

# FAITES-MOI SIGNES

## communiquer

Support de cours *communication & sémiologie*  
B.T.S Communication Visuelle  
Marc VAYER 2006

### Références

*La communication* Ed Sciences Humaines  
*L'image et les signes* Martine Joly  
*Le signe* Umberto Eco  
*L'EmeRec* Alain Ostalrich  
*Lire la photographie* Ferrante Ferranti  
*La parole manipulée* Philippe Breton

## L'ère de l'EmeRec

Le message

L'émetteur : la fonction expressive

Le code : la fonction metalinguistique

Le référent : la fonction référentielle

Le récepteur : la fonction injonctive

La fonction phatique

La fonction poétique

La fonction retour

Un récapitulatif

Un des objectifs principal des cours de B.T.S Communication Visuelle (graphisme, édition, publicité & multimédia) est de découvrir, d'explorer, de montrer, d'expliquer et d'appliquer une grande diversité de processus créatifs en communication visuelle.

Ces différents processus, comme le nom l'indique, nous font passer par plusieurs phases :

- Analyse de l'existant [Le contexte de l'action de communication, les acteurs en jeu, etc.]
- La prise en compte du message [Comprendre pourquoi est formulé tel message]. Très souvent, dans notre activité de graphiste, ce message nous est indiqué, nous n'avons pas à le concevoir. Toutefois, il vaut mieux comprendre les raisons et l'intérêt de sa formulation.
- Mettre en œuvre des propositions visuelles diversifiées.
- Choisir, au regard de tout ce qui a été analysé, une proposition finale. [Ce choix n'est jamais effectué sans le commanditaire du message, mais le graphiste argumente en affirmant les qualités de ce qu'il propose].

Lorsqu'on s'engage dans un processus créatif, quel qu'il soit, il est souhaitable, pour une meilleure maîtrise et une meilleure argumentation des choix effectués, d'avoir une vue d'ensemble des modalités qui régissent les phénomènes de communication ; ces phénomènes sont exprimées en modèles par les chercheurs depuis près d'un siècle. Ces modèles ne sont pas exclusifs les uns des autres. Ils sont destinés à évoluer avec l'apparition de nouveaux modes de communication. Ces modèles sont destinés à être des outils de compréhension des phénomènes de communication. Ils ne décrivent pas des règles infaillibles. Ils sont soumis aux aléas de la nature humaine.

Voici une tentative de synthèse sous forme d'un seul schéma, concrétisée par des exemples.

## L'ère de l'EmeRec

**Les différents types de modèles de communication** (d'après Alex Muchielli *La communication*, Ed Sciences Humaines, p65)

- **Modèle positiviste**  
Linéarité cause-effet. Le sens du message est donné et ce message (la cause) parcourt le canal et va produire un effet chez le récepteur.  
[Modèle Emetteur-Récepteur ; modèle Mass-Media]
- **Modèle systématique**  
Le phénomène de communication est pensé comme un tout avec des rétroactions du récepteur.  
[Modèle socio-métrique ; modèle transactionnel ; modèle interactionniste (communication paradoxale – messages contradictoires)]



Sur cette image, Zinedine Zidane exprime-t-il de la joie ou de l'agressivité ?

- **Modèle constructiviste**  
Il considère la communication comme un débat dont le sens n'est pas donné au départ mais dont il découlera après avoir lu les commentaires hypertextes.  
[Modèle de l'hypertexte]

Pour la synthèse qui suit, j'applique des modèles de communication linguistiques à des processus concernant l'image, par soucis de simplification.

Ce transfert des principes du linguistique au visuel n'est pas aussi évident que cela et continue de poser beaucoup de nombreux débats, d'autant que les recherches sur les phénomènes de communication sont en pleine évolution. Les mutations considérables actuellement en cours par l'utilisation massive et nouvelle des réseaux de type internet et par les redistributions structurelles des différents supports médias (presse, télé) remettent en question constamment les modèles déjà étudiés.

*Voir Martine Joly L'image et les signes p 90 à 94*

*Élucider les mystères et paradoxes de la transmission culturelle – tel est le but de la médiologie.*

*On s'efforce de comprendre comment une rupture dans nos méthodes de transmission et de transport suscite une mutation dans les mentalités et les comportements et, à l'inverse, comment une tradition culturelle suscite, assimile ou modifie une innovation technique.*

*Le regard, plus généralement, porte sur les interactions technique/culture, au carrefour des formes dites supérieures de la vie sociale (religion, art, politique) et des aspects les plus humbles de la vie matérielle (usuels, banals, triviaux).*

*La médiologie n'est pas une doctrine, ni une morale. Encore moins une « nouvelle science ». C'est avant tout une méthode d'analyse, pour comprendre le transfert dans la durée d'une information (transmission). Non un domaine spécial de connaissance (comme l'est la sociologie des médias) mais, plus largement, un mode original de connaissance, consistant à rapporter un phénomène historique aux médiations, institutionnelles et pratiques, qui l'ont rendu possible. On se conduit en médiologue chaque fois qu'on tire au jour les corrélations unissant un corpus symbolique (une religion, une doctrine, un genre artistique, une discipline, etc.), une forme d'organisation collective (une église, un parti, une école, une académie) et un système technique de communication (saisie, archivage et circulation des traces). Ou, plus simplement, quand on met en ligne un dire, la façon de le dire et qui tient à le redire.*

