

VALOAREA SIMBOLULUI ÎN COMUNICAREA VIZUALĂ PENTRU STUDENȚII ARHITECȚI

THE VALUE OF SYMBOL ÎN VISUAL COMMUNICATION FOR ARCHITECTURE STUDENTS

Mariana HADJI-BANDALAC¹

Motto:

*"Triumful comunicării sunt două tăceri
care vorbesc aceeași limbă."*

B. Michelangelo

Abstract

This paper reflects the theoretical and practical ideas following the role of the symbol in visual communication and comprehension the transmitted message. The aim is assimilation of essential knowledge needed in the process of visual communication of architecture students in higher education institutions. The paper provides a clearer picture regarding the perception of visual language, comparing the cultural universe of the sign. The semiotic system, the signs and symbols that are conveyed over time are thoroughly analyzed. We propose to show how the theoretical positions are applied to the material of different visual forms, especially architectural.

Keywords: *symbol, symbol value, visual communication, student architects.*

1. Introducere

Sistemul de comunicare vizuală, evoluând în ultimele decenii prin producerea diverselor simboluri ale formelor, obiectelor vizuale în scopul utilitar, a schimbat calitatea vieții de azi. Deci, universul comunicării vizuale este foarte vast, pornind de la semne de circulație, diagrame, mărci, embleme, stindarde, drapele, insigne, decorații, imagini, poze, logouri, blazoane, picturi, sculpturi, formele sau edificii arhitecturale și altele. Prin urmare, analizând ansamblul formelor inovative în domeniul construcției spațiale, a bionicii, a arhitecturii subterane care domină planificarea urbană sincretică, observăm că adesea nu ne dezvăluie contextul mesajului vizual. Lucrul dat devine și mai evident în planificarea urbană a construcțiilor arhitecturale din Republica Moldova, care nu ne oferă un răspuns adecvat nici la haosul observat. Adesea, imaginile sau formele arhitecturale conduc

¹ Lecturer, PhD candidate, Technical University of Moldova, Chisinau.
marianahajdibandalac@gmail.com

la eșecuri comunicaționale. Pentru păstrarea continuității semnificațiilor valorilor culturale este necesar să percepem mesajul transmis al patrimoniului, în care prevalează momentul de a relaționa imaginea cu contextul său. În această ordine de idei, menționăm că fiecare cultură își are trăsăturile caracteristice și aspectul fundamental arhitectural de recunoaștere.

Deci, limbajul vizual folosit, care abundă lumea de azi, are implicații majore asupra societății. Toate imaginile, formele, obiectele vizuale constituie mijloace de comunicare. Pe parcursul sec. al XX-lea s-a format o atitudine diferită față de obiectele și produsele vizuale create de om. O atenție particulară acordăm imaginii vizuale pe care o consacră arhitectura de azi punând în evidență agresiuni arhitecturale semnificative epocii noastre. Datorită nivelului de dezvoltare al științei și al tehnologiei la care a ajuns societatea și arhitectura, la rândul ei, are un anumit conținut semantic, ideologic și estetic. Viitorul arhitect trebuie să învețe să descifreze mesajele spațiului vizual pentru a putea transmite o idee, un concept prin intermediul formelor arhitecturale, sculpturale, artistice. Fiecare exercițiu de percepție și apreciere a realității reflectă interesul crescând nu numai pentru utilizarea corectă a informației de către studenții arhitecți, dar și reapropierea față de contextul valorilor culturale, simbolurilor Republicii Moldova. Astfel, studentul arhitect își dezvoltă imaginația în sensul creării noilor forme vizuale, condiționate la necesitățile de azi. Prin intermediul activităților artistice, studentul își formează o viziune mai clară și o bază în stabilirea unei legături de continuitate a simbolurilor culturale naționale. Instruirea viitorului arhitect prin îmbunătățirea capacității de comunicare vizuală rămâne a fi o competență importantă pentru domeniul său de activitate. Nu trebuie dată o interpretare eronată coeziunii construcției arhitecturale, chiar dacă e modernă, postmodernă.

