

Ý nghĩa của hình ảnh trong truyền thông từ góc độ ký hiệu học

TS. DƯƠNG QUỐC BÌNH

Học viện Báo chí và Tuyên truyền; duongquocbinh@ajc.edu.vn

Nhận ngày 13 tháng 12 năm 2025; chấp nhận đăng tháng 2 năm 2026.

Tóm tắt: Trong bối cảnh truyền thông số, hình ảnh giữ vai trò ngày càng quan trọng trong quá trình truyền tải và tổ chức thông tin. Tuy nhiên, trong nghiên cứu lý luận báo chí - truyền thông, hình ảnh vẫn thường được tiếp cận chủ yếu ở cấp độ nội dung hiển thị hoặc hiệu quả truyền đạt, trong khi các cơ chế tạo nghĩa và vận hành ý nghĩa của hình ảnh chưa được phân tích một cách hệ thống. Chính vì vậy, ký hiệu học được xem là hướng tiếp cận lý luận quan trọng, cho phép nghiên cứu hình ảnh như một hệ thống dấu hiệu vận hành theo các quy ước xã hội và văn hoá. Trên cơ sở này, bài viết hệ thống hoá một số tiếp cận ký hiệu học tiêu biểu trong nghiên cứu truyền thông hình ảnh, đồng thời gợi ý khung tiếp cận ký hiệu học tổng hợp phục vụ nghiên cứu báo chí - truyền thông ở Việt Nam hiện nay.

Từ khoá: ký hiệu học; hình ảnh; truyền thông hình ảnh.

Abstract: In the context of digital communication, images play an increasingly significant role in the transmission and organization of information. However, in journalism and communication studies, images are often approached primarily at the level of visible content or communicative effectiveness, while the mechanisms of meaning-making and signification have not been systematically examined. For this reason, semiotics is considered an important theoretical approach that enables the study of images as systems of signs operating according to social and cultural conventions. Based on this perspective, the article systematizes several prominent semiotic approaches in the study of visual communication and proposes an integrated semiotic framework for journalism and communication research in contemporary Vietnam.

Keywords: semiotics; images; visual communication.

1. Ý nghĩa của hình ảnh trong truyền thông và ký hiệu học

Trong môi trường truyền thông số, vai trò của hình ảnh ngày càng được nâng cao. Sự xuất hiện với mật độ lớn của các sản phẩm hình ảnh trên các nền tảng truyền thông đã làm thay đổi đáng kể cách thức thông tin được trình bày, tiếp nhận và diễn giải. Hình ảnh vượt ra khỏi vai trò phụ trợ về mặt thị giác để tham gia trực tiếp vào hoạt động thông tin, định hướng tư tưởng và khơi nguồn dư luận xã hội. Công tác nghiên cứu lý luận báo chí - truyền thông ngày càng coi trọng vai trò của hình ảnh, đặt hình ảnh trong mối liên hệ với thông điệp và hiệu quả truyền thông. Tuy nhiên, nhiều công trình vẫn chủ yếu tập trung vào việc phân tích hình ảnh ở khía cạnh kỹ thuật. Các cơ chế sâu hơn liên quan đến quá trình hình ảnh tạo nghĩa, định hình cách hiểu và tác động đến nhận thức xã hội chưa được xem xét một cách hệ thống ở bình diện lý luận. Điều này đặt ra nhu cầu cần có một khung tiếp cận phù hợp nhằm nghiên cứu hình ảnh như một đối tượng

mang ý nghĩa độc lập trong truyền thông.

Giả định cho rằng hình ảnh phản ánh trực tiếp thực tại vẫn khá phổ biến. Hình ảnh thường được gán cho tính hiển nhiên và trung lập. Quan niệm coi hình ảnh như bằng chứng trực quan của sự kiện thể hiện khá rõ trong lĩnh vực báo chí. Các bức ảnh và các đoạn phim thường được sử dụng để củng cố tính xác thực của thông tin. Tuy nhiên, cùng một hình ảnh có thể được đặt vào những bối cảnh khác nhau và được tiếp nhận theo những cách khác nhau. Quá trình diễn giải hình ảnh diễn ra trong các điều kiện xã hội và văn hoá cụ thể, tạo ra sự khác biệt trong cách hiểu giữa các bối cảnh tiếp nhận. Ý nghĩa của hình ảnh vì vậy được kiến tạo và biến đổi thông qua diễn giải, thay vì tồn tại như một thuộc tính cố định của bản thân hình ảnh.

