

http://rfsic.revues.org/413

Le troisième numéro de la Revue Française des Sciences de l'Information et de la Communication, conforme à notre schéma éditorial de départ et à notre protocole d'évaluation, installe maintenant notre production scientifique dans la durée. Notre grand dossier, coordonné par Jean-Jacques Boutaud et Karine Berthelot-Guiet, inaugure un débat théorique important sur un sujet qui a largement valeur de programme : La vie des signes au sein de la communication : vers une sémiotique communicationnelle.

La vie des signes au sein de la communication : vers une sémiotique communicationnelle

numéro coordonné par

Jean-Jacques Boutaud, Professeur en SIC, Université de Bourgogne, CIMEOS (EA4177), équipe 3S (Sensoriel, Sensible, Symbolique)
jean-jacques.boutaud@u-bourgogne.fr
et
Karine Berthelot-Guiet , Professeur en SIC, Université Paris-Sorbonne, CELSA (GRIPIC, EA 1498)
karine.berthelot-guiet@celsa.paris-sorbonne.fr

Sémiologie, sémiotique, sémiologie de la communication ou de la signification. Sémiotique structurale ou interprétative, peircienne ou greimassienne, puis post-greimassienne et tensive. La « science des signes au sein de la vie sociale » en a vu de toutes les couleurs, est passée par tous les états d'âme. On la dit moribonde, réduite au petit cénacle, entre scientistes de la dernière génération, bons gardiens d'une temple austère et déserté. Ou le contraire, condamnée à force de se galvauder, de s'appliquer à tout, boîte à outils pour la formation ou pour la vente. On lui colle aussi des étiquettes, preuve qu'elle se cherche et se déplace, se forme et se reconfigure en permanence, au gré des postures : sémiolinguistique, socio-sémiotique, sémiopragmatique, sémio-anthropologie, etc.

Preuve, en réalité, que cet espace théorique et pratique vit, avec des racines profondes et des fondations solides, des mouvements de générations et des tendances, des lignes franches et des changements de cap. Voilà ce qu'il nous faut appréhender, sous le rapport particulier qui est le nôtre : les relations entre la sémiotique, ce monde sémiotique à la fois permanent et changeant, et la

communication, les SIC. Pas seulement refaire l'histoire entre sémiotique et communication, comme on a pu déjà s'y employer, mais observer et analyser toutes ces lignes de force et de vie qui parcourent cette relation riche et complexe entre la sémiotique, les sémiotiques et les SIC.

Dissiper le malentendu

Ne revenons pas, ou pas trop longtemps, sur les débats d'Ecoles ou les disputes théoriques qui ont pu nuire à cette relation, comme l'instruction menée avec talent par Régis Debray, dans ses *Manifestes médiologiques* (1994), cette image d'une sémiologie prise à son piège solipsiste. Il faut dire que Barthes, dans son geste inaugural, s'était donné quelques facilités avec sa *Rhétorique de l'image* (1964) : travailler sur l'image, avec son effet de cadre bien commode face à la complexité du monde ; choisir, par sens pratique, l'image publicitaire, avec ses signes *pleins*, *emphatiques* ; s'en tenir au texte, réductible, de façon immanente, à trois messages ; privilégier le code, c'est-à-dire la signification repliée ou enfermée dans la convention dont la connotation n'est que l'extension prévisible. Ce qui fera dire à Régis Debray que « le message publicitaire est pour le codage-décodage une leçon d'école primaire où les réponses sont écrites sur le tableau noir » (1994). Si la sémiologie avait permis, à travers signes et codes, de dissiper l'illusion du référent accroché à sa nature, il convenait alors de dissiper l'illusion sémiologique elle-même et de s'émanciper de la scolastique du code afin de reprendre contact avec le monde, contact sous forme de médiations. Pas question de se laisser impressionner par le glissement *artificiel*, de « sémiologie » à « sémiotique » : « Simple influence de l'anglais, dira-t-on. Oui, mais aussi et surtout : décision politique. L'*ique* est un amplificateur d'autorité. Il durcit le mou et modernise l'ancien. On consonne ainsi avec informatique, télématique, robotique, domotique. Sémioticien c'est mécanicien. Médiologue, c'est idéologue. –*ique*, net suffixe de l'exact. –*logie*, suffixe liquide de l'approximatif » (1994). Pourtant, les lignes avaient bougé depuis l'austère, voire abscons Dictionnaire raisonné de la théorie du langage (Greimas et Courtès, 1979) qui en avait laissé plus d'un sur le carreau sémiotique. Mais à force de conjuguer signification et procès, c'est la sémiotique elle-même qui s'est vue mise en procès, alors qu'elle n'a cessé d'être en mouvement et d'ouvrir des espaces pour la communication. Des liens qui ont tardé à s'exprimer en termes institutionnels alors que la sémiotique exprimait de plus en plus son pouvoir attractif dans les formations en communication.