După John Fiske, comunicarea are un rol esențial în viața culturilor, iar în lipsa unei comunicări nici o cultură nu poate supraviețui. În acest sens, autorul susține că *studiul comunicării trebuie să implice și studiul culturii în care este integrată*.¹ În viziunea arhitectului P. Michelis, *limba ne arată că, pe măsură ce se perfecționează, ea își îmbogățește vocabularul, nu pentru a spori în determinare, dar pentru ca omul să-și poată distinge conceptele și să dețină exact ceea ce subînțelege*.² Dacă e să ne referim la limbajul arhitecturii, o serie de noțiuni trebuie deosebite după trăsăturile specifice, noțiunea de „biserică” de cea de „templu”, noțiunea de „loc sacru” de cea de „altar”, evidențiate prin aspectului clădirii, precum și prin nevoile societății. Ca exemplu, forma templului fiind clară ca aspect și, totodată, nefiind confundată cu o altă formă arhitecturală, își păstrează funcția ei, devenind un simbol universal. În același timp, dezvoltarea subiectului acestei opere emoționează profund. Pentru orice perioadă, construcția este esențială, întrucât presupune dictarea alegerii formelor, materiei, maselor, proporțiilor, determinată de cerințele utilitare, economice, tehnologice și estetice. În trecut, continuitatea

¹ E. Țărnă, *Bazele comunicării*, Chișinău: Prut Internațional, 2017. p. 33.

² P. A. Michelis, *Estetica arhitecturii*, București: Editura Meridiane, 1982. p. 331.

³ Ibidem.

formelor a fost determinată în mod principal de logica etapei ulterioare în dezvoltarea arhitecturii. Bunăoară, Michelis afirmă în lucrarea sa *Estetica arhitecturii*, precum că *arta își perfecționează limbajul și definește clar elementele operei, pentru că ea studiază*.³

O abordare aparte în analiza semiotică a arhitecturii religioase din diverse perioade, îi revine factorului istoric și geografic. În redarea imaginii arhitecturale a unei religii: biserică, templu, moschee sau basilică se conturează utilizarea formelor geometrice sacre, echilibrate proporțional, ce corespund credinței respective având capacitatea să exprime dogma și adevărurile profunde ale credinței.⁴ Geometria formelor impunătoare ale arhitecturii sacre din Antichitate și Evul Mediu este înțeleasă ca o legătură între ceresc și divin. Astfel, piramidele – construcții egiptene, care au o încărcătură semantică – reprezintă un simbol al nemuririi, confirmând raportarea la cerul spiritual și cosmic. În același timp, misterul și observațiile geometrice ale piramidelor denotă semnificația numerelor, creând o armonie universală prin comunicarea formelor. Pătratul de la baza piramidei simbolizează pământul, materia, stabilitatea, iar triunghiul – foc al spiritului. Deci, totul se reduce la simbol, chiar și coloanele semnifică legătura dintre pământ și cer. O asociație deosebită după caracterul plastic al formei este reprezentată de coloana identificată de arhitectul Vitruvius, unde *doricul denotă masculinul*, iar *coloana ionică – femininul*.⁵ În aceeași ordine de idei, arhitectura clasică renaștentistă prevalează *frumosul* pur exprimat prin limbajul formelor luxoase, de dimensiunile omului și ale naturii înconjurătoare, micșorând aria de semnificații spirituale și redefinind tradițiile. Iar studiul limbajului modernist al arhitecturii exprimat prin artistismul și expresivitatea formelor, liniei, culorilor este axat pe simplitate, simplificare elegantă cu trăsături rigide sau minimaliste. În ceea ce privește teoria simbolului arhitecturii postmoderne, o sursă documentară este cartea *The Language of Postmodern Architecture* scrisă de Charles Jenks, arhitect cu o viziune aparte, care îi acordă rolul principal comunicării vizuale. Atenția autorului este îndreptată asupra sintezei modernismului și postmodernismului, dar și *întoarcerea către tradiție și către rolul central al comunicării cu publicul – dat fiind faptul că arhitectura este o artă publică*.⁶ Limbajul postmodernist evidențiază formele arhitecturale complexe simbolice, enorme, cu suprafețe geometrice exagerate, care adesea derivă din forma hiperbolei. Un bun exemplu ar fi creația arhitecturală a renumitei Zaha Hadid.

