

POUR UN STATUT SEMIOLOGIQUE  
DES SIGNAUX RELATIFS A  
LA COMMUNICATION DE MASSE

Par Jacques FAME NDONGO

**POUR UN STATUT SEMIOLOGIQUE  
DES SIGNAUX RELATIFS A LA  
COMMUNICATION DE MASSE**

**RESUME**

*Comment fonctionne ce type particulier de communication de masse qu'est le «signal»? Est-il conforme à l'ossature des autres techniques de diffusion collective? Quels en sont les attributs sémiologiques? Autant de questions auxquelles cette étude apporte des éléments de réponse tout en tentant de forger un terme nouveau, le «signalème», pour rendre compte de la plus petite unité signifiante qui constitue l'armature du «signal», une technique de communication fort usitée mais peu étudiée.*

**SUMMARY**

*How does this type of Mass communication, the 'signal', function? Is it in conformity with the framework of other techniques of collective broadcasting? What are its semiological attributes? This study attempts answers to these and other questions in an attempt to forge a new term, «signalème». The term explains a small but significant consistency constitutive of the structure of the «signal», a strongly used but scarcely studied technique of communication.*

## POUR UN STATUT SEMIOLOGIQUE DES SIGNAUX RELATIFS A LA COMMUNICATION DE MASSE

Par Jacques FAME NDONGO  
Maître de Conférences  
Université de Yaoundé  
ESSTI.

Indice, symbole, icône, signal, signe, signifiant, signifié, autant de termes propres à la sémiologie de la communication ou à la sémiologie de la signification. Dans la présente étude, nous focalisons notre recherche sur le signal relatif à la communication de masse pour en déterminer le fonctionnement interne et le statut sémiologique. Mais, avant d'entrer dans le vif du sujet, il convient de préciser les termes utilisés : «communication», «signal» et «sémiologie».

Depuis Ferdinand de SAUSSURE, l'on sait que la sémiologie est l'étude des systèmes de signes servant à la communication humaine. Fondant une tradition américaine héritière de Charles PEIRCE et de BLOOMFIELD, Charles MORRIS nomme «Semiotics» (terme que l'on traduit en français par «Sémiologie», la «Sémiotique» désignant tout système de signes, comme la musique, la peinture, le cinéma etc..) la doctrine générale des signes. Interprétant SAUSSURE à travers MERLEAU-PONTY et HJEMSLEV, Roland BARTHES qui a approfondi le concept de sémiologie, s'appesantit sur la «signification» en postulant que tout est signe et que tout signe a une signification : la langue mais aussi les images, les gestes, les sons, les objets, les rites, les protocoles, les spectacles, les vêtements, etc...

En revanche, s'inspirant de l'Ecole Phonologique de Prague et du fonctionnalisme linguistique d'André MARTINET, des chercheurs tels que BUYSENS, Jeanne MARTINET, PRIETO, MOUNIN etc... affirment que les systèmes de signes doivent être définis non pas au regard de leur signification mais eu égard à leur fonction qui est la communication humaine.

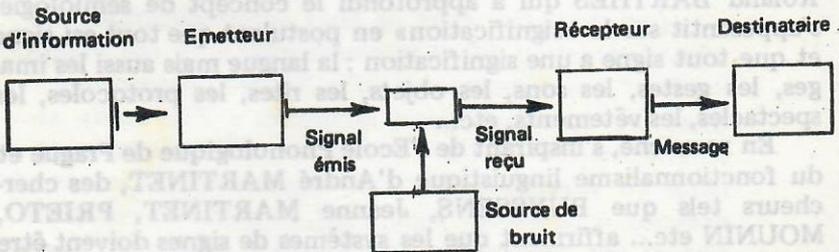
Notre étude étant axée sur la communication, il est naturel que la seconde orientation de la sémiologie retienne notre attention.

Mais, qu'est-ce que la communication ?