En première approximation, il s'agit déjà d'analyser et comprendre tout ce qui peut faire signe en communication. Mais, là encore, à trop se penser et se modéliser, la sémiotique s'est trop refermée sur elle-même, excluant le non spécialiste, ou repliée dans différentes chapelles dont les lexiques, schémas et modélisations agissent comme autant de portes qui se ferment devant l'impétrant, qu'il soit chercheur dans une autre discipline, étudiant, ou professionnel des domaines d'application. À se fermer ainsi, une partie des approches sémiotiques ont paru se rigidifier et scléroser parfois le processus interprétatif au point d'évacuer, *manu militari* les éléments étrangers au système, de peur de reconnaître la part de subjectivité de l'analyse. À l'opposé, lorsque leur prétention à l'interprétation était trop libre ou débridée, jusqu'à

l'idiosyncrasie, d'autres approches ont pu nourrir leur propre remise en cause et se voir reprocher de procéder à une interprétation incontrôlée et floue.

Certains présentent alors la sémiotique comme une approche désincarnée du sens quand d'autres lui reprochent d'exprimer des préjugés d'intellectuels, sans donner accès à la pratique et au social. Autant de remarques dues à une méconnaissance des pratiques d'analyse et d'interprétation de la sémiologie.

Le trop peu et le trop plein

La sensibilité sémiotique s'exprime très nettement par intérêt à la vie des signes dont le territoire de base est, ou devrait être, la communication et cela est d'autant plus vrai que les points de contact entre sémiotique et communication semblent connaître une croissance quelque peu anarchique : obsession du décryptage dans les médias, inflation du signe autour de l'hypercommunication politique, naturalisation de certaines grilles de lecture sémiotiques, en termes de codes, de connotations, d'effets de sens. Même en perte de vitesse, la publicité offre toujours, aux signes, un régime d'excès et d'emphase, et sur les blogs ou les réseaux sociaux, tout le monde joue des codes médias et du manège permanent de signes hypervisibles pour occuper un espace, même virtuel.

Partout et à tout moment, la sollicitation du signe nous guette, les « jeux de langage », la frénésie du sens dont chacun devient l'acteur et le promoteur, sur une scène sociale qui n'a jamais aussi bien porté son nom. Il convient dès lors au sein des sciences de l'information et de la communication de donner à voir et à comprendre les diverses facettes de l'analyse sémiotique appliquée à des objets communicationnels, l'étendue de son prisme par une approche décomplexée de la sémiotique pensée comme outil heuristique.

Ce n'est pas pour autant que les relations entre sémiotique et sciences de l'information et de la communication soient simples. Un rapide examen du type de rapports qu'ont entretenu et entretiennent aujourd'hui ces deux compagnes de marche vers la circulation du sens en société est, à cet égard, éclairant. En effet, l'approche sémiotique n'a pas toujours constitué une ressource "naturelle" des SIC et les manuels et dictionnaires généraux de présentation des SIC leur donnent, le plus souvent, une place restreinte.