*Nombreux et multinationaux sont les défricheurs et précurseurs du champ médiologique entendu comme l'exploration du monde symbolique par le biais logistique : Victor Hugo (« ceci tuera cela »), Walter Benjamin, Valéry, McLuhan, Walter Ong, etc. La médiologie s'efforce de donner cohérence, intelligibilité et prolongements aux intuitions des grands pionniers, pour contribuer à ce qui pourrait un jour ressembler à une écologie de la culture.*

<http://www.mediologie.org>

*Qu'est-ce que la médiologie ?*

— *Plutôt que l'étude des médias, c'est celle des médiations. La médiologie s'intéresse à « l'homme qui transmet » (= qui transporte un message à travers le temps), plus qu'à « l'homme qui communique » (= qui transporte un message à travers l'espace). Or, nos sociétés contemporaines ont développé une conquête de l'espace, tout en perdant la maîtrise du temps. « Notre parc de machines nous fascine, notre gamme d'institutions nous ennuie ».*

— *La transmission culturelle entre les hommes passe par des moyens techniques, mais ce ne sont pas seulement ces moyens techniques qui la rendent possible. Derrière ces moyens, il y a des institutions sociales. Exemple d'une*

*bibliothèque : ce ne sont pas seulement des livres plus ou moins bien stockés, c'est l'outil que se donne une institution sociale (État, église, université, association...) pour se perpétuer dans la durée, créant de nouvelles vocations, de nouveaux écrivains. La bibliothèque en tant que lieu est le médium voyant, pas le moteur. « Les décideurs qui programment et édifient des réseaux distributeurs d'information, de plus en plus complexes, sans se soucier des conditions préalables d'apprentissage et d'enseignement, sont victimes d'une pareille confusion. »*

— *Le champ d'investigation de la médiologie dépassent les outils de communication proprement dits : architecture, moyens de locomotion, cérémonies, font aussi partie de son domaine. Ex. : N°5 des Cahiers de médiologie, sur la bicyclette.*

— *Ce qui fonde l'humanité, c'est la capacité de l'homme à externaliser certaines de ses fonctions dans des objets qui durent plus longtemps que lui, permettant ainsi la transmission d'une culture, et l'accumulation des connaissances. L'outillage préhistorique est à ce titre aussi une banque de données matérialisée, un « garde mémoire ». (Le médiologue rejette la hiérarchie sujet pensant, supérieur/objet matériel, trivial. « Le sujet humain se construit avec et par l'objet, dans un incessant aller-retour »). « Au début était l'os, non le logos ». L'os, celui des sépultures conservées, est la première archive, suivie directement par le monument funéraire. Inscription de l'homme dans la durée, avant l'écriture.*

— *La médiologie distingue trois médiasphères (ères humaines déterminées par une technique principale de communication/transmission) : la Logosphère (écriture), la Graphosphère (imprimerie), la Vidéosphère (audiovisuel, qui serait peut-être un simple préambule à l'Hypersphère, celle du numérique).*

Jean Baptiste de Vathaire

**COMPTE RENDU DE LECTURE**

**Introduction à la médiologie de Régis DEBRAY**

« Pour le signataire, le thème médiologique (que chaque membre de l'orchestre des Cahiers, en bon jazzman, réarrange à sa façon) est passé par quatre états successifs, les quatre étapes d'une remontée en amont : le message, le médium, le milieu, la médiation. M de message, comme militance, messianisme, ministère. M de médium, comme mémoire, matériau, machinerie, monument. M de milieu, comme monde, mode, macro-système technique, moyenne (bande), in medio stat virtus. M de médiation, comme mélange, malédiction ou miracle. Histoire de concepts, histoire d'une vie, chacun son labyrinthe d'entrée. »

**R. DEBRAY Histoire des quatre M**

In « Cahiers de médiologie N°6 »

Pourquoi des médiologues ?

Walter Benjamin a eu l'immense mérite de faire rétroagir les conditions de transmission sur la création artistique, comme le montre sa petite histoire de la photographie de 1931. Mais, prêtant peu d'attention aux origines des « beaux-arts », il semble faire sienne l'illusion continuiste de l'histoire officielle de l'art. Ainsi a-t-il pu confondre deux époques, deux régimes du regard : l'ère des idoles et l'ère de l'art (voir tableau p. 292-293). Son aura, en fait, n'appartient qu'à la première. Les qualités de présence réelle, d'autorité et d'immédiate incarnation dont il redoutait la perversion industrielle, c'est cela même dont l'œuvre d'art s'est dépouillée à la renaissance, sans attendre le « reproduction mécanisée ». La photo ajouta seulement un troisième degré à un deuxième. Ce n'est pas l'art qui

est apparition et « présentification de l'invisible », c'est l'idole (l'icône). Cette dernière seule relève d'une théologie, dont l'esthétique, dès le départ, porte, est le deuil. La sécularisation des images n'aurait donc pas commencé au XIX<sup>e</sup> siècle mais au XV<sup>e</sup>. (...)