## LA COMMUNICATION :

### Définition et fonctionnement.

Ce vocable provient, par formation lexicale vulgaire, du verbe latin «*communicare*» (mettre en commun, être en relation). Il apparaît, pour la première fois, en moyen français, dans la seconde moitié du 14<sup>ème</sup> siècle et, en anglais, au 15<sup>ème</sup> siècle. Du sens français initial (acte de partager, de mettre en commun), très proche de «*communion*» (mot plus ancien — 10<sup>ème</sup> siècle — et issu, par formation savante, du latin «*communicare*»), on passe, à la fin du 15<sup>ème</sup> siècle, à l'objet mis en commun et, au 17<sup>ème</sup> siècle, au moyen de mettre en commun, puis, au 18<sup>ème</sup> siècle, à l'ensemble des moyens de transport (routes, canaux, chemins de fer). Dès la première moitié du 20<sup>ème</sup> siècle, d'abord aux Etats-Unis puis en Grande-Bretagne (vers 1950), le substantif «*communication*» commence à désigner les industries de la presse écrite, du cinéma et de la radio-télévision. Dès 1948, la «*communication*» entre dans le vocabulaire scientifique avec la publication, par le savant américain, Norbert WIENER, du livre *Cybernetics*. Un de ses anciens élèves, Claude SHANNON, publie *the mathematical theory of communication* en 1949. Il s'intéresse à la transmission linéaire de l'information et propose un système général de la communication qui est une chaîne d'éléments : la source de l'information (qui produit le message), l'émetteur (qui transforme le message en signaux ; par exemple, le téléphone transforme la voix en oscillations électriques), le canal (qui est le milieu utilisé pour transporter les signaux, le câble téléphonique par exemple), le récepteur (qui reconstruit le message à partir des signaux), la destination relative à la personne ou l'objet qui reçoit le message. Durant la transmission, les signaux peuvent être perturbés par le bruit (grésillement sur la ligne, par exemple).



(Schéma d'un «système de communication» selon SHANNON et WEAVER).

La théorie mathématique de la communication influencera non seulement des ingénieurs et des physiciens mais encore les spécialistes des sciences humaines, parmi lesquels le linguiste Roman JAKOBSON qui propose, en 1960, un schéma devenu le modèle de la communication en sciences sociales (voir infra).

En 1970, le supplément du Grand Dictionnaire Robert ajoute aux quatre sens du terme « communication » déjà évoqués la charge sémantique suivante : « toute relation dynamique qui intervient dans un fonctionnement... Voir Cybernétique. Information et communication ». On peut donc retenir qu'au fil des siècles, le mot « communication » s'est enrichi des significations suivantes :

- 1 — action de communiquer quelque chose à quelqu'un,
- 2 — chose que l'on communique
- 3 — action de communiquer avec quelqu'un
- 4 — passage d'un lieu à un autre (moyen de transport)
- 5 — information et message (1).

Il convient, maintenant, d'analyser les attributs de la cinquième acception, celle qui nous intéresse au premier chef dans cette étude.

Selon Georges MOUNIN, « tout n'est pas communication ». Celle-ci implique toujours une intention de communiquer : « le ciel d'orage n'a nulle intention de communiquer avec le météorologiste ; le 39° de fièvre n'est pas produit intentionnellement pour informer le médecin etc... Epicurè, en ce sens, avait déjà eu tort de dire que le sang est le signe de la blessure » (2).

Ce chercheur affirme que ces signes ne participent guère de la communication. Ce sont des « indices » (« des faits immédiatement perceptibles qui nous font connaître quelque chose à propos d'autres faits qui ne le sont pas ». Selon L.J. PRIETO) (3).

En revanche, Jacques DURAND reconnaît que « la communication entre deux personnes ne se limite pas à des échanges de nature verbale. Même dans le cadre de la communication parlée, la signification peut être infléchi par des éléments de nature paralinguistique, tels que les intonations, les mimiques, les gestes ». (4). Il ajoute que les hommes ne se parlent pas seulement avec les mots mais aussi avec leur corps, avec les objets, avec leur organisation de l'espace et du temps. Après avoir souligné qu'il existe un langage silencieux, Jacques DURAND conclut à l'impossibilité de ne pas communiquer, reprenant la conception de WALTZLA-WICK : « Activité ou inactivité, parole ou silence, tout a valeur de message ». Il ajoute, péremptoire et apodictique : « On ne peut pas ne pas communiquer » (5).

Il semble, en effet, plus logique d'étendre le concept de communication à tout signe, fût-il linguistique ou non linguistique car l'inexistence, l'inconscience ou le caractère non anthropomorphe de l'émetteur ne saurait annuler le message, celui-ci pouvant être crédité d'une réalité autonome quand bien même l'émetteur aurait disparu (cas d'un message laissé par un mort ou des indices

que les paléontologues découvrent plus de dix mille ans après la disparition des archéo-humains).