În viziunea autoarei M. Barbu, *trăsăturile postmodernismului în arhitectură privesc comunicarea semnificațiilor prin forma complexă, nu prin funcțiune, reapropierea de ornamente, preferința pentru formele sculpturale, revalorizarea elementelor vernaculare, armonizarea eclecticismului stilistic, emfazarea ambiguității compoziționale, promovarea materialelor organice, scoaterea în evidență a*

⁴ M. Barbu, *Semiotica arhitecturii sau Arhitectura ca filosofie a libertății*, Buc.: Capitel Avangarde, 2012. p.51

⁵ Apud M. Barbu, *loc. cit.*, p. 53.

*spectaculozității arhitecturii, concurența făcută naturii și formelor acesteia.*⁷ Autoarea susține că arhitectul postmodernist poate ajunge ușor la Kitch, realizând forme lipsite de semnificație.

Concluzionăm că aspectul fiecărui edificiu, fie biserică, templu, catedrală, reședință sau casă de locuit etc., pe lângă reprezentarea destinației practice, mai exprimă și caracteristica sau atmosfera unei epoci, a diverselor culturi și popoare. Deci, fiecare formă arhitecturală implică o cercetare particulară. Fiind dependentă de intelect, arta sau formele ei, fie și arhitecturale, simbolizează idei, concepte, având un scop de a ne reda obiectiv unele lucruri sau fenomene. Însă, adesea, vedem contrariul, încercările arhitectului de a reda ideile proprii prin simboluri sunt nereușite, căci sunt lipsite de expresie și context. Odată ce studentul arhitect va înțelege nuanțele semnificative ale limbajului vizual din diverse perioade, acesta va putea face o diferență dintre clasicism, modernism, postmodernism etc. și va percepe conceptele fundamentale și semantice din care au derivat fiecare. În acest sens, putem spune că e obligatorie cunoașterea simbolurilor culturale și ale arhitecturii locale.

2. Conținutul semnelor vizuale

În prezent, diverse mesaje sunt transmise prin aspectul formelor și al imaginilor vizuale, care atrag și resping adesea privirea trecătorilor. Formele vizuale, pornind de la cele arhitecturale, artistice, imagini, fotografii, desene domină societatea (universul), având un limbaj vizual codificat. Deci, fiecare produs vizual pune în mișcare diferite semnificații care au un rol important pentru fiecare observator sau popor în parte. Insistăm tot mai mult pe identificarea semnificațiilor și simbolurilor, a diverselor elemente ale limbajului vizual care accentuează rolul și sensul obiectelor, formelor vizuale, imaginilor, reprezentărilor iconice etc. Deci, pentru a percepe sensul și înțelesul în sine al ansamblului de produse vizuale prin prisma limbajului vizual, avem nevoie de o cercetare nu numai a originii acestor obiecte, dar și cunoașterea semantică a elementelor ale acestui sistem de comunicare. Examinând elementele limbajului vizual precum: culoarea, linia, forma, valoarea și posibilitățile de exprimare și utilizându-le, realizăm că totalitatea acestora poartă în sine un sens ascuns, dar, în același timp, comunică. Într-un sens mai larg, elementele limbajului vizual sunt folosite nu numai de către artiști plastici, dar și de către arhitecți, pentru a-și comunica ideile și sentimentele.

Deci, arhitectura comunică cu lumea exterioară prin intermediul culorii, liniei, formei, raporturilor dintre goluri și plinuri etc. Determinarea formelor ne ajută să precizăm și să identificăm coordonatele specifice, sensul formei arhitecturale care nu este *o creație abstractă a imaginației, ci o operă concretă în spațiu și timp.*⁸ Prin urmare, a comunica prin intermediul acestor elemente înseamnă a se exprima corect, utilizându-le, a fi înțeles și auzit prin forma de expunere a obiectului vizual. În

⁶ Apud M. Barbu, *op. cit.*, p. 80.

⁷ *Ibidem*, p. 81.

⁷ P. A. Micheliș, *Estetica arhitecturii*, București: Editura Meridiane, 1982. p. 331.