Ký hiệu học cung cấp khung tiếp cận lý luận phù hợp để nghiên cứu ý nghĩa của hình ảnh trong truyền thông. Cách tiếp cận này coi hình ảnh như một hệ thống dấu hiệu vận hành theo các quy ước nhất định, qua đó mở

rộng phân tích từ nội dung hiển thị sang cấu trúc và chức năng xã hội của ý nghĩa. Ký hiệu học được sử dụng nhằm làm rõ các vấn đề lý thuyết trọng tâm liên quan đến ý nghĩa của hình ảnh.

Trong Giáo trình Ngôn ngữ học đại cương (Course in General Linguistics), tác giả Ferdinand de Saussure (1983) đưa ra cách tiếp cận mới đối với ký hiệu và ý nghĩa, đặt nền tảng cho ký hiệu học hiện đại. Ông phê phán quan niệm coi ngôn ngữ đơn thuần là một hệ thống dùng để đặt tên cho sự vật, đồng thời cho rằng đơn vị ngôn ngữ không phải là mối liên hệ trực tiếp giữa từ ngữ và đối tượng tồn tại trong thế giới bên ngoài. Theo tác giả, ký hiệu ngôn ngữ cần được hiểu như sự kết hợp giữa hai thực thể mang tính tâm lý: cái biểu đạt (signifier) và cái được biểu đạt (signified). Trong đó, cái biểu đạt là hình ảnh âm thanh được lưu giữ trong trí nhớ, còn cái được biểu đạt là một khái niệm; cả hai đều không đồng nhất với sự vật tồn tại trong thế giới vật chất. Tác giả nhấn mạnh rằng ý nghĩa được hình thành thông qua các quan hệ giữa các ký hiệu trong hệ thống ngôn ngữ. Từ quan điểm này, ông xây dựng khái niệm giá trị (value), được hiểu là kết quả của những quan hệ khác biệt giữa các ký hiệu, bằng mệnh đề nổi tiếng: “Trong ngôn ngữ, không có những thuật ngữ mang giá trị tự thân; chỉ có những khác biệt mà thôi” (Saussure, 1983). Luận điểm này cho thấy ý nghĩa là kết quả của một cấu trúc quan hệ mang tính hệ thống.

Quan niệm về ký hiệu và giá trị đã chuyển hướng nghiên cứu ý nghĩa từ việc tìm kiếm nội dung sẵn có sang việc phân tích cấu trúc của hệ thống ký hiệu. Cách tiếp cận này nhấn mạnh tính quan hệ và tính xã hội của ý nghĩa, đặt nền tảng lý thuyết cho ký hiệu học hiện đại. Ký hiệu học dần được mở rộng ra ngoài phạm vi ngôn ngữ học, trở thành công cụ lý luận quan trọng trong nghiên cứu văn hoá và truyền thông ở các giai đoạn sau.

Trong nghiên cứu truyền thông hình ảnh, hướng tiếp cận ký hiệu học xã hội của Gunther Kress và Theo van Leeuwen (2006) đánh dấu sự chuyển hướng từ ký hiệu học cấu trúc sang ký hiệu học xã hội, đặt trọng tâm vào cách hình ảnh được sử dụng trong hoạt động truyền thông cụ thể. Hình ảnh được coi là phương tiện kiến tạo và truyền đạt ý nghĩa gắn với những mục đích và điều kiện sử dụng xác định, thay vì được hiểu như một cấu trúc ý nghĩa mang tính trừu tượng. Khái niệm trung tâm trong công trình này là “ngữ pháp thị giác” (visual grammar),