Régis Debray "Vie et mort de l'image" folio essais

L'IMAGERIE A POUR ...	en <b>LOGOSPHERE</b> (après l'écriture) <b>RÉGIME IDOLE</b>	en <b>GRAPHOSPHERE</b> (après l'imprimerie) <b>RÉGIME ART</b>	en <b>VIDÉOSPHERE</b> (après l'audiovisuel) <b>RÉGIME VISUEL</b>
<b>PRINCIPE D'EFFICACITÉ (OU RAPPORT À L'ÊTRE)</b>	<b>PRÉSENCE</b> (transcendante) l'image est voyante	<b>REPRÉSENTATION</b> (illusoire) l'image est vue	<b>SIMULATION</b> (numérique) l'image est visionnée
<b>MODALITÉ D'EXISTENCE</b>	<b>VIVANTE</b> l'image est un être	<b>PHYSIQUE</b> l'image est une chose	<b>VIRTUELLE</b> l'image est une perception
<b>RÉFÉRENT CRUCIAL (SOURCE D'AUTORITÉ)</b>	<b>LE SURNATUREL</b> (Dieu)	<b>LE RÉEL</b> (La nature)	<b>LE PERFORMANT</b> (la machine)
<b>SOURCE DE LUMIÈRE</b>	<b>SPIRITUELLE</b> (du dedans)	<b>SOLAIRE</b> (du dehors)	<b>ÉLECTRIQUE</b> (du dedans)
<b>BUT ET ATTENTE DE ...</b>	<b>PROTECTION</b> (et salut) l'image capture	<b>DÉLECTATION</b> (et prestige) l'image captive	<b>INFORMATION</b> (et jeu) l'image est captée
<b>CONTEXTE HISTORIQUE</b>	de la <b>MAGIE</b> au <b>RELIGIEUX</b> (temps cyclique)	du <b>RELIGIEUX</b> à <b>L'HISTORIQUE</b> (temps linéaire)	de <b>L'HISTORIQUE</b> au <b>TECHNIQUE</b> (temps ponctuel)
<b>DÉONTOLOGIE</b>	<b>EXTÉRIEURE</b> (direction théologico-politique)	<b>INTERNE</b> (administration autonome)	<b>AMBIANTE</b> (gestion techno-économique)
<b>IDÉAL ET NORME DE TRAVAIL</b>	<b>JE CÉLÈBRE</b> (une force) d'après l'Écriture (canon)	<b>JE CRÉE</b> (une œuvre) d'après l'Antique (modèle)	<b>JE PRODUIS</b> (un événement) d'après Moi (mode)
<b>HORIZON TEMPOREL (ET SUPPORT)</b>	<b>L'ÉTERNITÉ</b> (répétition) dur (pierre et bois)	<b>L'IMMORTALITÉ</b> (tradition) souple (toile)	<b>L'ACTUALITÉ</b> (innovation) immatériel (écran)
<b>MODE D'ATTRIBUTION</b>	<b>COLLECTIVE = ANONYMAT</b> (du sorcier à l'artisan)	<b>PERSONNELLE = SIGNATURE</b> (de l'artiste au génie)	<b>SPECTACULAIRE = LOGO, MARQUE</b> (de l'entrepreneur à l'entreprise)
<b>FABRICANTS ORGANISÉS EN ...</b>	<b>CLÉRICATURE</b> vers <b>CORPORATION</b>	<b>ACADÉMIE</b> vers <b>ÉCOLE</b>	<b>RÉSEAU</b> vers <b>PROFESSION</b>
<b>OBJET DU CULTE</b>	<b>LE SAINT</b> (je vous sauvegarde)	<b>LE BEAU</b> (je vous plais)	<b>LE NOUVEAU</b> (je vous surprends)
<b>INSTANCE DE GOUVERNEMENT</b>	1 - <b>CURIALE</b> = L'empereur 2 - <b>ECCLÉSIASTE</b> = Monastères et cathédrales 3 - <b>SÉGNEURIALE</b> = le Palais	1- <b>MONARCHIQUE = ACADÉMIE</b> 1500-1750 2- <b>BOURGEOISIE = SALON + CRITIQUE + GALERIE</b> 1968	<b>MÉDIA/MUSÉE/MARCHÉ</b> (arts plastiques) <b>PUBLICITÉ</b> (audiovisuel)
<b>CONTINENT D'ORIGINE ET VILLE-PONT</b>	<b>ASIE - BYZANCE</b> (entre Antiquité et chrétienté)	<b>EUROPE - FLORENCE</b> (entre chrétienté et modernité)	<b>AMÉRIQUE - NEW YORK</b> (entre moderne et post-moderne)
<b>MODE D'ACCUMULATION</b>	<b>PUBLIQUE</b> : Le trésor	<b>PARTICULIER</b> : la Collection	<b>PRIVÉ/PUBLIC</b> : la reproduction
<b>AURA</b>	<b>CHARISMATIQUE</b> (anima)	<b>PATHÉTIQUE</b> (animus)	<b>LUDIQUE</b> (animation)
<b>TENDANCE PATHOLOGIQUE</b>	<b>PARANOÏA</b>	<b>OBSESSIONNEL</b>	<b>SCHIZOPHRÉNIE</b>
<b>VISÉE DU REGARD</b>	<b>A TRAVERS L'IMAGE</b> la voyance transite	<b>PLUS QUE L'IMAGE</b> la vision contemple	<b>SEULEMENT L'IMAGE</b> le visionnage contrôle
<b>RELATIONS MUTUELLES</b>	<b>L'INTOLÉRANCE</b> (religieuse)	<b>LA RIVALITÉ</b> (personnelle)	<b>LA CONCURRENCE</b> (économique)