⁸ *Ibidem* p. 230.

opinia lui Basch, *orice senzație estetică, chiar cea mai elementară, este ca un simbol al armoniei universale, sensibilizând spectatorul.*⁹

Culorile sunt adesea utilizate în comunicarea vizuală, datorită capacității lor de a atrage atenția, totodată, înlesnind un dialog cu observatorul. Cu o încărcătură plină de semnificații, fiecare culoare păstrează în sine mesaje sau informații ascunse. Deseori, prin studiul simbolurilor cromatice, se identifică poziția corectă a obiectelor, formelor în societate. Culorile pun în evidență existența unor semne, percepute prin intermediul simțurilor – a văzului și a auzului. Prin urmare, reacționăm diferit la coloritul mediului înconjurător, fiind influențați chiar de cromatica formelor arhitecturale, devenim mai sensibili, iritați, deranjați, tăcuți, meditativi, triști sau inspirați, încântați, în același timp, ne creează o stare de bună dispoziție. Se manifestă un interes pentru aceste fenomene, care acționează pozitiv sau negativ, influențându-ne. Înainte de a intra într-o analiză mai sistematică a cromaticii, concluzionăm că publicul este sensibilizat, influențat sau chiar manipulat la nivel de subconștient cu ajutorul culorilor. Simbolurile cromatice, ca și formele, liniile exprimă concepte și semnificații complexe, care variază de la o epocă la alta, în diversele culturi și popoare. În acest context, menționăm că simbolurile cromatice utilizate, încă din cele mai vechi timpuri, ne permit să avem o imagine de ansamblu a produselor vizuale. Principalele căi de formare a simbolurilor cromatice sunt: evenimentele istorice, sociale, revoluțiile, ritualurile, meseriile, portul, mitologia, asociațiile mentale, reflexele termice și gastronomice etc.

În aceeași ordine de idei, autoarea T. Apostol-Macovei susține că *simbolul cromografic reprezintă o însușire a lumii încadrată într-un semn*, reflectând conținutul semantic al ideii.¹⁰ Caracterul estetic al fiecărei forme, precum și al configurației arhitecturale depinde de rolul pe care-l deține în ansamblu, iar ansamblul cere ca fiecare element să se exprime în maniera integrală și originală, astfel încât să se distingă, dar fără să se separe.¹¹ Elementele date construiesc un limbaj care ne unește și ne ajută să transmitem mesaje sau idei personalizate. Nu putem să ne mulțumim cu procedeul de consum pe care, în mod normal, îl folosim și care constă în a participa la impact pe o durată de aproximativ două secunde.

În opinia esteticianului T. Vianu, *cine dorește să-și facă gândul său înțeles și sentimentul său comunicabil trebuie să-l traducă în sistemul de semne al tuturor oamenilor cărora li se adresează și, prin urmare, să renunțe la o parte din caracterul strict personal al gândurilor și sentimentelor sale, întocmind din acestea o expresie generală și numai astfel transmisibilă.*¹² Din cele mai vechi timpuri, arhitecții diverselor epoci au creat nenumărate valori arhitecturale făcându-le cât mai comunicabile, totodată, impunându-ne să simțim și să percepem frumosul estetic. Valorile sentimentale pe care produsele vizuale le trezesc în spectator variază din momentul determinării semnificației acestuia. Deci, prin expresia formelor

⁹ Apud P. A. Michelis, *loc. cit.*, p. 186.

¹⁰ T. Apostol-Macovei, *Simbolismul cromatic*, Chișinău: Î.E.P. Știința, 2019. p. 150.

¹¹ P. A. Michelis, *loc. cit.*, p. 252.

¹² T. Vianu, *Estetica*, București: Orizonturi, 2010. p. 45.

arhitecturale, autorul nu e suficient să fie sincer, exprimându-se pe sine, dar să prevaleze și o expresie desăvârșită simbolic pentru societate. Unele produse vizuale exercită puterea lor asupra noastră, făcându-ne să dezvoltăm comportamente specifice. În opinia M. Acaso, un produs vizual își poate schimba funcția; de fapt, majoritatea produselor vizuale îndeplinesc una sau mai multe funcții deodată, ținând cont că funcția de baza este cea acordată spectatorului în momentul priceperii imaginii. Deci, este o trece de la contemplare la înțelegere.¹³

