

LA SEMIOTIQUE COMMUNICATION DE PEIRCE ET BARTHES

Tengku Ratna Soraya
Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Medan

ABSTRAK

Berbicara semiotika, maka kita tidak dapat melepaskan dari nama Charles Sanders Peirce dan Roland Barthes. Dalam pembahasan mengenai semiotika, Peirce dikenal dengan model trikotomiknya yang mengklasifikasikan tiga tipe tanda yaitu, ikon (tanda yang mempunyai kesamaan dengan objek yang diwakilinya), indeks (tanda yang memiliki hubungan sebab akibat dengan apa yang diwakilinya, atau disebut juga tanda sebagai bukti), dan simbol (tanda berdasarkan konvensi peraturan atau perjanjian yang disepakati secara bersama dalam suatu komunitas dan bersifat universal). Sedangkan Barthes, beliau membagi dua makna tanda yaitu denotatif dan konotatif. Contoh pada iklan, beliau mengkajinya pada tiga hal yaitu, (1) pesan linguistik, yaitu semua kata dan kalimat yang terdapat di dalam iklan, (2) pesan ikonik yang terkodekan, yaitu makna konotasi yang muncul dalam foto iklan yang hanya dapat berfungsi jika dikaitkan dengan sistem tanda yang lebih luas dalam masyarakat, dan (3) pesan ikonik tak terkodekan, yaitu makna denotasi dalam foto iklan.

LES MOTS CLES : Sémiotique Communication

INTRODUCTION

Le mot sémiotique vient du grec *séméion*, c'est-à-dire le signe, *logía*, et discours rationnel. La sémiotique est l'étude des signes et de leur signification. En français, le terme sémiologie est souvent utilisé, qui a la même signification avec du terme sémiotique. La sémiotique étudie le processus de signification, c'est-à-dire la production, la codification et la communication de signes.

La sémiotique concerne à tous les types de signes ou des symboles, et non seulement les mots, contrairement à la sémantique. Même un geste ou un son sont considérés comme des signes. Même des concepts, des idées ou des pensées peuvent être des symboles. La sémiotique fournit les outils nécessaires à l'examen critique des symboles et des informations, dans des domaines divers.

Beaucoup d'opinions de la sémiotique, une d'elles sont de Preminger (Sobur, 2004 : 96). Il dit que "Sémiotique est une science des signes. Cette science dit que le phénomène social et culturel est des signes aussi. La sémiotique étudie les systèmes, les règles, les conversions qui peuvent faire des signes ont les sens".

Un signe est une union d'un signifié et d'un signifiant. Le signifié est le concept ou contenu sémantique, tandis que le signifiant est une image mentale du son ou expression phonique. Le lien entre le signifiant et le signifié est arbitraire et linéaire, Les onomatopées sont des signes partiellement motivés.

Le signifiant est un phénomène sonore linéarité dans le temps, alors que le signifié est un phénomène cognitif, autrement dit un ensemble stable de caractéristiques. Il existe aussi un phénomène physique appelé référent, c'est l'objet lui-même dans le monde.

Dans la pratique, la sémiotique connaît deux domaines : la sémiotique de la signification (Saussure), et celle de la communication (hors de Saussure). Dans cette écriture, nous présentons seulement la théorie sémiotique de la communication de Peirce et Barthes

SEMIOTIQUE COMMUNICATION DE PEIRCE

Selon Peirce in Sobur (2004 : 39), les humains sont *homo semioticus*, cela veut dire que dans notre vie quotidienne, on va trouver les signes partout, faire une relation avec eux dans toutes les activités comme une interprétation du signe.

C. S. Peirce donne le nom de la sémiotique à la science qui étudie la vie de signe. Il regarde le signe comme "quelque chose qui représente quelque chose". C'est une sémiotique sans relation entre deux signes, pourtant, n'est pas dichotomique et pas structural. "Quelque chose" peut être concrète, c'est-à-dire il peut être capté par le sensoriel des humains. Alors, ce que Peirce a vu, le signe n'est pas comme une structure mais un processus cognitif qui vient de quelque chose.