## Le message



Le message, ce n'est pas simplement le contenu, mais aussi le support ; c'est le conessus, le partage du message. Ce message prend également en charge plusieurs notions :

- rendre rapide la communication
- conservation des documents
- 5 sens, deux vecteurs (temps-espace), interaction entre chaque sens
- transmission des cultures

Exemples d'images sur lesquelles nous allons nous appuyer :



1 – Zinedine Zidane après avoir marqué un but lors de la rencontre Ukraine – France le 6 juin 2004 au stade de France à Saint-Denis. Photo Reuters. Parue dans le quotidien « L'Équipe ».

Le message :

- j'ai marqué un but ?
- un but a été marqué ?
- L'équipe de France a marqué par l'intermédiaire de Zidane ?
- La France a marqué ?



2 – Andrea Mantegna (1431-1506) Saint Sébastien Huile sur toile, 255 x 140 cm Louvre, Paris, France  
Photo : J.G. Berizzi Copyright Réunion des Musées Nationaux / Art Resource, NY

Le message :

- Saint Sébastien a été martyrisé ?
- Le martyre de Saint Sébastien a été horrible ?
- Je suis « l'homme de douleurs », vénérez mon image ?
- Je suis l'intercesseur, l'homme qui préserve les hommes de la peste ; ceux dont j'exauce la prière sont épargnés par le fléau ?



3 - Affiche Festival Vieilles charrues 2006.

Principalement parue en annonce presse quotidiens, magazine papiers et sites web.

Le message :

- Le festival a bien lieu cette année ?
- voilà ce que vous pourrez écouter au festival ?
- Ce festival est cool, jeune et propre ?
- Il y a de la musique pour tout le monde ?

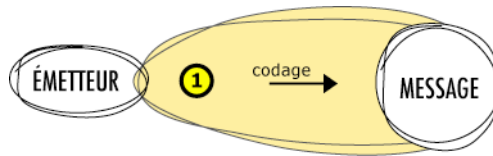


4 - visuel publicitaire campagne United colors of Benetton 1992 (David Kirby, février 1992). Photo Oliviero Toscani

Le message :

- Un homme est mort ou va mourir dans un lit, entouré de sa famille ?
- L'homme mourant est cadavérique ?
- La marque *United colors of Benetton* est présente au chevet de ce mourant ?

## L'émetteur



### 1 Fonction expressive émetteur < — > message

- Ethymologiquement, « sortir hors de soi »
- qui traduit des émotions
- le langage, l'image, permet d'exprimer ses désirs



Quel est l'émetteur du message ? Qui a choisi cette image pour communiquer ?

- Zidane
- L'ensemble des acteurs de la scène
- L'ensemble du contexte de la scène (stade, sponsors, ...)
- Le journal « L'Équipe » (association avec du texte, format, ...)
- La banque d'image (une photo parmi une série)
- Le photographe (instant T, cadrage, ...)
- Les sponsors maillot



Quel est l'émetteur du message ? Qui a choisi cette image pour communiquer ?

- Mantegna
- Commanditaire religieux
- Livre d'art (emplacement, chronologie, thématique, ...)
- L'éditeur (par le biais de la qualité d'impression, ...)
- L'auteur



Quel est l'émetteur du message ? Qui a choisi cette image pour communiquer ?

- Les organisateurs
- Le graphiste
- Les sponsors



Quel est l'émetteur du message ? Qui a choisi cette image pour communiquer ?

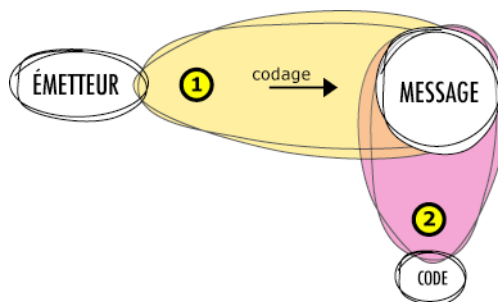
- Benetton (personnes)
- United colors of Benetton (la marque)
- Le photographe concepteur
- L'afficheur

*A comparer par défaut lorsque l'afficheur censure un affichage : « la cène » pour Marithé François Girbaud*



*En 20005, une association « de défense des droits de la famille » (sic) a porté plainte contre l'affichage de ce visuel. Avant même un éventuel procès, l'afficheur a fait retirer cette campagne de l'affichage. L'auto-censure précède la censure.*

## Le code



## 2 Fonction métalinguistique message < — > code

- Les mots qui expliquent d'autres mots, codes visuels qui expliquent d'autres images
- Code des lois / dictionnaires / code de la route / codification des couleurs / codes expressifs / code morse / code des ascenseurs / etc.
- Réguler son propre discours (linguistique) « *Voilà ce que je pense ; autrement dit ; je voudrais dire que ...* »
- Le langage, les images, permettent de parler sur eux-mêmes.

