

Landets främsta ledare har målat Sveriges framtid. Deras teckningar var presenterade på konstutställningen i Stockholm. **DEMOSKOP** gör en semiotisk analys av dem och uppmanar dig att i avslappnad atmosfär ta del i diskussionen.

Har du visionen om Sverige?



För oss är det roligt sätt att åskådliggöra och marknadsföra semiotiken, en analytisk metod som går att applicera på vad som helst men särskilt produktivt är att använda den semiotiska analysen i marknadsföring och reklamarbete.

Semiotiken är en teckenlära som har sina rötter i franska strukturalismen. Som väntat är termen "struktur" av avgörande betydelse men har mångtydig innebörd. Det gäller att avslöja den dolda strukturen, att göra de dolda processerna synliga.



Enligt semiotiker är kulturen ett enda gigantiskt språk. Allt är "språk": mode, matlagning, konst, poesi, musik. Allt är kommunikationsmedel.



Elementen i sig är utan intresse för metoden, de är en sorts variabler. Endast "spelet" är av betydelse. Man studerar relationer som förenar delarna. Ett strukturalistiskt system varierar sig genom att dess element placeras i nya kombinationer.

"The code is hidden by the message". Genom att hitta koder gömda i budskapet kan vi komma till förståelse varför vi tänker på ett eller annat sätt. Inom semiotiken studerar man alltså kollektiva föreställningar. Även fantasin är inte rent privat. Den har en kommunikativ karaktär.

Därav kommer automatiskt slutsatsen att vi här på **DEMOSKOP** i viss mån kan styra kollektiva föreställningar om vi får fria händer och därmed är vi farliga. Det stämmer.

Den store kinesiska tänkaren Kon Fu-tze har sagt: "Väldigt svårt att leta efter svarta katten i det mörka rummet, speciellt om hon inte finns där." Kinesen ironiserar över människans begränsade förmåga att förvärva kunskaper men vi ska fortsätta att leta för att den som inte letar hittar ingenting.

像教行子孔師先