được hiểu như một hệ thống mô tả cách các yếu tố thị giác kết hợp với nhau để tạo thành những thông điệp hình ảnh mang ý nghĩa trong những bối cảnh xã hội cụ thể. Như các tác giả nhấn mạnh, “cũng như ngữ pháp ngôn ngữ mô tả cách các từ kết hợp thành mệnh đề và văn bản, thì ngữ pháp thị giác mô tả cách các yếu tố được thể hiện (con người, sự vật, không gian) kết hợp với nhau trong các thông điệp hình ảnh” (Kress & van Leeuwen, 2006). Ví dụ, bố cục theo trục trái - phải có thể tạo ra sự phân biệt giữa cái quen thuộc và cái mới, giúp định hướng trình tự tiếp nhận thông tin. Việc lựa chọn cỡ cảnh như cận cảnh, trung cảnh hay toàn cảnh cũng tạo ra những mức độ tiếp cận khác nhau đối với đối tượng được thể hiện: cận cảnh thường gợi cảm giác gần gũi và nhấn mạnh cảm xúc, toàn cảnh đặt đối tượng vào bối cảnh rộng hơn, tạo khoảng cách và làm nổi bật môi trường xung quanh. Các yếu tố khác nhau trong cách tạo hình đều có thể dẫn dắt sự chú ý, gợi cảm xúc và định hướng cách hiểu của người xem. “Ngữ pháp thị giác” giúp nhận diện những lựa chọn tạo nghĩa đang được vận dụng trong thực tiễn sử dụng hình ảnh. Qua đó, phân tích hình ảnh trong truyền thông có thể chuyển từ việc mô tả nội dung hiển thị sang việc làm rõ cách hình ảnh được tổ chức để xây dựng và truyền tải ý nghĩa, thông điệp hình ảnh trong bối cảnh xã hội cụ thể.

2. Nghiên cứu hình ảnh trong truyền thông từ góc độ ký hiệu học

Nghiên cứu hình ảnh trong truyền thông từ góc độ ký hiệu học hình thành và phát triển trên nền tảng của nhiều truyền thống lý thuyết khác nhau. Các tiếp cận này cùng chia sẻ quan điểm chung rằng hình ảnh không mang sẵn ý nghĩa cố định, mà vận hành như một hệ thống dấu hiệu, trong đó ý nghĩa được hình thành thông qua các cơ chế mã hoá, diễn giải và sử dụng trong những bối cảnh xã hội - văn hoá cụ thể.

Kế thừa nền tảng ký hiệu học cấu trúc của Ferdinand de Saussure, Roland Barthes mở rộng phạm vi phân tích sang lĩnh vực hình ảnh và truyền thông đại chúng. Trong các bài viết Thông điệp hình ảnh (The Photographic Message) và Diễn ngôn hình ảnh (Rhetoric of the Image), đăng trong tuyển tập Hình ảnh - Âm nhạc - Văn tự (Image - Music - Text), tác giả cho rằng hình ảnh thường được tiếp nhận như hình thức phản ánh trực tiếp thực tại, nhưng trên thực tế vẫn vận hành như một thông điệp ký hiệu học và chịu sự chi phối của các mã văn hoá - xã hội.

Luận điểm của tác giả xuất phát từ nghịch lý trung tâm của nhiếp ảnh: ảnh chụp thường được xem như sự sao chép trực tiếp thực tại và vì thế được hiểu là một “thông điệp không cần mã” (Barthes, 1977) nhưng vẫn được tiếp nhận và giải mã thông qua những tri thức, kinh nghiệm và mã văn hoá đã có. Hình ảnh luôn được đọc trong những hệ thống diễn giải xã hội xác định.

Tiếp nối lập luận này, tác giả phân tích cách hình ảnh tạo nghĩa thông qua sự đồng tồn tại của nhiều tầng thông điệp. Ông phân biệt ba dạng thông điệp trong hình ảnh truyền thông: (i) thông điệp ngôn ngữ, (ii) thông điệp hình ảnh hiển ngôn, (iii) thông điệp hình ảnh hàm ẩn. (Barthes, 1977) còn làm rõ chức năng “neo nghĩa” (anchorage) của ngôn ngữ, theo đó văn bản đi kèm có vai trò định hướng cách hình ảnh được hiểu và thu hẹp các khả năng diễn giải. Cơ chế này giúp hình ảnh truyền tải những thông điệp mang tính định hướng một cách hiệu quả, đồng thời tạo cảm giác tự nhiên và khó nhận diện như một sự sắp đặt có chủ ý.