• « *La notion de code introduit la notion de conventions et d'accord social d'une part et celle de mécanismes régis par des règles de l'autre ? même quand les règles sont simplifiées, il importe de les chercher. S'il y a règle, il y a institution et société et donc il y a un mécanisme de construction et de déconstruction.* »

Martine Joly p 95



### Codes de l'expression du corps

- Grimace, poing serré (gestes donnant lieu à différentes interprétations)
- Couleurs maillot
- Attitude corporelle



### Codes de la Renaissance

- Position du personnage
- Éléments du décor (symboliques)



### Codes festifs

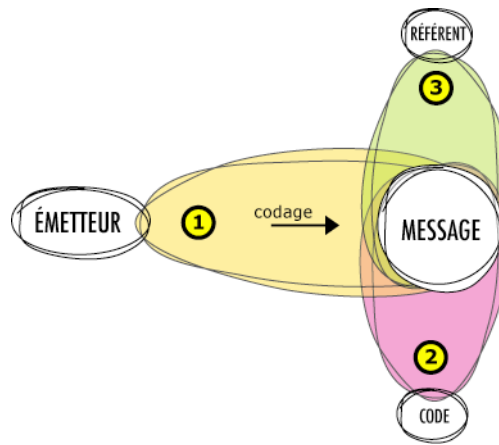
- Illustration
- Signes plastiques (couleurs, formes, etc.)
- Festivités
- Typographie



### Codes documentaires appliqués à la publicité

- Image documentaire muette
- Logotype

## Le référent



### 3 Fonction référentielle message < — > référent

- Le langage, les images, permettent de donner des informations
- Transmettre une information



- C'est du sport
- C'est du football
- un but a été marqué
- une équipe a joué ce jour
- Zidane a un but de plus à son compte



- Saint Sébastien a été blessé
- Saint Sébastien a été attaché, torturé
- Ce sont les Romains qui l'ont martyrisé
- La colonne dans les ruines est grecque
- Paysage de l'époque ou fantasmé ?



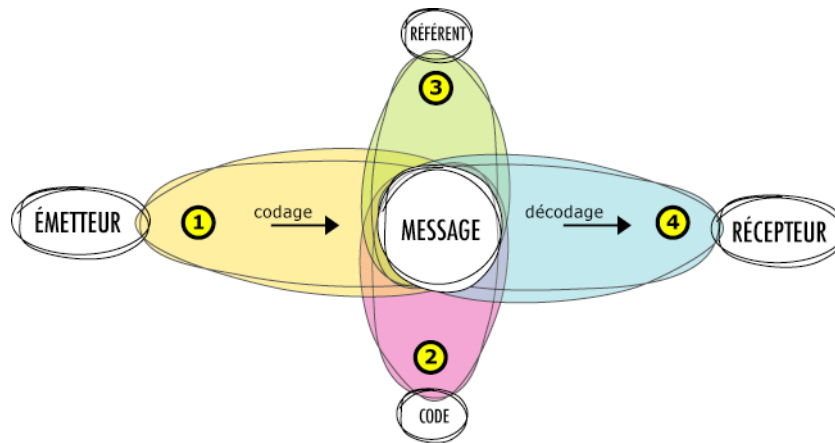
- Il y a un festival à Carhaix
- C'est au mois de Juillet 2006
- C'est un univers musical



- La personne malade est terriblement marquée
- Il y a une maladie qui s'appelle le SIDA
- solitude ou solidarité ?
- Hôpital ?



## Le récepteur



### 4 Fonction injonctive message < — > récepteur

- Le langage, les images, permettent d'agir sur autrui, sur un destinataire.



- Le lecteur du journal « l'Equipe », plutôt un homme
- Transmission d'un enthousiasme, de plaisir et/ou de frustration (quel type de supporter ?)

lire « Enquête sur le journal l'Equipe » Johann Harscoët.  
Le Monde Diplomatique septembre 2007



- Le lecteur averti confirme
- Le lecteur découvreur découvre
- Surprise – admiration – intérêt
- Plus artistique et esthétique que religieux culturel
- Illustratif ou informatif ?



- Utilisateur internet : informations pratiques
- Transmission d'une synergie

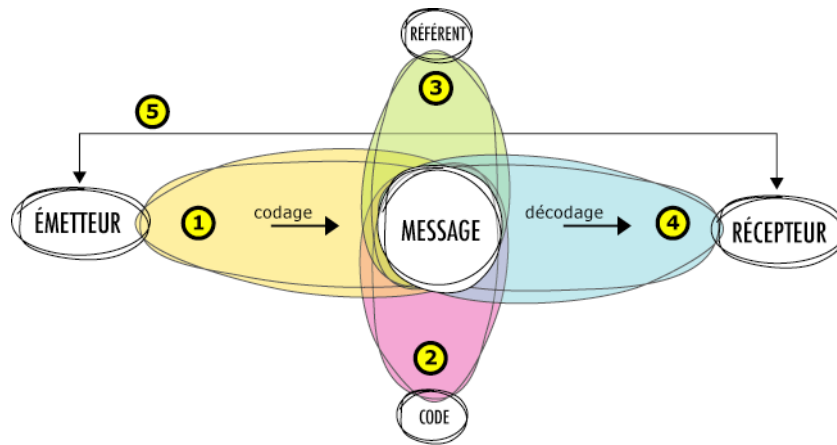


- le passant : choquer, interpeller
  - associer prise de risque avec la marque
  - la sphère médiatique qui va relayer et reproduire
- Voir page suivante photos de Ségolène Royale par :  
Jean-Claude Coutausse / Sébastien Calvet  
+ Lire « Les politiques, nouvelle cible de la presse people »  
Le Monde 12 août 2006



Ségolène Royal, dimanche 26 novembre, à la Mutualité à Paris. JEAN-CLAUDE COUTAUSSE/FÉDÉPHOTOS POUR « LE MONDE »





## 5 Fonction phatique émetteur < — > récepteur

- Est-ce qu'on se connaît, est-ce qu'on se reconnaît ?
- Le langage, les images, permettent d'établir, prolonger ou interrompre une conversation, un contact ? (Allo ?)