Il est donc loisible de retenir ce postulat : tout est communication car tout signe renvoie à un sens ésotérique, implicite ou explicite selon que le récepteur potentiel détient la clé du code qui lui permet de décrypter le message.

Comment fonctionne la communication ? Harold D. LASSWEL estime que celle-ci constitue une réponse à la question suivante : « Qui dit quoi, à qui, par quel canal, avec quels effets ? » (6). Robert ESCARPIT préfère la formulation suivante, qu'il juge plus complète : « qui reçoit quoi, dans quel ensemble, avec quelles inter-actions, pour quels effets ? » (7). Il aura pris soin de préciser : « la communication est le transport d'une entité mesurable appelée arbitrairement information... La communication est un acte et l'information est son produit » (8). Mais, qu'elle soit « audio-scripto-visuelle » comme le souligne Jean CLOUTIER (9), qu'elle soit un « acte », un art, un réflexe, une science, une technique ou un phénomène de société justiciable d'une analyse sociologique, psychologique, sémiologique ou mathématique (les travaux de Georges MILLER et Frederick FRICK, par exemple, dès 1949 ou de Claude SHANNON et WARREN WEAVER), la communication apparaît toujours comme la transmission, par un émetteur, d'un indice, d'un renseignement, d'une information ou d'une connaissance à un récepteur à travers un canal et par un code commun au destinataire et au destinataire du message.

#### TYPOLOGIE DES CATEGORIES DE LA COMMUNICATION.

Les communicologues ont pu élaborer une typologie des diverses catégories de la communication. Tous les auteurs ne sont pas d'accord sur la classification de celles-ci. Si d'aucuns insistent sur le support, d'autres s'appesantissent sur le récepteur, le message, l'émetteur voire la diachronie (anciens et nouveaux médias) ou l'étymologie (grecque ou latine) des divers supports.

Francis BALLE propose la distinction suivante : « communication interpersonnelle, communication institutionnelle, et communication médiatisée » (10). Quant à Eric BUYSENS, il suggère la typologie ci-après : moyens de communication asystématiques (ni unités ni règles stables de construction de message à message) : ils concernent l'affiche publicitaire, le cinéma, la peinture, la sculpture etc... ; moyens de communication systématique (unités isolables, formellement toujours identiques de message à message selon des règles stables de combinaison). C'est le cas du code de la route, des langues naturelles. Buyssens distingue aussi les systèmes de communication directs (forme orale du langage humain) des systèmes substitutifs (transcodage des unités formelles des systèmes directs dans un second système d'unités : écritures, langage gestuel, morse, braille etc... (11).

Jacques DURAND élabore le *distingo* suivant : communications verbales interpersonnelles, communications non verbales (langage silencieux, communications animales, communication psychologique), communication culturelle (littérature, arts plastiques, musique, enseignement, etc), communication de masse, communication artificielle, communication sociale (pédagogique, politique, ludique et rituelle, sexuelle, télépathique).

Enfin, Robert ESCARPIT établit une nomenclature des techniques modernes de la communication à partir de l'étymologie grecque : certaines se réfèrent à la voie comme télé (communication). D'autres ont trait à la bande de fréquence utilisée, à l'émission ou à la réception comme «phone» (Spectre audible), photo (spectre visible à l'émission) ou scope (spectre visible à la réception). Quelques unes ont un rapport avec le type de traces employées pour inscrire la modulation ou mettre le message en mémoire, comme «graphe» (traces mécaniques) ou «magneto» (traces électromagnétiques). D'autre part, une racine implique le mouvement : «ciné» (12).

La typologie que nous avons décidé de proposer dans cette étude est une synthèse réalisée à partir de la lecture de plusieurs essais sur la communication et des réflexions personnelles consécutives à l'observation des faits. Comme toute conceptualisation, elle peut être sujette à caution. Elle s'appuie sur la nature de l'émetteur, la structure du récepteur et, parfois, le caractère du message (sélectif, public, secret...). Elle s'articule autour de neuf classèmes et intègre plusieurs codes (parole, geste, regard, mimique, espace interindividuel, odorat, objets, monde invisible etc...) :