În această ordine de idei, autoarea M. Acaso susține că studiul produsului vizual constă în relaționarea imaginii, formei cu contextul său, recunoscând cine și pentru ce a creat-o, când și unde a creat-o, aceasta ne ajută să descifrăm semnificația și sensul conotativ. Analiza iconografică este utilizată pentru a percepe diferite mesaje transmise de către toate elementele analizate, dezvoltând în acest caz discursul conotativ al componentelor reprezentării vizuale. Această analiză constă în evaluarea bagajului cultural, a cunoștințelor și a creativității spectatorului pentru a stabili semnificațiile elementelor menționate.¹⁴ Pentru a ajunge la semnificația transmisă de reprezentările realizate prin limbajul vizual, este o cerință absolută a creatorului actual de a fi în contact cu viața reală. Atenția filosofului P.P. Negulescu, fiind îndreptată asupra mecanismului psihic, afirmă că *pornirile afective, jocul imaginației și discernământul critic stau la baza mentalității artistice și a manifestărilor ei*.¹⁵ Prin urmare, alături de puterea explicativă a sentimentelor cu intenția de a le comunica observatorilor, sub diverse forme, se resimte și o muncă intelectuală. În cazul dat, interpretarea artei sub o oarecare formă – prin cuvinte, culori, tonuri reprezintă un *complex afectiv* considerat *obiect* care necesită o studiere amănunțită pentru a fi interpretat plastic.

3. Valorificarea simbolului

Numeroase sinteze teoretice efectuate în lingvistică, pedagogie, psihologie, precum D. Borțun, E. Țărnă pun la dispoziție problema sistemelor de comunicare, privite ca un proces complex și continuu ce permit o înțelegere a mesajului în grupuri de oameni, stabilind o relație între emițător și receptor. Făcând o analiză, susținem ideea că *orice act de comunicare între oameni se bazează pe o stimulare senzorială*.¹⁶ După autoarea E. Țărnă, comunicarea este un proces deliberat în care informația este transmisă de emițător *cu scopul de a produce anumite efecte asupra receptorului*.¹⁷ În cazul comunicării vizuale, obiectivul principal este apropierea de observator, pentru a-i trezi unele emoții, stări, pentru a-l influența pozitiv sau negativ prin limbajul și formele sale simbolice.

¹³ M. Acaso, *El lenguaje visual*, Barcelona-Buenos Aires-Mexico: PAIDOS, 2009. p. 142.

¹⁴ Ibidem, pp. 149-151.

¹⁵ P. P. Negulescu, *Geneza formelor culturii*, București: Ed. Minerva, 1993. pp. 182-183.

¹⁶ E. Țărnă, *op. cit.*, p. 15.

¹⁷ Ibidem, p. 19.

¹⁸ T. Apostol-Macovei, *op. cit.*, p. 151.

Pornind de aici, concluzia T. Apostol-Macovei este aceea că obiectul-simbol, imaginea-simbol reprezintă o exteriorizare vizuală a stărilor lăuntrice, o formă materială a practicilor psihice, o sinteză a ideii în comunicare.¹⁸

În acest context, autoarea M. Barbu susține că arhitectura din perspectiva semiotică, este o artă supremă, care exprimă toate trăirile umane: *mitologia și religia, morala și etica, rațiunea și afectivitatea, binele și răul, iubirea și ura, concepute într-un anumit loc și într-un anume timp*.¹⁹ Trebuie recunoscut faptul că arhitectura poartă mesaje cu multiple semnificații și referințe, simboluri cu valențe magice și altele, având o mare importanță în transformarea mediului. În același timp, L. Lăzărescu menționează că *simbolurile sunt creații colective care nu țin seama de experiența individuală nemijlocită*, sunt semne perceptibile, capabile să transmită informații.²⁰

Analizând conceptele despre semantica obiectelor sau produselor vizuale, precum și a edificiilor arhitecturale valorificate, concluzionăm că acestea includ în sine semnificații, coduri, idei. Deci, are loc un proces de comunicare și transmitere a unui mesaj, a unei informații, prin prisma limbajului vizual (linie, formă, culoare, valoare, armonie etc.), care subliniază expresivitatea simbolurilor, *revenind la gramatici, sintaxe și lexicuri ce par să governeze comunicarea arhitecturală*.²¹

În acest context, Charles Peirce, filosof american, considerat părintele semioticii moderne, susține că *orice gândire este semn*,²² descriind structura acestuia ca o conexiune între *semnul, obiectul și interpretare lui*. În opinia autorului, toate lucrurile aparțin domeniului semantic, fiind strâns legate și condiționate de amintiri.

