Τα χαρακτηριστικά,

λοιπόν, του κυριολεκτικού μηνύματος δεν μπορούν να είναι χαρακτηριστικά ουσίας αλλά μόνο σχέσης. Είναι, πρωτίστως, αν θέλετε, ένα μήνυμα στερημένο, συγκροτημένο απ' ό,τι απομένει στην εικόνα όταν σβήσουμε (νοερά) τα σημεία συμπαραδήλωσης (δεν είναι δυνατόν να τα αφαιρέσουμε στην πραγματικότητα, διότι μπορούν να εμποτίζουν ολόκληρη την εικόνα, όπως στην περίπτωση της «σύνθεσης σε νεκρή φύση»). Η στερημένη αυτή κατάσταση αντιστοιχεί, φυσικά, σε μια πληρότητα δυνητικοτήτων: πρόκειται για μιαν απουσία νοήματος με πληρότητα όλων των νοημάτων. Έπειτα, είναι (κι αυτό δεν αντιφάσκει το προηγούμενο) ένα μήνυμα επαρκές, διότι έχει τουλάχιστον ένα νόημα στο επίπεδο της αναγνώρισης της εικονιζόμενης σκηνής. Το γράμμα της εικόνας αντιστοιχεί, εν ολίγοις, στον πρώτο βαθμό του νοητού (εντεύθεν αυτού του βαθμού ο αναγνώστης θα αντιλαμβανόταν μόνο γραμμές, σχήματα και χρώματα), όμως αυτό το νοητό παραμένει δυνητικό, λόγω της ίδιας της φτώχειας του, διότι ο οποιοσδήποτε, προερχόμενος από μια πραγματική κοινωνία, διαθέτει πάντα μια γνώση ανώτερη από την ανθρωπολογική, και αντιλαμβάνεται κάτι παραπάνω από την κυριολεξία. Καταλαβαίνουμε, σε μια αισθητική προοπτική, ότι το καταδηλούμενο μήνυμα, ταυτόχρονα στερημένο και επαρκές, θα μπορούσε να θεωρηθεί ένα είδος αδαμιαίας κατάστασης της εικόνας. Απαλλαγμένη, κατά ουτοπικό τρόπο, από τις συμπαραδηλώσεις της, η εικόνα θα γινόταν ριζικά αντικειμενική, δηλαδή, σε τελική ανάλυση, αθώα.

Αυτός ο ουτοπικός χαρακτήρας της καταδήλωσης ενισχύεται σημαντικά από το παράδοξο που ήδη έχουμε επισημάνει, και το οποίο κάνει τη φωτογραφία (στην κυριολεκτική της κατάσταση), λόγω της απόλυτα αναλογικής της φύσης, να φαίνεται καθαρά ότι αποτελεί ένα μήνυμα χωρίς κώδικα. Ωστόσο, πρέπει εδώ η δομική ανάλυση της εικόνας να εξειδικευθεί, διότι, απ' όλες τις εικόνες, μόνο η φωτογραφία έχει την ικανότητα να μεταδίδει την (κυριολεκτική) πλη-