Selon lui, toute pensée s'effectue à l'aide de signes. Un signe est une triade: un représentament (signe matériel) dénote un objet (un objet de pensée) grâce à un interprétant (une représentation mentale de la relation entre le représentament et l'objet). Le représentament est premier (une pure possibilité de signifié, l'objet est second (ce qui existe et dont on parle), mais ce processus s'effectue en vertu d'un interprétant (un troisième qui dynamise la relation de signification). L'interprétant est aussi un signe susceptible d'être à nouveau interprété, ainsi indéfiniment. Par exemple, quand on parle d'une voiture, le mot voiture ici est le représentament, l'objet est ce qui désigné par ce mot, c'est-à-dire le concept de la voiture. Peirce nomme ce premier rapport comme le fondement (grounds) du signe. Mais le processus de la sémiotique continuera, car à partir de ce signe, il est possible qu'on se représente mentalement une certaine voiture. Penser et signifier sont le même processus vu sous deux angles différents. Le processus du représentament à l'objet, on nomme la sémiosise.

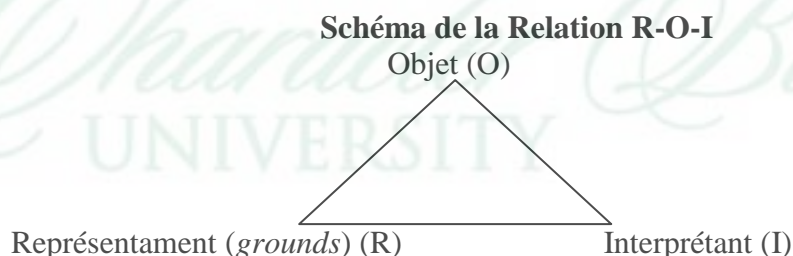
La sémiosise est un processus de trois étapes, sont:

Première étape : L'absorption du représentament (R), on dit aussi ce signe lui-même.

Deuxième étape : La tendance du représentament à l'objet (O), c'est un concept qui est connu par les utilisateurs de signe qui se relie avec ce représentament.

Troisième étape : La continuation d'interprétation par les utilisateurs de signe, c'est un interprétant (I) après que le représentament s'est relié à l'objet.

Nous pouvons décrire la relation entre le représentament (R), l'objet (O), et d'interprétant (I), comme le schéma suivant:



Dans la signification d'un signe, ce processus sémiosise n'est pas encore parfait car il y a un autre processus qui continuera, on le nomme l'*interprétant* (le processus d'interprétation). Alors, globalement on peut dire que la signification d'un signe se

passer dans une forme du processus sémiotique de quelque chose concrète à la pensée des humains qui vit dans la société, car sa caractéristique reliant aux trois côtés: le représentement, l'objet, et l'interprétant dans un processus sémiotique, alors on appelle cette théorie sémiotique est trichotomique.

Peirce affirme aussi que le processus sémiotique n'est pas limité. L'interprétant se compose de deux aspects: le processus d'interprétation et le résultat de cette interprétation. Alors, l'interprétant peut changer définir le nouveau d'interprétant qui fait le processus de la sémiotique sans limite. Dans ce processus, le représentement se trouve dans notre pensée, tandis que la tendance d'interprétation de plus en plus élevée. Dans ce cas là, bien que le point de vue du représentement soit concret, dans le développement de la sémiotique, le représentement se trouve aussi dans notre pensée.

Puisque la théorie du signe de Peirce est un modèle trichotomique, il a classifié les signes principaux en: **Qualisigne** (la pure possibilité du signe), **Sinsigne** (ce signe-là), et **Légisigne** (la loi qui régit la grammaire du signe). Puis, sur le plan de la signification, Peirce distingue trois types de signe, ce sont: **l'icône**, (un signe par ressemblance avec l'objet), **l'indice** (un signe relié comme un symptôme à son objet) et **le symbole** (un signe doté d'une signification abstraite). Cependant, sur le plan pratique, on aura le **rhème** (un nom, un verbe, un adjectif), **le dicisigne** (par exemple une proposition verbale ou visuelle) et **l'argument** (une règle d'inférence). Toute pensée où la signification de tout cela est une inférence qui a un raisonnement élémentaire (Noeth, 1995 : 40-41).

Nous pouvons décrire cette théorie au schéma suivant:

Tableau de la Théorie du Signe de Peirce

Trichotomique Catégorie	I Le représentement	II La relation à l'objet	III la relation à l'interprétant
Première	Qualisigne	L'icône	Le rhème
Deuxième	Sinsigne	L'indice	Le dicisigne
Troisième	Légisigne	Le symbole	L'argument

Source : Sobur, 2004 : 34

Peirce remarque qu'un signe comme le processus de trois étapes qui a le point de départ de quelque chose qui peut être capté par le sensorial, le but de la pensée de Peirce est cette univers se compose en des signes et dans ce cas là, c'est un pansémiotique de l'univers.