La restriction peut s'entendre :

- en termes spatiaux : on y accorde peu de place,
- en termes critiques, car les propos en viennent souvent à souligner ce que les auteurs concernés considèrent comme des carences de la sémiotique.
- et en termes temporels dans une perspective restrictive dans la mesure où, la plupart du temps, les développements sémiotiques opérés depuis les années 1980, à savoir l'ouverture pragmatique et les approches sociosémiotiques, sont ignorés.

Cela explique la situation actuelle de la sémiotique difficile à situer au plan théorique, dès qu'elle s'émancipe des sciences du langage, trop souvent exposée aussi, à l'instrumentalisation commode pour les opératifs de toute obédience. L'âge d'or se situerait temporellement dans les années 70, jusqu'au début des années 80,

moment où le tournant pragmatique a semblé ouvrir les yeux sur des contextes situés, des espaces négociés de sens, laissant la sémiotique à son pré carré et son jargon d'un autre âge. A suivre cette pente aveugle, tous les développements ultérieurs des sciences du langage n'existeraient pas, ceux de la sémiotique non plus, à plus forte raison ceux de la sémiotique non textuelle. Ces exclusions semblent évidemment la marque d'une double méconnaissance des évolutions de la sémiotique et de la linguistique.

Il s'agit désormais de donner une place aux approches communicationnelles plurielles de la sémiotique. C'est l'ambition première de ce numéro. Pour ce faire, nous allons dépasser les coupures ou les frontières disciplinaires pour montrer la capacité des différentes méthodes à saisir "la vie des signes au sein de la vie sociale". Certaines méthodes ont des affinités plus précises avec certains objets ou domaines (image, discours, marques, médias, etc.) et sur des objets proches ou identiques la variation des méthodes permet de faire émerger des nuances vives et complémentaires, pour entrevoir la richesse de l'espace ainsi ouvert, entre sémiotique et communication.

Ce numéro veut souligner une affinité forte entre les approches sémiotiques et l'analyse des objets communicationnels, objets d'excellence par le surdosage sémiotique ou l'emprise emphatique du signe (*c'est de la pub*, *c'est de la com*') souvent décriée, sinon relevée, à titre péjoratif. Notre vision est tout autre. Nous privilégions le procès de signification qui engage forcément un processus de communication : reconnaître du signe dans les choses, c'est du même coup poser la relation aux choses, leur place dans le monde, dans notre monde, notre place et celle des autres par le truchement des signes qui se manifestent. Pragmatique, phénoménologie et anthropologie ont de bons arguments pour faire bouger les lignes face à des systèmes de codification trop rigides en communication.

Apports et perspectives

Au terme de la sélection, pas moins de quatorze articles ont été retenus pour ce numéro. Signe de la vitalité du champ sémiotique en communication ou, pour mieux dire, de l'approche sémio-communicationnelle qui se décline au pluriel. Les relations sémiotique et communication sont éclairées ici, au plan théorique et épistémologique, tantôt sous l'obédience d'un modèle, à travers des approches différenciées, tantôt sous la forme du « bricolage », dans les termes où Floch, après Lévi-Strauss, entendait l'assumer. Cela subsume les choix conceptuels, méthodologiques, bibliographiques, comme on le verra essentiellement avec les premiers articles de ce numéro.

Histoire de tracer le cadre, on observera déjà les relations à la fois d'appariement et de différenciation qui se résument, en apparence, par la confrontation entre sémiotique et marketing, sémiotique et anthropologie, sémiotique et sociologie ou linguistique, dans une perspective communicationnelle. Car, au-delà de la confrontation, ce sont les relations croisées, de coopération qui expliquent, sous la poussée communicationnelle, la prétention sémiotique à changer d'angle ou déplacer le curseur, par condensation. Ainsi les revendications d'approches dites sémio-marketing, socio-sémiotique, sémiolinguistique, sémio-anthropologique, sémiopragmatique et, s'il fallait poursuivre *ad nauseam*, phénoméno-sémiotique à

moins que ce ne soit sémio-phénoménologique, que l'on pourrait caricaturer dans le pédant ou folkloriser dans l'étiquetage, si la réalité sous-jacente n'était celle d'une grande vitalité théorique.