Bảng: Các tiếp cận ký hiệu học trong nghiên cứu truyền thông hình ảnh

Học giả	Trọng tâm	Câu hỏi	Đóng góp	Giới hạn
Saussure	Cấu trúc ký hiệu	Ý nghĩa được hình thành như thế nào trong hệ thống ký hiệu?	Đặt nền tảng cho việc hiểu ý nghĩa như kết quả của quan hệ khác biệt; giúp phá vỡ quan niệm ý nghĩa là cái có sẵn	Không trực tiếp xử lý hình ảnh; không đặt trọng tâm vào quan hệ giữa ký hiệu và thực tại
Barthes	Mã, tầng diễn ngôn	Hình ảnh tạo nghĩa và tự nhiên hoá ý nghĩa như thế nào?	Phân tích nghĩa hiển ngôn - hàm ẩn; làm rõ cơ chế neo nghĩa và vai trò của ngôn ngữ trong truyền thông hình ảnh	Thiên về phân tích diễn ngôn và ý thức hệ ở cấp độ diễn giải; ít chú ý đến quan hệ vật chất với thực tại
Peirce	Quan hệ ký hiệu - thực tại	Ký hiệu liên hệ với thế giới bên ngoài ra sao?	Mô hình ký hiệu tam đoạn; phân loại icon - index - symbol; làm rõ tính chỉ dấu và giá trị bằng chứng của hình ảnh	Không trực tiếp xử lý bối cảnh văn hoá, quyền lực trong truyền thông
Kress & van Leeuwen	Cách sử dụng hình ảnh	Hình ảnh được tổ chức và sử dụng như thế nào trong hoạt động truyền thông?	Khái niệm “ngữ pháp thị giác”; phân tích bố cục, cổ cảnh, điểm nhìn; phù hợp với nghiên cứu báo chí và truyền thông đa phương thức	Chưa đặt hình ảnh trong trật tự biểu tượng mang tính lịch sử - văn hoá dài hạn
Lotman	Không gian ký hiệu văn hoá	Hình ảnh thuộc về không gian ký hiệu nào và vận hành ra sao trong hệ thống văn hoá?	Khái niệm semiosphere; cấu trúc trung tâm - ngoại biên; dấu tích cho nghiên cứu biểu tượng và hình ảnh chính trị	Không tập trung vào phân tích chi tiết từng hình ảnh trong hoạt động truyền thông cụ thể

Charles Sanders Peirce lại tiếp cận ký hiệu học từ nền tảng triết học thực dụng, nhấn mạnh mối quan hệ giữa ký hiệu và thực tại. Trong Tuyển tập các trước tác của Charles Sanders Peirce (Collected Papers of Charles Sanders Peirce), Peirce (1931-1958) xây dựng mô hình ký hiệu tam đoạn gồm: dấu hiệu (sign), đối tượng (object) và ý nghĩa (interpretant). Ý nghĩa của hình ảnh được tạo lập và mở rộng liên tục trong quá trình diễn giải của chủ thể tiếp nhận. Dựa trên mối quan hệ giữa ký hiệu và đối tượng, Peirce phân biệt ba kiểu ký hiệu cơ bản bao gồm: icon (dựa trên sự tương đồng về hình thức), index (liên hệ mang tính chỉ dẫn hoặc nhân quả) và symbol (vận hành trên cơ sở quy ước xã hội và học tập văn hoá). Cách phân loại này đặc biệt có ý nghĩa đối với nghiên cứu truyền thông hình ảnh, bởi nó giúp lý giải vì sao hình ảnh thường được

tiếp nhận như dấu vết hoặc bằng chứng của sự kiện, đồng thời vẫn có thể mang các giá trị biểu trưng vượt ra ngoài quan hệ trực tiếp với thực tại.

Ở cấp độ rộng hơn, ký hiệu học văn hoá của Yuri Lotman (1990) mở rộng phân tích hình ảnh từ từng đơn vị riêng lẻ sang không gian ký hiệu tổng thể của văn hoá. Trong công trình Vũ trụ của tư duy: Lý thuyết ký hiệu học về văn hoá (Universe of the Mind: A Semiotic Theory of Culture), Lotman (1990) đưa ra khái niệm “không gian ký hiệu” (semiosphere) để chỉ không gian nơi mọi quá trình ký hiệu diễn ra. “Không có ký hiệu hay văn bản nào tồn tại bên ngoài không gian này; mọi ý nghĩa đều được hình thành trong quan hệ với các hệ thống ký hiệu đã có trước đó” (Lotman, 1990). “Không gian ký hiệu” được tổ chức theo cấu trúc trung tâm - ngoại biên. Những ký hiệu ở trung tâm thường được coi là chuẩn mực và có ảnh hưởng lớn đến cách hiểu chung, còn các ký hiệu ở ngoại biên linh hoạt hơn và có khả năng tạo ra sự biến đổi. Cách nhìn này cho phép nghiên cứu hình ảnh gắn với các truyền thống biểu tượng, ký ức tập thể và quan hệ quyền lực trong xã hội.