ρορφία χωρίς να τη σχηματίζει με τη βοήθεια ασυνεχών σημείων κα
κανόνων μετατροπής. Ιδρέπει, λοιπόν, να αντιπαραθέσουμε τη φω
τογραφία, ένα μήνυμα χωρίς κώδικα, στο σχέδιο, το οποίο ακόμη κα
καταδηλούμενο, είναι ένα κωδικοποιημένο μήνυμα. Η κωδικοποι
ημένη φύση του σχεδίου εμφανίζεται σε τρία επίπεδα: Κατ' αρχάς,
για να αναπαραχθεί ένα αντικείμενο ή μια σκηνή μέσω του σχεδίου,
χρειάζεται ένα σύνολο *ρυθμισμένων* μετατοπίσεων. Δεν υπάρχει μια
φύση του ζωγραφισμένου αντιγράφου και οι κώδικες μετατόπισης
είναι ιστορικοί (ιδιαίτερα σε ό,τι αφορά στην προοπτική). Έπειτα,
το εγχείρημα του σχεδίου (η κωδικοποίηση) υποχρεώνει αμέσως σ'
έναν ορισμένο διαχωρισμό ανάμεσα στο σημαίνον και το ασήμαντο:
το σχέδιο δεν αναπαράγει *το παν*, και συχνά μάλιστα ελάχιστα πράγ-
ματα, χωρίς ωστόσο να παύει να είναι ένα μήνυμα ισχυρό, ενώ η
φωτογραφία, αν και μπορεί να επιλέγει το θέμα της, το πλαίσιο και
την οπτική της γωνία, δεν μπορεί να παρέμβει στο *εσωτερικό* του
αντικειμένου (εκτός κι αν πρόκειται για τρυκ). Με άλλα λόγια, η κα-
ταδήλωση του σχεδίου είναι λιγότερο καθαρή από τη φωτογραφική
καταδήλωση, διότι δεν υπάρχει ποτέ σχέδιο χωρίς ύφος. Τέλος,
όπως όλοι οι κώδικες, το σχέδιο απαιτεί μια μαθητεία (ο Σωσσύρ
απέδιδε μεγάλη σημασία στο σημειολογικό αυτό γεγονός). Άραγε, έχει
η κωδικοποίηση του καταδηλούμενου μηνύματος συνέπειες στο
συμπαραδηλούμενο μήνυμα; Είναι σίγουρο ότι η κωδικοποίηση του
γράμματος προετοιμάζει και διευκολύνει τη συμπαραδήλωση, εφό-
σον διαθέτει ήδη μια ορισμένη ασυνέχεια μέσα στην εικόνα: η «φτια-
ξιά» ενός σχεδίου συνιστά ήδη μια συμπαραδήλωση. Ταυτόχρονα,
όμως, στον βαθμό που το σχέδιο προβάλλει την κωδικοποίησή του,
η σχέση των δύο μηνυμάτων μετατρέπεται σημαντικά. Δεν είναι πλέον
η σχέση μιας φύσης και μιας κουλτούρας (όπως στην περίπτωση
της φωτογραφίας), είναι η σχέση ανάμεσα σε δύο κουλτούρες: η
«ηθική» του σχεδίου δεν είναι η ηθική της φωτογραφίας.

Στη φωτογραφία, πράγματι –τουλάχιστον στο επίπεδο του κυριολεκτικού μηνύματος–, η σχέση των σημαινομένων και των σημαινόντων δεν είναι σχέση «μετασχηματισμού» αλλά «εγγραφής», και η απουσία του κώδικα ενισχύει προφανώς τον μύθο της φωτογραφικής «φυσικότητας»: η σκηνή *είναι εκεί*, έχει συλληφθεί με μηχανικό, και όχι ανθρώπινο, τρόπο (ο μηχανικός τρόπος είναι, εν προκειμένω, εχέγγυο αντικειμενικότητας). Οι παρεμβάσεις του ανθρώπου στη φωτογραφία (καδράρισμα, απόσταση, φως, φλου, φιλέ κτλ.) ανήκουν, πράγματι, όλες στον χώρο της συμπαραδήλωσης. Όλα συμβαίνουν σαν να υπήρχε αρχικά (έστω ουτοπικά) μια φωτογραφία ακατέργαστη (μετωπική και ξεκάθαρη), πάνω στην οποία ο άνθρωπος να τοποθετούσε, με τη βοήθεια ορισμένων τεχνικών, τα σημεία που προέρχονται από τον πολιτισμικό κώδικα. Μόνο η αντίθεση του πολιτισμικού κώδικα και του φυσικού μη-κώδικα μπορεί, όπως φαίνεται, να ερμηνεύσει τον ιδιότυπο χαρακτήρα της φωτογραφίας και επιτρέπει να αποτιμηθεί το μέγεθος της ανθρωπολογικής επανάστασης που αντιπροσωπεύει στην ιστορία του ανθρώπου, διότι ο τύπος συνείδησης τον οποίο προϋποθέτει είναι, αληθινά, άνευ προηγουμένου. Η φωτογραφία θεμελιώνει, πράγματι, όχι μια συνείδηση του *είναι-εκεί* του πράγματος (που οποιοδήποτε αντίγραφο θα μπορούσε να διεγείρει), αλλά μια συνείδηση του *υπήρξε εκεί*. Άρα, πρόκειται για μια νέα κατηγορία του χωροχρόνου: τοπικά άμεση και χρονικά προγενέστερη. Στη φωτογραφία παράγεται μια παράλογη σύζευξη ανάμεσα στο *εδώ* και στο *άλλοτε*. Στο επίπεδο, λοιπόν, του καταδηλούμενου μηνύματος, ή μηνύματος χωρίς κώδικα, μπορούμε να καταλάβουμε πλήρως την *πραγματική ατοπικότητα* της φωτογραφίας. Η ατοπικότητά της σχετίζεται με το *εδώ*, διότι η φωτογραφία δεν βιώνεται ποτέ σαν μια ψευδαίσθηση, δεν αποτελεί διόλου μια *παρουσία*, ενώ πρέπει να αποποιηθούμε, εν πολλοίς, τον μαγικό χαρακτήρα της φωτογραφικής εικόνας. Και η πραγματικότητά της είναι η πραγματικότητα