- 1 — **Communication naturelle.** L'émetteur se confond avec la nature. Le message s'impose au récepteur sans intentionnalité consciente de l'encodeur (celui qui émet le message) qui demeure un non être. Nous avons ici, tous les indices naturels {(tonnerre, soleil; odeur fétide etc..)} qui correspondent à des messages (il va pleuvoir, il fait beau, il y a un corps pourri etc...). Le cultivateur africain, par exemple, sait que tel sol est fertile à cause de la présence de tel arbre. Cette présence est un message involontaire.
- 2 — **Communication animale.** Les animaux au sens large émettent des signes décodables par leurs semblables (fourmis, abeilles, corbeaux, etc) et, bien sûr, par les êtres humains initiés à ces systèmes de signe ou sémiotiques. Des savants comme LORENZ, TINBERGEN et VON FRISCH ont mené de fécondes recherches à ce sujet (13). La zoosémiotique est la science qui s'occupe de la communication animale.
- 3 — **Communication comportementale.** Tout comportement est un «langage», même le silence. Il y a des comporte-

- ments spontanés (un ivrogne) et des comportements codifiés (le garçon de messe par exemple).
- 4 — **Communication cybernétique.** Elle a trait aux messages transmis par les machines à travers des langages autonomes ayant des «lexiques» et des «syntaxes» précis.
  - 5 — **La communication bionique.** Elle a trait à la communication à l'intérieur des cellules vivantes par un échange d'informations réglé par des programmes et des codes. (14)
  - 6 — **La communication restreinte.** Elle met en scène un émetteur et un récepteur ou un nombre limité de destinataires. Elle peut être «médiatisée» ou «immédiatisée» selon qu'elle implique ou non un support (téléphone, télex, télécopie etc...). Elle peut se rapporter aux domaines suivants : dialogue, cours, sermon, discours, mime, pantomime, prière, débat, gestuelle des sourds-muets, table-ronde, meeting, conférence, instruction verbale ou écrite, note de service, circulaire, décision, arrêt, ordonnance, décret, note verbale, note d'instruction, alarme, échange épistolaire, entretien téléphonique, carte etc... Elle peut utiliser les «self medias» suivants : télex, télécopie, modulateur-démodulateur (MODEM) (15), bureautique (16), privative (17), diapositive, microfilm, microfiche, microcarte, sonnerie, ordinateur familial, individuel, personnel, de poche, protatif ou professionnel, photo-style etc...  
Il convient de préciser que si le débat, la table-ronde, le sermon, la conférence, le décret etc... sont publiés selon les techniques de diffusion collective, ils ressortissent alors à la catégorie des communications de masse.
  - 7 — **La communication artistique.** L'émetteur du message (le poète par exemple) communique ses idées, ses sentiments, ses états d'âme et s'adresse à un public averti ou sélectif. Cette catégorie a trait aux arts : architecture, danse, peinture, sculpture, poésie, musique, épopée, contes, etc... Georges MOUNIN se demande s'il ne faudrait pas parler plutôt de «communion» (et non de communication) à ce propos. Mais nous maintenons le vocable «communication» car l'important, c'est la fonction «émotive» de la communication voire la fonction «conative» (18). Au demeurant, Edward T. HALL affirme : «La culture est communication et la communication est culture» (19). Ici, le message transmis est polysémique.
  - 8 — **La communication de masse.** (20) L'émetteur s'adresse à un grand public selon les techniques de diffusion collecti-

ve. Cette communication concerne des sémiotiques (systèmes de signes) de plusieurs natures :