Les angles d'attaque sont donc nombreux, les terrains et les objets s'offrent dans leur diversité mais pas leur éparpillement. Ainsi le point focal qui nous fera souvent revenir sur l'*image*, terme générique qui ne résiste pas aux changements de granularité à opérer entre visuel, iconique, figuratif, plastique. Là encore, d'un support à l'autre (affiches, interfaces numériques, médias télévisuels, etc.) - mais là n'est pas l'essentiel – il est question d'analyser à des niveaux de discrétisation de plus en plus poussés, les potentialités du sens et les modalités de sa négociation. La communication se pense dès lors moins en termes de signes, codes, messages, qu'en termes de processus, négociation, dynamique de ce que nous sommes fondés à définir comme *phénomènes* de sens.

Sur ce plan Peirce, avec sa conception dynamique de l'interprétant, semblait avoir un temps d'avance sur Greimas. Mais, sans raviver la querelle ou la division des modes de pensée ternaire et binaire, on voit nettement, à travers ce numéro, combien s'imposent les analyses post-structurales, post-greimassiennes, respecteuses du système mais attachées plus encore à la vie des signes, à la vie sociale, à la présence sensible, au corps, aux traces. Sans craindre l'audace théorique et, il est vrai, la rigueur ou la raideur de la formulation, çà et là, on se laissera porter par le mouvement, tant les propositions théoriques foisonnent à travers ce numéro. S'il faut se rassurer encore, on verra combien cette exigence théorique se nourrit du terrain, des objets, comme arrimée à tout le théâtre figuratif de la communication : la sollicitation des sens, les textes et leurs modes d'énonciation, les objets et les dispositifs, les situations et les pratiques, jusqu'aux modes d'existence et aux formes de vie qui se manifestent ou se révèlent dans notre mise en signes et en scène du monde, au quotidien.

Il est heureux, également, de voir dans les nombreuses contributions pour ce numéro, l'apport de chercheurs confirmés, reconnus, comme l'expression de jeunes chercheurs en Sciences de l'information et de la communication. Si l'on pouvait craindre, sous la bannière sémiotique, la réunion d'un petit cercle d'initiés, on découvre, en réalité, une vraie communauté de pensée, vivante, élargie, aux attaches très variées, mais ralliée à un point fondamental : l'attraction du sens en communication, dans toute sa complexité, alors même que la communication participe du sens commun et de la naturalisation du sens.

Pour laisser vivre ce mouvement, d'une contribution à l'autre, nous ne proposons ni secteurs d'analyse tranchés, ni sections délimitées. Le lecteur pourra ainsi cheminer, en itinéraire continu, de propos à caractère épistémologique, à des champs d'expression sociale touchant, par exemple, la séduction alimentaire, en mode euphorique, et sur le mode dysphorique, la communication pour les grandes causes, en publicité sociale, article de clôture du dossier.

Ce travail collectif est dans la continuité de travaux de synthèse déjà proposés ou en pleine actualité : le numéro 39 de *Communication & Organisation* consacré aux « applications de la sémiotique à la communication des organisations » (dirs. A. Catellani et M. Versel, 2011), la tomaison 3 de *Signata* : « L'institution de la sémiotique : recherche, enseignement, professions » (notamment l'article de B. Darras : « Qui sont les sémioticiens et que font-ils ? Enquête sur leurs relations avec le design et des média », 2012) et *Sémiotique, mode d'emploi* » (dirs. K. Berthelot-Guiet

et J.-J Boutaud, Le Bord de l'eau éditions, col. Mondes marchands, 2014). Quelques repères pour illustrer, s'il en était besoin, combien la sémiotique évolue comme chez elle, au sein des Sciences de l'information et de la communication. Merci aux responsables de la revue d'en avoir accepté l'augure.