του *υπήρξε εκεί*, διότι σε κάθε φωτογραφία υπάρχει το πάντα εκπληκτικό προφανές του *αυτό συνέβη έτσι*: έχουμε τότε στην κατοχή μας, θαύμα πολύτιμο, μια πραγματικότητα από την οποία είμαστε προφυλαγμένοι. Αυτού του είδους η χρονική εξισορρόπηση (*υπήρξε εκεί*) μετριάζει πιθανόν την προβλητική δύναμη της εικόνας (πολύ λίγα ψυχολογικά τεστ καταφεύγουν στη φωτογραφία, πολλά καταφεύγουν στο σχέδιο): το *αυτό υπήρξε* αντιμάχεται σθεναρά το *είμαι εγώ*. Αν αυτές οι παρατηρήσεις είναι, έως έναν βαθμό, σωστές, θα πρέπει να συνδέσουμε, τη φωτογραφία με την καθαρή θεαματική συνείδηση, και όχι με τη μυθοπλαστική, περισσότερο προβλητική, περισσότερο «μαγική» συνείδηση από την οποία εξαρτάται, σε γενικές γραμμές, ο κινηματογράφος. Άρα, είναι επιτρεπτό να δούμε ότι ανάμεσα στον κινηματογράφο και στη φωτογραφία δεν υπάρχει μια απλή διαφορά βαθμού, αλλά μια ριζική αντιπαράθεση: ο κινηματογράφος δεν θα ήταν, έτσι, κινούμενη φωτογραφία. Σ' αυτόν, το *υπήρξε εκεί* εξαφανίζεται, προς όφελος του *είναι εκεί* του πράγματος. Κι αυτό εξηγεί το γεγονός ότι μπορεί να υπάρχει μια ιστορία του κινηματογράφου χωρίς αληθινή ρήξη με προγενέστερες τέχνες της μυθοπλασίας, ενώ η φωτογραφία ξεφεύγει τρόπον τινά από την ιστορία (παρά την ανάπτυξη της τεχνικής και τις φιλοδοξίες της φωτογραφικής τέχνης) και αντιπροσωπεύει ένα ανθρωπολογικό γεγονός «μουντό», εντελώς καινούργιο και ταυτόχρονα οριστικά αξεπέραστο. Για πρώτη φορά στην ιστορία της η ανθρωπότητα γνωρίζει *μηνύματα χωρίς κώδικα*. Η φωτογραφία δεν είναι, λοιπόν, ο τελευταίος (βελτιωμένος) όρος της μεγάλης οικογένειας των εικόνων, αλλά αντιστοιχεί σε μια βασική μετάλλαξη της οργάνωσης της πληροφόρησης.

Εν πάση περιπτώσει, η καταδηλούμενη εικόνα, στον βαθμό που δεν προϋποθέτει κανέναν κώδικα (είναι η περίπτωση της διαφημιστικής πληροφορίας), παίζει στη γενική δομή του εικονικού μηνύματος έναν ιδιαίτερο ρόλο, τον οποίο μπορούμε να αρχίσουμε να

προσδιορίζουμε (θα επανέλθουμε στο θέμα αυτό όταν μιλήσουμε για το τρίτο μήνυμα): η καταδηλούμενη εικόνα φυσικοποιεί το συμβολικό μήνυμα, αθωώνει το πυκνότατο (κυρίως στη διαφήμιση) σημασιολογικό τέχνασμα της συμπαραδήλωσης. Παρότι η αφίσα *Panzani* είναι γεμάτη από «σύμβολα», παραμένει ωστόσο μέσα στη φωτογραφία ένα είδος φυσικού *είναι εκεί* των πραγμάτων, στον βαθμό που το κυριολεκτικό μήνυμα είναι επαρκές: η φύση φαίνεται να παράγει αυθόρμητα την αναπαριστώμενη σκηνή. Την απλή εγκυρότητα των ανοικτά σημασιολογικών συστημάτων την υποκαθιστά, υποδόρια, μια ψευδο-αλήθεια. Η απουσία κώδικα αποδιανοητικοποιεί το μήνυμα, διότι φαίνεται να θεμελιώνει εν είδει φύσεως τα σημεία της κουλτούρας. Κι εδώ είναι ίσως ένα σημαντικό ιστορικό παράδοξο: όσο περισσότερο η τεχνική αναπτύσσει τη διάδοση των πληροφοριών (και κυρίως των εικόνων), τόσο περισσότερο παρέχει τα μέσα για να αποκρύψει το νόημα, που δομείται κάτω από το επιφαινόμενο του δεδομένου νοήματος.