SEMIOTIQUE COMMUNICATION DE BARTHES

La sémiotique a connu un nom comme Roland Barthes, qui fut en quête du langage des signes dans la publicité, la mode, et l'écriture romanesque et poétique. Dans l'étude de la sémiotique, Barthes a dit que la langue est un système de signe qui reflète les opinions de la société dans le temps déterminé. L'aspect connotatif de signe devient particulier quand on remarque l'utilisation de signe dans la publicité. Un dessin de voiture peut être une voiture dans la vie réelle, mais elle a le sens connotatif aussi comme la force, la liberté, et la modernité. (Sobur, 2004 :63)

Pour la théorie de Barthes, il connaît deux sens du signe, dénotatif et connotatif. L'étude de signe se développe à l'étape de connotative. Barthes regarde autre aspect de la signification, c'est le mythe. Un exemple purement idéologique dans son recueil est

la photo d'un soldat noir regarde le drapeau national, où le signe dans son ensemble devient le signifiant du mythe de l'adhésion des populations colonisées à l'Empire français. Il crée une carte pour décrire le travail du signe :

Tableau de la Carte de signe de Roland Barthes

1. Signifié	2. Signifiant
3. Dénotatif du Signe	
4. Connotatif de signifié	5. Connotatif de signifiant
6. Connotatif du signe	

Source : Sobur, 2004 : 69

De la carte au dessus, nous pouvons voir que le signe dénotatif (3) se compose de signifié et signifiant, mais en même temps, le signe dénotatif est un signe connotatif (4). C'est un développement de la théorie de Saussure

Pour la publicité (un moyen de communication), Barthes l'analyse selon le contenu de son message, c'est le message linguistique (tout les mots et la phrase dans la publicité), le message iconique décodé (la connotation qui paraît dans la photo de la publicité, qui peut fonctionner quand nous le relions avec le système du signe plus vaste dans la société), ensuite le message iconique non décodé (la dénotation dans la photo de la publicité).

Nous montrons dans cette écriture, la présentation d'analyse de la publicité du Pâte Panzani de Barthes est comme suit :



a. Le message linguistique

Le noyau du message linguistique contient dans la nuance spécifique qui paraît du mot « Panzani ». En sens dénotatif, ce mot indique un nom d'un produit, mais si nous le joignons avec le mot « l'Italienne », la connotation est quelque chose qui a l'esprit d'Italie.

b. Le message iconique décodé

L'aspect de la connotation visuelle est descendu de l'arrangement des éléments visuels dans la publicité. Par exemple :

- la fraîcheur (une carcasse naturelle dans un paquet)
 - l'impression après avoir fait des courses
 - un réseau (sac de la corde = du poisson)
 - la vie en paix
 - l'atmosphère italien (les couleurs des carcasse, et aussi l'étiquette dans la paquet est un couleur de fond du drapeau Italien.
- c. Le message iconique non décodé

Barthes utilise ce terme pour indiquer la dénotation littérale, la compréhension directe du dessin, et le message dans la publicité sans considérer le code sociale plus vaste.

CONCLUSION

La théorie sémiotique de Peirce et Barthes peut être appliqué dans tous les domaines de notre société, surtout dans le domaine de la communication Le développement de la sémiotique n'est pas seulement dans le contexte de signification mais aussi dans le domaine de donner le sens au contexte non verbal.

REFERENCES

- Barthes, Roland. (2000). *Elements of Semiology*. New York : Hill and Wang.
- Barthes, Roland. (2007). *Membedah Mitos-Mitos Budaya Massa*. Yogyakarta & Bandung : Jalasutra.
- Christomy, T. (2004). *Semiotika Budaya*. Jakarta: Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Budaya Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat UI. Depok
- Cobley, Paul, dkk. (2002). *Mengenal Semiotika for Beginners*, saduran Ciptadi Sukono, Bandung: Mizan.
- Coquet, C, J. (1982). *Sémiotique L'école de Paris*. Paris : Hachette.
- Hoed, Benny, H. (2005). *Memandang Fenomena Budaya Dengan Kaca Mata Semiotik*. Jakarta : Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia.
- Hoed, Benny, H. (2003) *Strukturalisme De Saussure di Prancis dan Perkembangannya; dalam Perancis dan Kita ? Strukturalisme, Sejarah, Politik, Film, dan Bahasa*. Jakarta : WWS.
- Noth, Winfried. (1990). *Handbook of Semiotics*. Indiana University Press.
- Pierre, Robert. (2002). *Dictionnaire Pratique de Didactique du FLE*, OPHRYS.