Mỗi cách tiếp cận ký hiệu học làm rõ một khía cạnh khác nhau của quá trình hình ảnh tạo nghĩa trong truyền thông. Các tiếp cận cấu trúc và hậu cấu trúc giúp phân tích các tầng nghĩa và cơ chế diễn giải; ký hiệu học của Peirce góp phần lý giải mối quan hệ giữa hình ảnh và thực tại; còn ký hiệu học văn hoá của Lotman đặt hình ảnh trong những trật tự biểu tượng mang tính lịch sử - xã hội. Do đó, việc nghiên cứu hình ảnh trong truyền thông cần được triển khai theo hướng tổng hợp, kết nối cấu trúc ký hiệu, mối quan hệ với thực tại, cách thức sử dụng hình ảnh trong hoạt động truyền thông và bối cảnh văn hoá - xã hội cụ thể trên khung tiếp cận ký hiệu tổng hợp:

- Cấu trúc ý nghĩa
- Quan hệ thực tại
- Cách thức sử dụng
- Bối cảnh văn hoá

Cách tiếp cận này tạo cơ sở lý luận để phân tích hình ảnh như một thực hành tạo nghĩa gắn với đời sống truyền thông đương đại.

3. Quan hệ giữa hình ảnh và thực tại trong truyền thông đương đại

Từ góc độ ký hiệu học, vấn đề trung tâm trong nghiên cứu truyền thông hình ảnh là mối quan hệ giữa hình ảnh và thực tại. Trong hoạt động báo chí và truyền thông, hình

ảnh thường được tiếp nhận như sự ghi nhận trực tiếp các sự kiện đã xảy ra trong thế giới hiện thực. Tính trực quan của hình ảnh tạo ra cảm giác về độ tin cậy và tính xác thực, khiến công chúng có xu hướng xem hình ảnh như bằng chứng củng cố thông tin. Chính giả định này lý giải vì sao hình ảnh giữ vị trí đặc biệt trong hoạt động báo chí - truyền thông. Tuy nhiên, từ góc độ ký hiệu học, mối quan hệ giữa hình ảnh và thực tại lại được kiến tạo thông qua các cơ chế ký hiệu và diễn giải trong những điều kiện xã hội - kỹ thuật cụ thể.

Theo cách nhìn ký hiệu học của Peirce, ý nghĩa của hình ảnh không mang tính cố định, mà được tạo lập trong quá trình tiếp nhận, diễn giải mối quan hệ giữa dấu hiệu và đối tượng. Dựa trên mối quan hệ với đối tượng, Peirce phân biệt ba kiểu ký hiệu cơ bản là icon, index và symbol. Trong đó, nhiếp ảnh và video thường mang đặc tính index (tính chỉ dấu) rõ nét, bởi sự tồn tại của hình ảnh gợi ra sự hiện diện hoặc tác động của một sự kiện đã từng diễn ra trước ống kính. Chính tính chỉ dấu này khiến hình ảnh dễ được tiếp nhận như dấu vết của thực tại và được gán cho giá trị bằng chứng.

Đặc tính chỉ dấu của hình ảnh thể hiện rõ qua việc sử dụng ảnh chụp và video hiện trường. Các hình ảnh về thiên tai, tai nạn giao thông hoặc các sự kiện xã hội thường được xem là minh chứng trực quan cho những gì đã xảy ra. Bên cạnh đó, sự phát triển của truyền thông số khiến hình ảnh do người dân ghi lại và lan truyền trên mạng xã hội ngày càng trở thành nguồn tư liệu quan trọng. Những hình ảnh này thường được tiếp nhận như bằng chứng ban đầu, góp phần xác nhận thông tin và thúc đẩy quá trình hình thành dư luận xã hội. Trong nhiều trường hợp, báo chí tiếp nhận, thẩm định và tái sử dụng các hình ảnh này nhằm tăng cường tính xác thực và sức thuyết phục của thông tin.