Ρητορική της εικόνας

Είδαμε ότι τα σημεία του τρίτου μηνύματος (μήνυμα «συμβολικό», πολιτισμικό ή συμπαραδηλούμενο) ήταν ασυνεχή. Ακόμη κι όταν το σημαίνον φαίνεται να εκτείνεται σ' ολόκληρη την εικόνα, δεν παύει να είναι ένα σημείο ξεχωριστό από τα άλλα: η «σύνθεση» συμπαρασύρει ένα αισθητικό σημαινόμενο, όπως περίπου ο τονισμός, που, παρότι υπερτμηματικός, είναι ένα απομονωμένο σημαίνον της γλώσσας. Έχουμε να κάνουμε, λοιπόν, εδώ με ένα κανονικό σύστημα, του οποίου τα σημεία αντλούνται από έναν πολιτισμικό κώδικα (ακόμη κι αν η σύνδεση των στοιχείων του σημείου εμφανίζεται λίγο-πολύ αναλογική). Η πρωτοτυπία του συστήματος αυτού είναι ότι ο αριθμός

των αναγνώσεων μιας ίδιας λεξιλογικής ενότητας (μιας ίδιας εικόνας) είναι ποικίλος, ανάλογα με τα άτομα: στη διαφήμιση *Panzani*, την οποία αναλύσαμε, επισημάναμε τέσσερα σημεία συμπαραδήλωσης. Υπάρχουν πιθανόν και άλλα (το δίχτυ μπορεί, λόγου χάρη, να σημαίνει το θαύμα του πολλαπλασιασμού των ιχθύων, την αφθονία κτλ.). Ωστόσο, η μεταβλητότητα των αναγνώσεων δεν είναι άναρχη, εξαρτάται από τις διαφορετικές γνώσεις που επενδύονται στην εικόνα (γνώση πρακτική, εθνική, πολιτισμική, αισθητική), και οι γνώσεις αυτές μπορούν να ταξινομηθούν, να ενταχθούν σε μια τυπολογία. Όλα αυτά συμβαίνουν σαν η εικόνα να δινόταν προς ανάγνωση σε πολλούς ανθρώπους και σαν οι άνθρωποι αυτοί να μπορούν κάλλιστα να συνυπάρχουν σ' ένα μόνο άτομο: *μια ίδια λεξιλογική ενότητα ενεργοποιεί διαφορετικά λεξιλόγια.* Τι είναι ένα λεξιλόγιο; Είναι ένα μέρος του συμβολικού επιπέδου (της γλώσσας) που αντιστοιχεί σ' ένα σώμα πρακτικών και τεχνικών.[12] Αυτό ισχύει ακριβώς για τις διαφορετικές αναγνώσεις της εικόνας: το κάθε σημείο αντιστοιχεί σ' ένα σύνολο «στάσεων»: ο τουρισμός, το νοικοκυριό, η γνώση της τέχνης, από τις οποίες ορισμένες μπορεί, φυσικά, να λείπουν, σε ατομικό επίπεδο. Υπάρχει μια πολλαπλότητα και μια συνύπαρξη των λεξιλογίων στον ίδιο άνθρωπο. Ο αριθμός και η ταυτότητα των λεξιλογίων αυτών σχηματίζουν τρόπον τινά την *ιδιόλεκτο* του καθενός.[13] Η εικόνα, στη συμπαραδήλωσή της, συγκροτείται, λοιπόν, από μιαν αρχιτεκτονική σημείων που αντλούνται από ένα μεταβλητό βάθος λεξιλογίων (ιδιολέκτων), ενώ το κάθε λεξιλόγιο, όσο «βαθύ» κι αν είναι, παραμένει κωδικοποιημένο, όπως πιστεύουν τώρα και για την ίδια την *ψυχή* [*psyché*], ότι είναι αρθρωμένη όπως ένα γλωσ-

12. Πρβλ. A.J. Greimas, «Les problèmes de la description mécanographique» [Τα προβλήματα της μηχανογραφικής περιγραφής], στο *Cahiers de lexicologie*, 1, Μπεζανσόν, 1959, σ. 63.