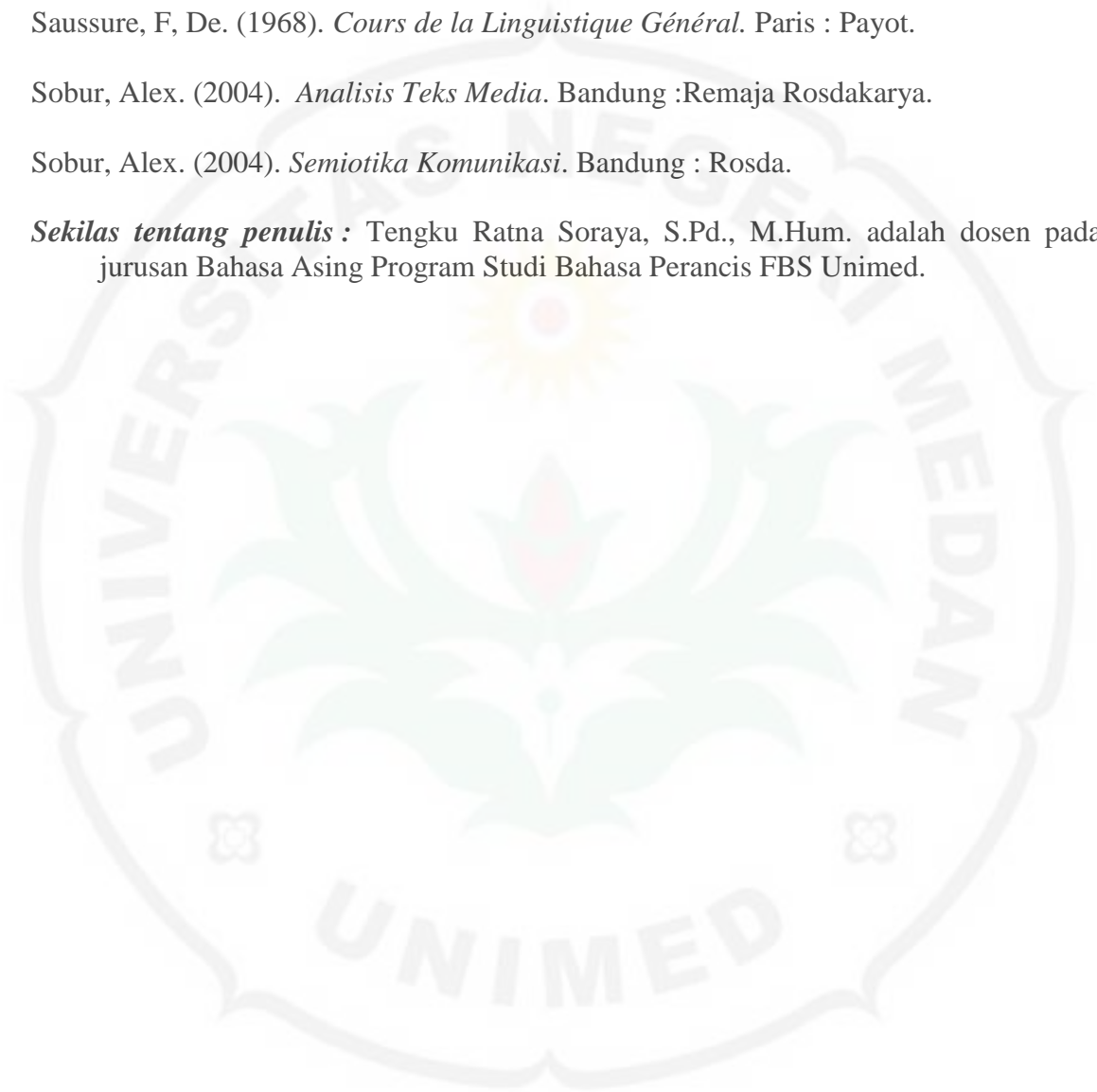
Ramat, Paolo. (1985). *Typologie Linguistique*. Presses Universitaire de France.

Saussure, F, De. (1968). *Cours de la Linguistique Général*. Paris : Payot.

Sobur, Alex. (2004). *Analisis Teks Media*. Bandung :Remaja Rosdakarya.

Sobur, Alex. (2004). *Semiotika Komunikasi*. Bandung : Rosda.

Sekilas tentang penulis : Tengku Ratna Soraya, S.Pd., M.Hum. adalah dosen pada jurusan Bahasa Asing Program Studi Bahasa Perancis FBS Unimed.



THE
Character Building
UNIVERSITY