- Au supporter : « j'ai marqué pour moi, pour toi »
- Le supporter: « merci »
- A l'esthète sportif: « j'ai marqué »
- L'esthète: « bravo »
- Le photographe: « regarde l'intensité du moment »
- Le lecteur : « c'est fort (qui est le photographe ?) »



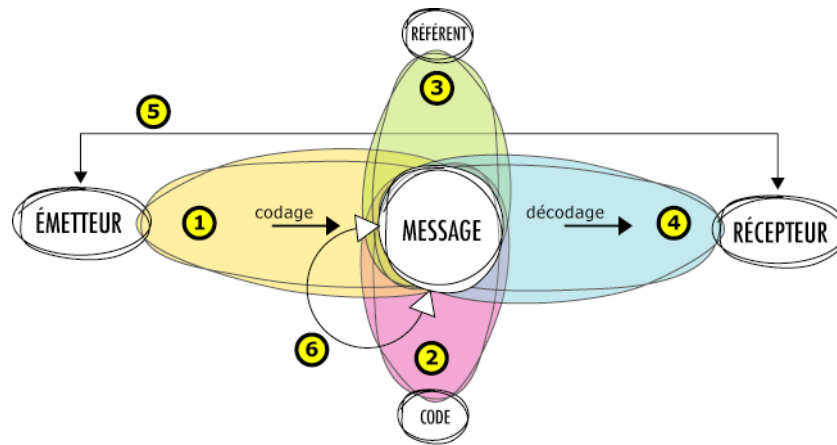
- Le peintre : « regarde, sur ce thème conventionnel, j'essaye de proposer une vision du monde plus humaniste ( Dieu est plus loin ) »
- Le spectateur de l'époque et/ou le commanditaire : « quelle audace ! (j'adhère ou pas) »
- Le peintre: « j'essaye de rendre (technique) le personnage le plus vivant (chair) possible »
- Le spectateur de l'époque et/ou le commanditaire: « quelle technique, on n'a jamais vu peinture plus vivante »
- Le spectateur actuel: « quelle modernité ! »



- Emetteur
- Venez, on va prendre du plaisir
  - Il y en a pour tous les goûts
  - On est des gens simples qui faisons un festival professionnel
- récepteur
- Chouette, il y a ce groupe super
  - J'les connais j'ai envie de les voir et les entendre
  - J'les connais pas, ça va peut-être être bien de les découvrir
  - On va être avec plein d'autres gens, super, grave !



- United Colors of Benetton : « je vends des pulls et ce monde est cruel (discours ouvert). Ce monde cruel offre l'occasion de choquer et de faire parler de la marque (discours caché) » voir l'attitude des sponsors de Zidane après le coup de boule de la finale de la coupe du monde.
- Le spectateur : incompréhension
- Le spectateur : je participe à la polémique (sans acheter ou en achetant)
- Toscani: « regarde quel concepteur novateur provocateur je fais ! »
- Le spectateur : « quelle audace ! (j'adhère ou pas) »
- Le spectateur : « honte à la récupération spectaculaire »



## 6 Fonction poétique message < — > message

- Le langage, les images, peuvent exprimer des qualités esthétiques
- L'esthétique est décodable
- recherche des effets de style



### Esthétique de l'image sportive

- Cadrage, profondeur de champ, contre-plongée, lumières



### Esthétique de la Renaissance

- Couleurs, formes (hyperréalisme), proportions du corps humain



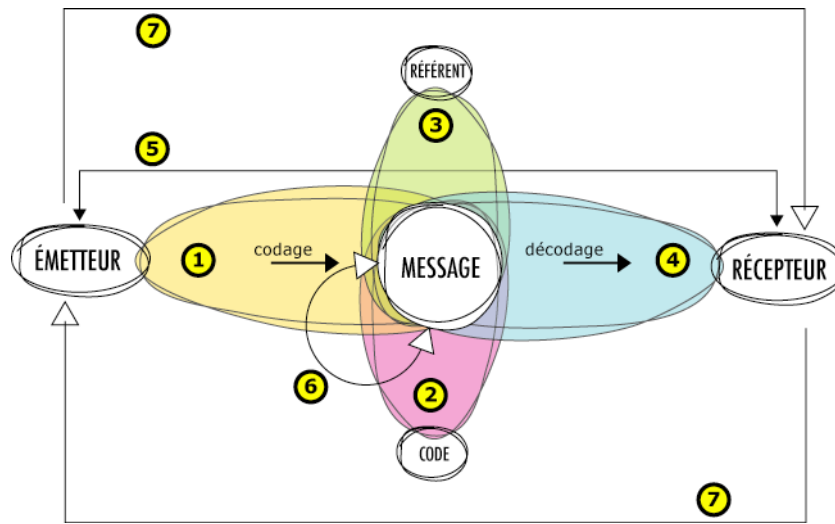
### Esthétique illustrative

- Associations colorées, rapport texte-image, réutilisation de tendances graphiques
- Afficher cette affiche chez soi ?