- a) *auditive* (tambour d'appel désigné prosaïquement tam-tam ; cloche ; clairon et autres instruments à vent pouvant véhiculer des annonces ou signaux ; radiodiffusion ; audiocassette, disque ; hymne ; sirène ; alarme ; etc...)
- b) *écrite* (journal, dépliant, plaquette, catalogue, dépêche, prospectus, brochure, affiche, autocollant, pancarte, plaque, enseigne, borne kilométrique, idéogramme, billet de banque, plan, carte, schéma, graphique, diagramme, annuaire, almanach, calendrier, banderole, horloge publique, alphabet, morse, étiquette etc...)
- c) *iconique* (photographie, pictogramme, logogramme, panneau de signalisation routière, ferroviaire, portuaire ou aérienne, tâtouage, croquis, bande dessinée, roman-photo, cinéma muet, transparent (document transparent qui contient une image ou un texte et que l'on visionne avec un retroprojecteur)
- d) *iconique et auditive* (télévision, cinéma, vidéo, diaporama) (21).
- e) *télémediatique* (22) : (mariage entre les télécommunications, l'informatique et les media). L'association de ces trois techniques a donné naissance aux « nouveaux media » sous-tendus par quatre axes : télédiffusion (télédistribution, vidéotransmission, satellite), télécommunication (téléconférence, téléconvivialité), télématique (23) avec le télétexte (24), le vidéotex (25), la télécopie, enfin l'optoélectronique (disque compact 12 cm, vidéodisque 33 cm, disque optique numérique) (26).
- f) *ludique* (jeux, sports, spectacles, tourisme, rites, kermesses, tombolas etc...)
- g) *visuelle* (médaille, drapeau, uniforme, bague d'alliance, épaulette, ballon de baudruche, objet codé (27), fumées des Indiens, feux de la circulation, passages cloutés, phares etc...)
- h) *proxémique* (système de signes lié aux relations d'espace). Domaine par excellence du protocole. Lors d'un banquet, qui s'assied à la droite de la plus haute personnalité, à sa gauche ?
- i) *Kinésique* (système de gestes codifiés). Exemple : la danse, la mimique, les salutations, le langage des sourds muets etc...

j) *olfactive* (système lié aux odeurs). Exemple : la hiérarchie des parfums, les aromes, l'encens etc...

k) *tactile* (système lié au toucher). Exemple : l'alphabet Braille destiné aux aveugles

l) *gustative* (système du goût). Exemple : la gastronomie

m) *vestimentaire* (système de la mode ou des habits codifiés). Exemples : les toges, soutanes, blouses etc...

Les six derniers modes de communication sont constitués des unités minimales signifiantes respectives suivantes, en commençant par la proxémique : cénèmes, kinèmes, olfactèmes, tactilèmes, gustèmes, vestèmes.

9 — La communication ésotérique. L'émetteur s'adresse à un cercle restreint d'initiés. (jargon des sciences et techniques, messages codés, signes cabalistiques, communication télépathique, mystique ou surnaturelle etc...). Il s'agit, ici, de la catégorie des «minority media» qui a trait au savoir transmis par les sciences (cours spécialisés, ouvrage techniques, lato sensu, revues savantes, colloques académiques etc...) et les cercles initiatiques ou les associations parapsychologiques.

\* \* \*

\* \*

Naturellement, il n'existe pas de cloisonnement étanche entre les diverses catégories. C'est ainsi, par exemple, que le cinéma participe à la fois de la communication artistique, de la communication de masse et de la communication de classe selon qu'il s'adresse à des initiés, à un grand public ou à un public sélectif. Le cinéma est ainsi, à la fois, un «upperclass media», un «class media» et un «mass media» (28). On pourrait en dire autant du théâtre, du roman, de la danse ou de la musique. En outre, la frontière entre la presse périodique et le livre est de plus en plus imprécise tout comme certains journaux confidentiels sont «servis sous enveloppes, par abonnement très coûteux, à une clientèle peu nombreuse... ils ont un peu la nature des correspondances privées», ainsi que le souligne fort opportunément le Pr. Pierre ALBERT de l'Institut Français de Presse (29). Enfin, toutes les sémiotiques n'ont pas encore été étudiées avec méthode.

## LES SIGNAUX

Ayant esquissé une typologie des catégories de la communication, il y a lieu, maintenant, de focaliser l'attention sur une sous-

catégorie relative à la communication de masse et qui, à l'instar de certaines sémiotiques (kinésique, proxémique, système tactile, système des odeurs etc...) a été très peu analysée par les communicologues. Il s'agit de la sous-catégorie qui concerne les pancartes, banderoles, emblèmes, enseignes, plaques, bornes kilométriques, signalisation routière, signes non verbaux porteurs d'une intention de communiquer un renseignement (décorations, drapeaux, bague d'alliance, indications picturales des toilettes — hommes/femmes — dans les places publiques, etc...). Nous écartons, ici, les affiches publicitaires ou les slogans sur banderoles qui dénotent une volonté explicite de persuasion de la part de l'émetteur. Ce qui importe, dans l'analyse qui va suivre, c'est la « nudité » du message.

