

Analiza fotografije po Sosirovim i Jakobsonovim terminima

Uzimajući u obzir Sosirov način razmišljanja i postulate koje je postavio, možemo sa smelošću reći da su njegove ideje prouzrokovale potpunu revoluciju kada je u pitanju nauka o jeziku. Ovaj lingvista, zajedno sa Jakobsonom je objasnio kako možemo posmatrati i shvatati svoje okruženje, svakodnevicu, medije i propagandu, kroz prizmu objašnjenih zakona jezika. Na taj način ćemo i posmatrati ovu Benetonovu reklamu u kojoj ćemo zahvaljujući teorijama ovih proučavaoca jezika uvideti na koji način primamo poruku i značenje artističkih znakova sklopljenih u nju.

Kako je Ferdinand de Sosir izjavio da je “jezik sredstvo za komunikaciju a nikako ne treba da reprezentuje strukturu mišljenja”¹, u tom svetlu shvatamo da su njegovi načini za proučavanje jezika pre svega objektivni i svestrani. Uvođenem pojmova znaka, označenog i označitelja stvoren je neočekivani prozor kroz koji realizujemo nov pristup sredstvu komunikacije. Jezik postoji da bismo rekli nešto, a Sosir nam je objasnio šta znače naše rečenice, reči koje izgovaramo i u kojoj vezi su one sa ciljem koji želimo da postignemo. Spominjući cilj kao nešto neodređeno ili određeno, ali svakako kao krajnji ishod svake bilo kakve komunikacije, želimo da dosegne suštinu tog cilja, da ga raščlanimo i upitamo se da li je on ostvaren na kraju komunikacije. Prvi susret sa ovom reklamnom fotografijom nas postavlja u poziciju u kojoj ćemo neizostavno pomisliti na cilj ovog pošaljioaca. Kontraverzna

slika koja može mnogo toga da kaže, sa dozom morbidnosti i nametnutog, bez sustezanja, neke vrste ataka na primaoca poruke, nas uvodi u zanimljivu analizu. Pošaljioac ove fotografije nam kroz niz znakova šalje poruku koju mi na od društva naučen način

¹ Osvald Dikro i Cvetan Todorov, "Sosirova lingvistika", u Osvald Dikro i Cvetan Todorov, *Enciklopedijski rečnik nauka o jeziku I*, prevod s francuskog Sonja Grahek i Mihajlo Popović, Prosveta, Beograd 1987, str. 36

formatiramo u određeni kod i svrstavamo u svoj mentalni sklop pod određenom idejom. Ruski lingvista Roman Jakobson je objasnio da svaki čovek, onu poruku koju da se svaki jezik kroz više unapređenih konfiguracija koje obuhvata ima određenu funkciju zasebno.² Drugim rečima, shvatamo da kada pošiljalac (kompanija Benetton u ovom slučaju) komunicira i šalje poruku nekome (publici, auditorijumu, ciljnoj grupi kojom želi da manipuliše), ta poruka se šalje kroz medij, (kroz reklamni plakat) i ona je transkriptovana kroz određene šifre mentalnog sadržaja svakog člana te ciljne grupe posebno. S obzirom da je u pitanju neverbalna komunikacija – fotografija sa tekstom i nazivom kampanje – taj niz šifara koji određuje celokupnu manifestaciju poruke se predstavlja u umu u duhu znakova koji oblikuju ideju – u ovom slučaju to je borba za hranu dostupnu svima, borba protiv gladi u svetu.

Prema Sosirovoj osnovnoj tezi o tome šta je znak, kao osnovni pojam svake nauke o jeziku i kao nešto što proizvodi značenja i stoji umesto nečega, osvrnućemo se na znakove koje vidimo na ovoj reklami. Pre svega nam skreće pažnju da se na fotografiji nalazi osoba koja je pripadnik crne rase. Dakle, u 21. veku, kada je glad u svetu sve više problem broj jedan, Benetton ponovo na veoma hrabar način u prvom kadru bez oklevanja kroz ovako snažan znak upućuje na beskompromisnost i težnju da se ostvari cilj poruke a to je – Borimo se protiv gladi u svetu!

Ovako intuitivan znak – crna osoba na reklami za kampanju Food for life³, nas automatski uvodi u ideju označenog. Borba protiv gladi u svetu, borba za mir i jednakost

uprkos rasnim razlikama, borba za toleranciju su osnovni koncepti koje ovaj znak u ovom kontekstu inicira. Kako je Sosir definisao znak kao nešto što proizvodi značenje, vidimo još neke znakove koje na još upečatljiviji način prizivaju određena značenja. Razmatrajući logičnu činjenicu koja potiče od Sosirovih analiza, možda najvažniju definiciju njegovih

² Dubravka Đurić, "Odnos označitelja i označenog", u Dubravka Đurić, *Jezik, poezija, postmodernizam*, Oktioh, Beograd 2002, str. 84.

³ Benetton Official Website, Campaign Images –Food for life, <http://www.benetton.com/food/press/downloadimg/life/index.html>

----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE PREUZETI NA SAJTU

WWW.MATURSKI.NET -----

[BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST](#)

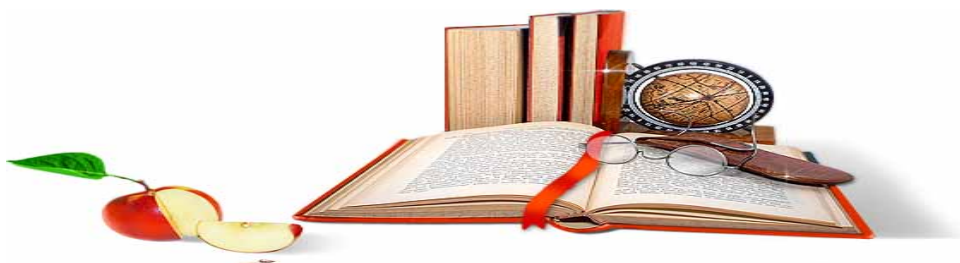
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA

RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.

WWW.SEMINARSKIRAD.ORG

WWW.MAGISTARSKI.COM

WWW.MATURSKIRADOVI.NET



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO [SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI](#) ILI [MATURSKI](#) RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE [GOTOVI SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#) KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U [BAZI](#) NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM [FORUMU](#) ILI NA

maturskiradovi.net@gmail.com