### Esthétique documentaire/art

- Cadrage, etc.



## 7 Fonction retour (ou feed-back) récepteur —> émetteur —> récepteur —> émetteur —> etc.

- L'énergie de la réponse est fournie par le récepteur et non pas par l'impact de l'élément déclencheur  
 Voir page suivante : l'école de Palo alto).



- empathie envers Zinedine Zidane
- agressivité envers Zinedine Zidane
- + j'exprime la joie, + je marque la sphère médiatique



- Quelle sont les réactions à l'époque de la Renaissance (connaître l'histoire)
- Téléphoner à l'éditeur pour dire que l'impression est mauvaise ou bonne. Conditionne l'achat d'autres livres de la collection.



- Présence ou non au festival
- Ambiance
- Rendez plus clair l'info (pratique)



- Actes d'achats ou de non achat
- Protestations directes ou indirectes
- Soutien direct ou indirect
- Polémique médiatique

## PRESENTATION GENERALE DE L'ECOLE DE PALO-ALTO

### Petit historique de ... deux écoles dans un même lieu

L'école de Palo-Alto est une dénomination générique un peu trompeuse pour désigner un ensemble de chercheurs ayant travaillé ensemble dans la petite ville de Palo-Alto près de San-francisco. Trompeuse, elle l'est pour deux raisons : d'une part, il n'y a jamais eu d'école proprement dite. Le terme désigne des chercheurs ayant eu des affinités de travail communes : la thérapie clinique et les théories de la communication inter-individuelle. D'autre part, il n'y a pas eu un mais deux regroupements de chercheurs : Bateson et Jackson dans un premier temps, Watzlawick et quelques autres dans un second temps. Ces deux temps correspondent à deux moments consécutifs et bien spécifiques du développement des recherches.

Le premier temps est celui des fondateurs : Bateson, le plus connu encore aujourd'hui, sera le premier à adapter l'approche systémique à l'étude des relations humaines, en s'aidant de son imprégnation du terrain qui lui vient de ses travaux antérieurs d'ethnologue. Les théories systémiques serviront à modéliser des types d'interactions sociales dans des contextes culturels bien spécifiques, tandis que l'introduction de notions issues du champ de la cybernétique, comme celles de feed-back (principe de rétroaction) ou de système homéostatique, permettait de poser les bases d'une théorie générale de la communication (on peut avoir une bonne idée de ses théories sur les phénomènes de feed-back en se référant à son ouvrage de référence, *La cérémonie du Naven*).

Cette approche neuve avait aussi pour mérite de changer l'angle classique des causalités successives ; dans un système, c'est toute la structure de l'organisation qui est dynamique et qui participe des évolutions dans le temps : vers l'homéostasie dans le meilleur des cas ou au contraire vers l'emballement progressif du système. (...)

Le deuxième temps est celui de la rencontre avec Watzlawick. (...)

Watzlawick lui, tourne et retourne les exemples jusqu'à avoir une vision d'ensemble, synthétique, des notions utilisées, quitte à faire quelques entorses à certaines règles d'homogénéité du discours. C'est encore cette originalité, assortie d'un réel humour, qui fait toute la célébrité actuelle de ce chercheur.

Avec le MRI, c'est une autre aventure qui commence, à laquelle se joindront très vite d'autres noms, plus ou moins illustres : Weakland, Fisch, Hall, etc... Dans la réalité, les deux groupes de Palo-Alto cohabitèrent et partagèrent un certain nombre de travaux jusqu'à la mort du fondateur : le 4 juillet 1980 disparaît Gregory Bateson (...)

### Palo-Alto et la nouvelle communication

(...) Ainsi pose-t-on de nouveaux axiomes :

- Dans un système, ce qui vit, c'est un réseau de communication dont tous les noeuds sont en interaction les uns avec les autres (on ne peut pas ne pas communiquer selon la formule de Watzlawick).
- Ces interactions se produisent selon des modalités bien spécifiques et tendent globalement à l'équilibre général du système (homéostasie) ou au déséquilibre de celui-ci (déséquilibre qui n'est en fait qu'une forme d'homéostasie considérée comme anormale).
- Toute interaction produit des effets de rétroaction (feedback). Le rôle de la rétroaction négative est de réduire l'écart de ce qui sort par rapport à une norme fixée ou déviation - d'où l'épithète de négative - tandis que, dans le cas de la rétroaction positive la même information agit comme une mesure de l'amplification de la déviation de ce qui sort (Watzlawick).
- Chacun des noeuds de l'interaction possède un champ spécifique qui établit les limites de son identité culturelle et symbolique (Hall) tandis que toute situation de communication correspond à un cadre, un point de vue particulier de la relation qui doit être construite mutuellement selon les mêmes modalités ou règles ; Si deux cadres se chevauchent, ne correspondent pas, il y a ce que l'on appelle des paradoxes ou des contradictions (pouvant générer des effets de double-bind) que la thérapie ou la vie quotidienne peuvent éliminer en recadrant les réalités divergentes.