13. Πρβλ. «Eléments de sémiologie», *ό.π.*, σ. 96.

σικό ιδίωμα. Ακόμη περισσότερο: όσο «κατεβαίνουμε» στο ψυχικό βάθος ενός ατόμου, τόσο περισσότερο σπανίζουν τα σημεία και γίνονται ταξινομήσιμα: υπάρχει άραγε κάτι πιο συστηματικό από τις αναγνώσεις του Ρόρσαχ; Η ποικιλία των αναγνώσεων δεν μπορεί, λοιπόν, να απειλήσει τη «γλώσσα» της εικόνας, αν δεχθούμε ότι η γλώσσα αυτή αποτελείται από ιδιολέκτους, λεξιλόγια, ή υποκώδικες: η εικόνα διαπερνάται εξ ολοκλήρου από το σύστημα της νοήματος, ακριβώς όπως ο άνθρωπος αρθρώνεται μέχρι τα τρίσβαθά του από ξεχωριστές γλώσσες. Η γλώσσα της εικόνας δεν είναι μόνο το σύνολο των εκπεμφθεισών ομιλιών (λόγου χάρη, στο επίπεδο του συνδυαστή των σημείων ή του δημιουργού του μηνύματος), είναι επίσης το σύνολο των ληφθεισών ομιλιών:[14]* η γλώσσα πρέπει να συμπεριλαμβάνει τις «εκπλήξεις» του νοήματος.

Μια άλλη δυσκολία συνδεδεμένη με την ανάλυση της συμπαραδήλωσης είναι ότι στην ιδιαιτερότητα των σημαινομένων της δεν αντιστοιχεί μια ιδιαίτερη αναλυτική γλώσσα. Πώς να ονομάσουμε τα σημαινόμενα συμπαραδήλωσης; Για ένα από αυτά διακινδυνεύσαμε τον όρο *ιταλικότητα*, τα άλλα όμως δεν μπορούν να προσδιοριστούν παρά μόνο με λέξεις που προέρχονται από την καθημερινή γλώσσα (*μαγειρική-προετοιμασία*, *νεκρή-φύση*, *αφθονία*): η μεταγλώσσα που οφείλει να τα επωμισθεί τη στιγμή της ανάλυσης δεν είναι ειδική. Αυτό αποτελεί μια δυσχέρεια, διότι τα εν λόγω σημαινόμενα έχουν μια ιδιαίτερη σημασιολογική φύση: ως *σήμημα* συμπαραδήλωσης «η αφθονία» δεν επικαλύπτει επακριβώς «την αφθονία» υπό την κα-

14. Μέσα στη σκέψη του Σωσσύρ η ομιλία είναι κυρίως ό,τι εκπέμπεται, ό,τι αντλείται μέσα από τη γλώσσα (συγκροτώντας τη, αντιστρόφως). Πρέπει σήμερα να διευρύνουμε την έννοια της γλώσσας, κυρίως από σημασιολογική άποψη: η γλώσσα είναι «η ολοποιητική αφαίρεση» των εκπεμφθέντων και των *ληφθέντων* μηνυμάτων.

* Palole: ομιλία. Ατομική χρήση της γλώσσας που κάνει ο κάθε ομιλητής επιλέγοντας από το ιδεατό γενικό σύστημά της. (Σ.τ.Ε.)