Corelând această observație, semnul se subîmparte în:

- icoană (icon), care are asemănare cu propriul obiect;
- indice (semnul realmente modificat cu care are o calitate în comun);
- simbol (semnul unității cu obiectul în virtutea unei legi).

După U. Eco, fiecare aspect al culturii devine o unitate semantică care este înserată într-un sistem, iar semnele sunt *rezultatele provizorii ale unor reguli de codificare, care stabilesc corelații tranzitorii unde fiecare element se asociază cu un alt element și formează un semn numai în condiții prevăzute de cod*.²³

În viziunea autorului Fiske, orice tip de cod, precum și cel vizual are următoarele trăsături:

-conține o serie de elemente combinate prin intermediul regulilor și convențiilor, constituind sistemul sintactic;

¹⁹ M. Barbu, *op. cit.*, p. 63.

²⁰ L. Lăzărescu, *Culoarea în artă*, Iași: Polirom, 2009. P. 77.

²¹ U. Eco/ tradusă de Anca Giurescu, Cezar Radu *Tratat de semiotică generală*, București: Editura Științifică și Enciclopedică, 1982. p. 24.

²² *Enciclopedie de filosofie și științe umane*. București: ALL EDUCATIONAL. pp. 809-810.

²³ U. Eco, *loc. cit.*, p. 66.

²⁴ Apud E. Țărnă, *op. cit.*, p. 87.

-depinde de un acord prealabil între cei ce îl folosesc și împărtășesc același fundament cultural;

-îndeplinește o funcție comunicativă sau de identificare socială;

-este transmisibil prin mijloacele de comunicare.²⁴

După totalitatea caracteristicilor de reprezentare a obiectelor vizuale, simbolul posedă proprietăți optice (vizibile, fiind subordonat de o codificare a experienței perceptive anterioare), ontologice (presupuse) și de ordin convențional (stabilite prin limbajul artificial). Toate analizele codului de reprezentare iconică duc spre artificii grafice caracteristice elementelor raportate la ceea ce știm.²⁵

Deci, ca mijloc de interpretare și redare a realității, semnul apare într-un grup uman care este folosit pentru vehicularea unei informații codificate. În cursul interacțiunii de comunicare vizuală, unele semne pot semnifica multe lucruri având multe sensuri sugerate, dar nu poate să semnifice orice. Supus analizelor, conținutul semantic al semnului în creațiile marelui pictor abstracționist Kandinski se datorează unor motive decorative, geometrice sau liniare, care exprimă diverse emoții. Mesajul unei lucrări abstracte este o alegorie și are mai multe sensuri ascunse, bazat pe un cod privat. Adesea fără a cunoaște ce presupune și fără a ne documenta n-avem cum să-i înțelegem semnificația, decât după cercetare. În viziunea pictorului, o linie poate exprima *un sentiment de forță sau slăbiciune, de stabilitate sau dezechilibru etc.*²⁶ Prin urmare, steaua lui Solomon sau semnul crucii sunt simboluri convenționale înțelese doar de cei care le cunosc semnificația.²⁷ O altă formă de interacțiune și comunicare de masă poate fi regăsită între televiziune și publicul larg, unde definirea mesajului este bazat nu numai pe efectul de a transmite informația, dar și pe studierea *a ceea ce mesajul transmite în funcție de codurile propriilor lui emitenți și a ceea ce el spune sau poate să spună în funcție de codurile destinatarilor.*²⁸