Tuy nhiên, trong môi trường truyền thông số, mối quan hệ giữa hình ảnh và thực tại ngày càng trở nên phức tạp. Sự gia tăng của các hình ảnh dàn dựng, chỉnh sửa, cắt ghép hoặc sử dụng sai bối cảnh khiến đáng về “thực” của hình ảnh không còn bảo đảm cho tính xác thực của thông tin. Nhiều hình ảnh vẫn mang hình thức thị giác thuyết phục, song không còn gắn với sự kiện hoặc đối tượng đã diễn ra trong thực tế. Giả định coi hình ảnh như sự phản ánh trực tiếp của hiện thực trở nên kém vững chắc. Thách thức này trở nên rõ nét hơn với sự xuất hiện của hình ảnh và video do trí tuệ nhân tạo tạo ra.

Khác với ảnh chụp hay video truyền thống, các hình

ảnh này không có một đối tượng vật chất tồn tại trước ống kính. Chúng vẫn mang đặc điểm thị giác giống hình ảnh ghi nhận thực tại, nhưng không còn quan hệ chỉ dấu với một sự kiện đã diễn ra. Mối liên hệ giữa hình ảnh và thực tại không còn dựa trên dấu vết vật chất, mà được thiết lập thông qua các quy ước diễn giải, ngữ cảnh sử dụng và mức độ tin cậy của nguồn phát. Điều này cho thấy tính xác thực của hình ảnh không thể được suy ra từ hình thức thị giác đơn thuần. Những biến đổi trong môi trường truyền thông cho thấy mối quan hệ giữa hình ảnh và thực tại được hình thành thông qua quá trình ký hiệu và diễn giải. Hình ảnh vừa phản ánh hiện thực, vừa tham gia tổ chức cách hiện thực được tiếp nhận.

Do đó, nghiên cứu truyền thông hình ảnh cần đặt hình ảnh trong bối cảnh sử dụng cụ thể, gắn với điều kiện kỹ thuật và các quy ước văn hoá - xã hội. Cách tiếp cận này giúp làm rõ vai trò của hình ảnh như một thực hành tạo nghĩa trong truyền thông đương đại.

4. Kết luận

Từ góc độ ký hiệu học, hình ảnh trong truyền thông được nhìn nhận như hệ thống dấu hiệu vận hành theo các quy ước xã hội và văn hoá; ý nghĩa được hình thành thông qua các cơ chế mã hoá, diễn giải và sử dụng trong những bối cảnh cụ thể. Hệ thống hoá các lý thuyết ký hiệu học tiêu biểu cho thấy quá trình hình ảnh tạo nghĩa diễn ra trên nhiều phương diện, bao gồm cấu trúc quan hệ của ý nghĩa, các tầng diễn giải, mối liên hệ giữa hình ảnh và thực tại, cũng như vị trí của hình ảnh trong không gian ký hiệu văn hoá. Trên cơ sở đó, khung tiếp cận ký hiệu học tổng hợp được đề xuất nhằm kết nối các bình diện phân tích trong một chỉnh thể lý luận thống nhất, cho phép nhận diện hình ảnh trong quá trình tổ chức ý nghĩa và định hướng cách hiện thực được tiếp nhận. Cách tiếp cận này cung cấp cơ sở lý luận cho nghiên cứu truyền thông hình ảnh và góp phần bổ sung cho các nghiên cứu báo chí - truyền thông trong bối cảnh truyền thông hiện nay./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Barthes, R. (1977). *Image - Music - Text*. London: Fontana Press.
2. Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). *Reading Images: The Grammar of Visual Design* (2nd ed.). London: Routledge.
3. Lotman, Y. (1990). *Universe of the Mind: A Semiotic Theory of Culture*. London: I.B. Tauris.
4. Peirce, C. S. (1931-1958). *Collected Papers of Charles Sanders Peirce* (Vols. 1-8). Cambridge, MA: Harvard University Press.
5. Saussure, F. de. (1983). *Course in General Linguistics*. London: Duckworth.