ταδηλούμενη έννοια. Το σημαίνον συμπαραδήλωσης (εδώ η δαψίλεια και η συμπύκνωση των προϊόντων) είναι ο τρόπον τινά ουσιώδης κωδικός όλων των δυνατών αφθονιών ή, ακόμη καλύτερα, της καθαρότερης ιδέας της αφθονίας. Η καταδηλούμενη λέξη, από τη μεριά της, δεν παραπέμπει ποτέ σε μια ουσία, διότι βρίσκεται πάντα κλεισμένη μέσα σε μια συγκυριακή ομιλία, σ' ένα συνεχές «σύνταγμα» (το σύνταγμα του ρηματικού λόγου), προσανατολισμένη προς μία ορισμένη πρακτική μεταβατικότητα της γλώσσας. Το σήμημα «αφθονία», αντίθετα, είναι μια καθαρή σύλληψη, αποκομμένη από κάθε σύνταγμα, στερημένη από οποιοδήποτε συμφραζόμενα. Αντιστοιχεί σ' ένα είδος θεατρικής κατάστασης του νοήματος ή, ακόμη καλύτερα (αφού πρόκειται για ένα σημείο χωρίς σύνταγμα), σ' ένα *έκθετο* νόημα. Έτσι, για να αποδώσουμε αυτά τα σημήματα συμπαραδήλωσης, θα χρειαζόταν μια ιδιαίτερη μεταγλώσσα. Διακινδυνεύσαμε τον όρο *ιταλικότητα*. Βαρβαρισμοί αυτού του είδους θα μπορούσαν να ερμηνεύσουν, με τον καλύτερο τρόπο, σημαινόμενα συμπαραδήλωσης, διότι η κατάληξη -tas (ινδοευρωπαϊκό *-tà) χρησίμευε για να παραχθεί από το επίθετο ένα αφηρημένο ουσιαστικό: η ιταλικότητα [italianité] δεν είναι η Ιταλία, είναι η συμπυκνωμένη ουσία όλων όσων μπορούν να είναι ιταλικά, τα σπαγγέτι στη ζωγραφιά. Δεχόμενοι να τακτοποιήσουμε, με τεχνητό –και εν ανάγκη με βάρβαρο– τρόπο την ονομασία των σημημάτων συμπαραδήλωσης, θα διευκολύνουμε την ανάλυση της μορφής τους.[15] Τα σημήματα αυτά οργανώνονται, φυσικά, σε συνειρμικά πεδία, σε παραδειγματικές αρθρώσεις, ίσως και σε αντιθέσεις σύμφωνα με ορισμένες διαδρομές, ή, όπως λέει ο A. Z. Γκρεμάς, σύμφωνα με ορισμένους σημηματικούς άξονες:[16] η *ιταλικότητα* ανήκει σ' έναν

15. *Μορφή*, κατά το ακριβές νόημα που της δίνει ο Hjelmslev (πρβλ. «Éléments de sémiologie», *ό.π.*, σ. 105), ως λειτουργική οργάνωση των σημαινομένων μεταξύ τους.

16. A. J. Greimas, «Cours de sémantique» [Μαθήματα σημασιολογίας], *Cahiers ronéotypés pour l' École normale supérieure de Saint-Cloud*, 1964.

ορισμένο άξονα εθνοτήτων, πλάι στη γαλλικότητα, στη γερμανικότητα ή στην ισπανικότητα. Η επανασυγκρότηση αυτών των αξόνων –οι οποίοι μπορούν, εξάλλου, εν συνεχεία, να αντιπαρατεθούν μεταξύ τους– δεν θα είναι, προφανώς, δυνατή, παρά μόνο όταν διενεργήσουμε μια μαζική απογραφή των συστημάτων συμπαραδήλωσης, όχι μόνο του συστήματος της εικόνας, αλλά επίσης και των συστημάτων άλλων ουσιών, διότι αν και η συμπαραδήλωση έχει τυπικά σημαίνοντα, ανάλογα με τις χρησιμοποιούμενες ουσίες (εικόνα, ομιλία, αντικείμενα, συμπεριφορές), θέτει ωστόσο όλα τα σημαινόμενά της μαζί: τα ίδια *σημαινόμενα* θα τα επανεύρουμε στον γραπτό τύπο, στην εικόνα, ή στην κίνηση του ηθοποιού (αυτός είναι και ο λόγος για τον οποίο η σημειολογία δεν είναι νοητή παρά μόνο σε πλαίσιο, θα λέγαμε, συνολικό). Τούτος ο κοινός χώρος των σημαινόμενων συμπαραδήλωσης είναι ο χώρος της *ιδεολογίας*, η οποία δεν θα μπορούσε να είναι παρά μοναδική για μια δεδομένη κοινωνία και ιστορία, όποια κι αν είναι τα σημαίνοντα συμπαραδήλωσης στα οποία προσφεύγει.