Interpretarea mesajelor, în ideile lui Jacobson și ale primului structuralism francez, este conturată ca *obiect autonom.*²⁹ Deci, limbajul, fiind principala paradigmă a cercetărilor structuralismului, este văzut ca un ansamblu de semne care face parte dintr-un sistem autonom, punând în prim plan întregul în raport cu părțile, totodată, subliniind caracterul sincronic al faptelor în raport cu evoluția.³⁰ În limbajul vizual un simbol este uneori propus de interpretant în mod arbitrar. Astfel, persoana creatoare acționează independent, fără a ține cont de conexiunea simbolului cu obiectul sau cu interpretantul, nefiind axat pe obiect ca mijloc de comunicare. Observațiile referitoare asupra contextului unei structuri a operei de artă arhitecturale ne face să fim interesați nu doar de aspectul construcției în sine, dar și de semnificația ei. Totuși, arhitectul, manifestându-și personalitatea prin crearea formelor noi, fără precedent, nu poate neglija ordinea logică a gândirii. De

²⁵ U. Eco, *op. cit.*, p. 273.

²⁶ *Ibidem*, p. 268.

²⁷ P. A. Michelis, *op. cit.*, p. 326.

²⁸ U. Eco, *loc. cit.*, p. 22.

²⁹ *Ibidem*.

³⁰ I. Pascadi, *Estetica între știință și artă*. București: Editura Albatros, 1971. p. 246.

aceea este important nu numai să facem diferență între semnificațiile acestora, dar și să le folosim corect în creațiile proprii. Din aceste constatări, Michelis susține că *arta oferă o viziune, căci ea compune și, limitându-se la esențial, simbolizează subiectul și îmbogățește viața.*³¹

4. Concluzii

Indiferent de schimbările experimentale și retorice, arhitectura rămâne a fi o formă de expresie artistică spectaculoasă, codificată în același timp. Deci, în comunicarea vizuală, semnul a dăinuit și va continua să reapară sub diverse forme, imagini, obiecte, semne iconice etc. În contextul acestui studiu, identificarea semnelor și a simbolurilor analizate, în sensul cel mai general, permite exprimarea unui conținut informațional complex prin propriul său limbaj. Prin morfologia sa, îl va ajuta pe studentul arhitect să creeze forme-semne bidimensionale și tridimensionale în concordanță cu semnificațiile propuse, iar prin analiza sintactică a limbajului, va crea analogii, contraste, acorduri și altele. În acest context, competențele de percepere și comunicare vizuală la studentul arhitect pot deveni productive în cadrul activităților de specialitate.

Cercetările date arată că este posibil ca fiecare student arhitect să învețe să observe și să perceapă valoarea semantică a simbolului în timpul procesului de comunicare vizuală. Pentru viitorul arhitect interpretarea corectă a mesajului lucrării proprii depinde de sensurile simbolice atât a liniilor, formelor cât și a culorilor. Indiferent de tipul lucrării, abstractă, bidimensională sau spațial-volumetrică, studentul arhitect trebuie să învețe să transmită o idee, un mesaj prin limbajul formelor, obiectelor, intuindu-i conotațiile simbolice

³¹ P. A. Michelis, *op. cit.*, p. 333.

Bibliografie

- Apostol-Macovei T., *Simbolismul cromatic*, Chișinău: Î.E.P. Știința, 2019. 167 p.
- Barbu M. *Introducere în gramatica limbajului vizual*. Ediția a III-a. Iași, Polirom. 108 p.
- Eco, U./ tradusă de Giurescu A., Cezar R., *Tratat de semiotică generală*. București: Editura Științifică și Enciclopedică, 1982. 448 p.
- Lăzărescu L., *Culoarea în artă*, Iași: Polirom, 2009. 216 p.
- Michelis P., *Estetica arhitecturii*. București: Editura Meridiane, 1982. 476 p.
- Negulescu P. P., *Geneza formelor culturii*, București: Editura Minerva, 1993.
- Pascadi I., *Estetica între știință și artă*. București: Albatros, 1971. 304 p.
- Țărnă E., *Bazele comunicării*, Chișinău: Prut Internațional, 2017. p. 33.
- T. Vianu, *Estetica*, București: Orizonturi, 2010. p. 45.
- Enciclopedie de filosofie și științe umane*. București: ALL EDUCATIONAL, 2007. 1208 p.
- Acaso, M., (2009). *El lenguaje visual*. Barcelona-Buenos Aires-Mexico: PAIDOS. 159 p.