(...) Les aspects parfois fragmentaires ou anecdotiques des travaux de l'école cachent ainsi de vraies trouvailles qui sont pour la plupart très largement adaptables à d'autres domaines du champ des sciences de la communication que la seule psychologie de la communication.

La plus grande originalité de l'école de Palo-Alto est pourtant la moins visible : il s'agit de la conception particulière du langage utilisé dans les processus thérapeutiques. Ce langage, instrument du changement, est en quelque sorte neutre, sans essence (il n'est pas le lieu de la vérité en général ni du sens dans l'absolu) et se démarque profondément de celui utilisé dans d'autres champs de recherches. (...)

## Un récapitulatif par Umberto Eco

*D'un point de vue linguistique, Jakobson (1963) a distingué ces six fonctions du langage :*

**Référentielle** : le signe se rapporte à quelque chose (cheval, train part à six heures, ...)

**Expressive** ou *émotive* : le signe tend à susciter une réponse émotive (attention, mon chou, imbécile, ...)

**Phatique** ou *de contact* : le signe vise moins à communiquer quelque chose qu'à souligner le fait même de la communication (ce que l'on pense aux : oui, et aux :c'est ça, ce que l'on prononce en écoutant quelqu'un au téléphone : ce : oui, n'exprime pas le consensus mais fait comprendre à l'interlocuteur que l'on est en train de suivre son propos).

**Injonctive**, *impérative* ou *conative* : le signe transmet une injonction (hors d'ici, apporte-moi ce livre, ...) et vise à déterminer un comportement actif.

**Metalinguistique** : les signes servent à désigner d'autres signes ; il ne s'agit pas ici de sémies substitutives comme dans le rapport entre le morse et la langue parlée — mais de véritables langages utilisés pour définir les propriétés d'autres langages (comme en logique) ou de l'utilisation du même langage dans une fonction metalinguistique où il se décrit lui-même ; le présent livre est un exemple de discours metalinguistique.

**Poétique** : on utilise les signes pour attirer l'attention sur la façon dont les signes eux-mêmes sont utilisés, par-delà les règles du langage commun.

*Bien entendu, ces fonctions se chevauchent et se superposent dans le processus de communication. Ainsi, un signal routier portant la mention « STOP » a une fonction référentielle parce qu'il annonce l'existence d'un croisement ; une fonction impérative, parce qu'il transmet un ordre ; émotive, parce qu'il cherche à solliciter l'attention de l'usager. On ne peut pas dire qu'il ait une fonction phatique, mis à part le fait qu'il assure la continuité de la signalétique organisée dans la zone, ni poétique, à moins qu'il ne soit dessiné de façon originale et que sa forme singulière et agréable suscite l'admiration (mais dans ce cas, il distrairait le conducteur et perdrait sa fonction impérative.*

Umberto Eco « Le signe » p 92-93

## Une image qui cumule clairement l'ensemble de ces fonctions



« interdiction de fumer sous peine d'amende pour nuisance. Sanction : 50 € »

**Fonction référentielle** : le signe annonce l'existence d'un problème de comportement sur la voie publique et évoque l'univers de la fumette de cannabis.

**Fonction injonctive** : le signe transmet un ordre (cercle rouge) renforcé par le texte (interdiction de fumer ...)

**Fonction phatique** : une continuité des codes de la signalétique routière à propos d'un sujet surprenant dans ce cadre et un graphisme qui « établit » le contact sur ce sujet avec les passants.

**Fonction poétique** : le sujet inhabituel dans un contexte d'interdiction routière et traité comme tel par son graphisme suscite questionnement, curiosité et sourire. (A tel point que l'article du journal évoque le vol de ces panneaux)

**Fonction retour** : L'article évoque également l'édition spéciale de ces panneaux par la municipalité pour être vendus. C'est bien dans ce rapport de flash-back — mise en place, réactions, vols, édition spéciale — que ce signe fonctionne très fortement.

Marc VAYER,

à propos d'un article paru « Courrier international n°798 –février 2006. Paru dans De Volkskrant, Het Parool, Amsterdam

## Ce que l'étude du schéma EmeRec doit permettre :

- Ce type de modèle, de synthèse, est un outil qui permet notamment de se poser des questions :

- quelles sont les informations de départ ?
- quel est le commanditaire ?
- quel est le codage ?
- quel est le parasitage ?
- quelles distorsions ?
- quels résultats ?
- Quelles corrections retour ?

- Si un des éléments de ce modèle change de nature, voir d'intensité, toutes les relations sont affectées dans le schéma.

- La compréhension des mécanismes que ce schéma met en valeur, l'analyse du projet de communication avec toutes les composantes et toutes les relations de ce schéma, doit permettre de mieux mettre en place un système de communication pertinent et cohérent

- hiérarchiser les infos
- établir un rapport texte images
- s'inscrire ou non dans une tendance
- établir des seuils de saturation

- Sur la base d'une meilleure compréhension de tous ces phénomènes, le (la) graphiste peut mettre en place une identité visuelle en utilisant les signes plastiques appropriés au problème de communication qu'il doit résoudre.