Στη γενική ιδεολογία αντιστοιχούν, όντως, σημαίνοντα συμπαραδήλωσης που εξειδικεύονται ανάλογα με την επιλεχθείσα ουσία. Θα ονομάσουμε τα σημαίνοντα αυτά *συμπαραδηλωτές*, και το σύνολο των *συμπαραδηλωτών*, μια *ρητορική*: έτσι, η ρητορική παρουσιάζεται ως η σημαίνουσα όψη της ιδεολογίας. Οι ρητορικές ποικίλλουν μοιραία ως προς την ουσία τους (εδώ ο αρθρωμένος ήχος, εκεί η εικόνα, αλλού η χειρονομία κτλ.), όχι όμως, υποχρεωτικά, ως προς τη μορφή τους. Είναι μάλιστα πιθανόν να υπάρχει μία μόνο ρητορική *μορφή*, κοινή, λόγου χάρη, στο όνειρο, στη λογοτεχνία και στην εικόνα.[17] Έτσι, η ρητορική της εικόνας (ήτοι η ταξινόμηση

17. Πρβλ. E. Benveniste, «Remarques sur la fonction du langage dans la découverte freudienne» [Σημειώσεις για τη λειτουργία της γλώσσας στη φροϋδική ανακάλυψη], στο *La Psychanalyse*, σσ. 3-16. Αναδημοσιεύτηκε στο *Problèmes de linguistique générale* [*Προβλήματα γενικής γλωσσολογίας*], Παρίσι, Gallimard, 1966, κεφ. VII.

των συμπαραδηλωτών της) είναι ιδιότυπη, στον βαθμό που υπο-
τάσσεται στους φυσικούς καταναγκασμούς της όρασης (διαφορετι-
κούς, λόγου χάρη, από τους φωνητικούς καταναγκασμούς), όμως
γενική, στον βαθμό που τα «σχήματα» είναι πάντα μόνο μορφικές σχέ-
σεις στοιχείων. Η ρητορική αυτή μπορεί να συγκροτηθεί μόνο αν έχει
ως αφετηρία έναν αρκετά ευρύ απογραφικό κατάλογο, μπορούμε
όμως από τώρα να προβλέψουμε ότι θα επανεύρουμε μερικά από
τα σχήματα που επεσήμαναν, πάλαι ποτέ, οι αρχαίοι και οι γάλλοι κλα-
σικοί.[18] Έτσι, η τομάτα σημαίνει ιταλικότητα μέσω μετωνυμίας. Αλ-
λού, η ακολουθία τριών σκηνών (καφές σε σπόρους, καφές σε σκόνη,
εισπνεόμενο άρωμα καφέ) εκπέμπει, ως απλή παράθεση, μια ορι-
σμένη λογική σχέση όπως ένα ασύνδετο. Είναι, πράγματι, πιθανόν
ότι μεταξύ των *μεταβολών* [*metaboles*] (ήτοι των σχημάτων υποκα-
τάστασης ενός σημαίνοντος με ένα άλλο[19]) η μετωνυμία είναι εκείνη
η οποία παρέχει στην εικόνα τον μεγαλύτερο αριθμό των συμπαρα-
δηλωτών της. Και ανάμεσα στις *παρατάξεις* [parataxes] (ή συνταγ-
ματικά σχήματα) επικρατεί το ασύνδετο.

Το σπουδαιότερο πάντως –τουλάχιστον προσώρας– δεν είναι να
απογράψουμε τους συμπαραδηλωτές, είναι να καταλάβουμε ότι απο-
τελούν, μέσα στη συνολική εικόνα, *ασυνεχή χαρακτηριστικά στοιχεία*
ή, ακόμη καλύτερα, *ασταθή*. Οι συμπαραδηλωτές δεν πληρούν ο-

18. Την κλασική ρητορική πρέπει να την ξανασκεφθούμε με δομικούς όρους (είναι
το αντικείμενο μιας μελέτης που γράφεται τώρα), και τότε θα είναι, ίσως, δυνατόν
να δημιουργήσουμε μια γενική, ή γλωσσική, ρητορική των σημαινόντων
συμπαραδήλωσης, που θα ισχύει για τον αρθρωμένο ήχο, την εικόνα, τη χειρονομία
κτλ. [Πρβλ. έκτοτε: *L' ancienne rhétorique (Aide-mémoire)* [*Η παλαιά ρητορική*
(Υπόμνημα)], στο *Communications*, 16, 1970. (Σ.τ.Ε.)].

19. Θα προτιμήσουμε να αποφύγουμε εδώ την αντίθεση που προτείνει ο Jacob-
son μεταξύ μεταφορικού σχήματος και μετωνυμίας, διότι, αν και η μετωνυμία
είναι, λόγω καταγωγής, ένα σχήμα συνάφειας, λειτουργεί ωστόσο, τελικά, ως ένα
υποκατάστατο του σημαίνοντος, δηλαδή ως μεταφορικό σχήμα.

λόκληρη τη λεξιλογική ενότητα, η ανάγνωσή τους δεν την εξαντλεί. Με άλλα λόγια επίσης (και αυτό είναι ίσως μια πρόταση που ισχύει γενικά για τη σημειολογία), όλα τα στοιχεία της λεξιλογικής ενότητας δεν μπορούν να μεταβληθούν σε συμπαραδηλωτές, παραμένει πάντα στον λόγο μια κάποια καταδήλωση, χωρίς την οποία ο λόγος δεν θα ήταν δυνατός. Αυτό μας επαναφέρει στο μήνυμα 2, δηλαδή στην καταδηλούμενη εικόνα. Στη διαφήμιση *Panzani* τα μεσογειακά λαχανικά, το χρώμα, η σύνθεση, ακόμη και η αφθονία, όλα ξεπροβάλλουν σαν πλανώμενοι συμπαγείς όγκοι, απομονωμένοι και ταυτόχρονα ενταγμένοι σε μια γενική σκηνή, που έχει τον δικό της χώρο και, όπως είδαμε, το «νόημά» της: είναι «κλεισμένα» σ' ένα «σύνταγμα» *που δεν είναι δικό τους και είναι το σύνταγμα της καταδήλωσης*. Αυτό είναι μια σημαντική πρόταση, διότι μας επιτρέπει να στηρίξουμε (εκ των υστέρων) τη δομική διάκριση του μηνύματος 2, δηλαδή του κυριολεκτικού, από το μήνυμα 3, δηλαδή το συμβολικό, και να προσδιορίσουμε τη φυσικοποιητική λειτουργία της καταδήλωσης σε σχέση με τη συμπαραδήλωση. Έτσι, ξέρουμε ότι είναι *το «σύνταγμα» του καταδηλούμενου μηνύματος εκείνο που «φυσικοποιεί» το σύστημα του συμπαραδηλούμενου* μηνύματος. Ή, ακόμη: η συμπαραδήλωση είναι απλώς σύστημα, μπορεί να προσδιοριστεί μόνο με όρους «παραδείγματος». Η εικονική καταδήλωση είναι απλώς «σύνταγμα», συνδέει στοιχεία χωρίς σύστημα: οι ασυνεχείς συμπαραδηλωτές δένονται, ενεργοποιούνται, «ομιλούνται» μέσω του συντάγματος της καταδήλωσης: ο ασυνεχής κόσμος των συμβόλων βυθίζεται στην ιστορία της καταδηλούμενης σκηνής σαν σε ένα καθαρτήριο λουτρό αθωότητας.

Βλέπουμε, έτσι, ότι στο ολικό σύστημα της εικόνας οι δομικές λειτουργίες πολώνονται. Υπάρχει, αφενός, ένα είδος «παραδειγματικής» συμπύκνωσης στο επίπεδο των συμπαραδηλωτών (δηλαδή, χονδρικά, των «συμβόλων»), που είναι σημεία ισχυρά, περιπλανώ-

μενα, και θα μπορούσαμε να τα χαρακτηρίσουμε «πραγμοποιημένα». Και, αφετέρου, συνταγματική «ροή» στο επίπεδο της καταδήλωσης. Δεν ξεχνάμε ότι το «σύνταγμα» βρίσκεται πολύ κοντά στην ομιλία, και, ασφαλώς, ο εικονικός «λόγος» είναι που φυσικοποιεί τα σύμβολά του. Χωρίς να θέλουμε, βάσει της εικόνας, να συμπεράνουμε πρόωρα για τη γενική σημειολογία, μπορούμε ωστόσο να διακινδυνεύσουμε λέγοντας ότι ο κόσμος του ολικού νοήματος είναι εσωτερικά (δομικά) διχασμένος ανάμεσα στο σύστημα ως κουλτούρα και στο σύνταγμα ως φύση: όλα τα έργα μαζικής επικοινωνίας συνδυάζουν, μέσα από ποικίλες και άνισης επιτυχίας διαλεκτικές, τη σαγήνη μιας φύσης, που είναι η σαγήνη της αφήγησης, της διήγησης, του «συντάγματος», και τη νοητική δυνατότητα ενός πολιτισμού που έχει καταφύγει σε μερικά ασυνεχή σύμβολα τα οποία οι άνθρωποι «απαγγέλλουν», προφυλαγμένοι καθώς είναι μέσα στη ζωντανή τους ομιλία.

(«Rhétorique de l' image», *Communications*, 4, 1964)