On peut subsumer ces systèmes de signes sous l'appellation de « signal » : « le signal peut être défini comme un indice artificiel, c'est-à-dire comme un fait perceptible qui fournit une indication et qui a été produit expressément pour cela », affirme Prieto (30). Il précise que le signal est un indice produit volontairement par l'émetteur pour manifester une intention au récepteur : « Le fait perceptible associé à un état de conscience est réalisé volontairement et pour que le témoin en reconnaisse la destination » (31). Il faut que le récepteur se rende compte du propos qu'à l'émetteur de lui transmettre un message. Georges MOUNIN souligne qu'on interprète un indice et l'interprétation en sera variable avec les récepteurs. Mais on décode un signal et le décodage en est univoque pour tous les récepteurs en possession du code de communication (32).

Il existe une différence entre le signal et l'icône ou le symbole. « L'icône est une forme visuelle se référant à un signifié dans un rapport de ressemblance » (33) alors que le symbole « correspond à une forme visuelle se référant à un seul signifié abstrait et non comptable dans un rapport analogique et conventionnel » (34). Le portrait (une photo par exemple) est icône. Le dessin de la colombe gravé sur le mur d'un édifice des Nations-Unies est un symbole.

Ainsi que nous l'avons souligné plus haut, on peut subsumer ces systèmes de signes sous l'appellation de « signal » (« un signal est un fait qui a été produit artificiellement pour servir d'indice » précise L.J. PRIETO) (35). Le substantif « signal » semble convenir le mieux aux messages diffusés à travers ces supports pour trois raisons : ils sont laconiques, artificiels et neutres. Ces traits pertinents nous permettent d'établir un *distingo* entre la catégorie de supports que nous allons analyser et les autres moyens de communication de masse (affiche publicitaire, journal, vidéotex grand public diffusé — système ANTIOPE — ou câblé — TELE — TEL etc...).

## ATTRIBUTS                    CONSTITUTIFS                    DE                    LA COMMUNICATION DE MASSE PAR SIGNAUX

Avant de dégager les attributs constitutifs des techniques de diffusion collective par signaux, il est nécessaire d'en dresser l'inventaire en éliminant tous les signaux qui relèvent de la communication étroite (entre deux personnes ou un cercle restreint d'individus : deux automobilistes qui se communiquent par un jeu de phares, par exemple, ou un homme qui fait le signe V à l'aide de deux doigts en guise de victoire etc...). Nous ne retenons que les signes qui s'adressent à un large public.

On peut affirmer qu'il y a des signes verbaux et des signes non verbaux. Les premiers sont des signes constitués de signifiants utilisant les langues naturelles (l'écriture, la parole). Par exemple, la mention : «Mbalmayo. 55 km» sur une borne kilométrique ou «pharmacie de l'Amitié» devant une officine ou encore «Pont sur la Sanaga» à l'entrée du fleuve concerné.

Les seconds sont des signes ayant pour signifiants des symboles iconiques, picturaux, vestimentaires, auditifs (exemples : les épaulettes du militaire, la blouse du médecin, le drapeau d'un pays, le signal d'alarme par le tambour d'appel etc...).

Naturellement, pour décrypter ces signaux, il faut connaître le code (langue utilisée, symbolisme des objets, etc...), ce qui relève de la fonction métalinguistique du langage.

Qu'est ce qui fait la spécificité sémiologique de ces signaux ? Autrement dit, il nous appartient de dégager la systématique de ce type de communication de masse selon la définition théorique de Georges MOUNIN c'est-à-dire en recherchant des «unités isolables, formellement toujours identiques de message à message et où ces unités stables construisent des messages selon des règles de combinaisons stables elles-mêmes» (36). Il s'agit, plus précisément d'unités minimales signifiantes (arbitraires ou symboliques, linéaires ou non, discrètes ou non) capables de rendre compte du fonctionnement d'un système de signes permettant la communication humaine.

Après une observation méthodique des divers signaux relevant de la communication de masse, nous pouvons induire un système d'invariants isolables selon un mode de fonctionnement précis.

Si l'on applique le schéma du Roman Jakobson évoqué plus haut à la communication de masse par signaux, on se rend compte qu'il fonctionne normalement puisque le message (réduit à sa plus simple expression, sans clauses de style ni fioritures) est transmis par un émetteur à un public (récepteur) à travers un canal (borne kilométrique par exemple) dans un contexte précis (l'univers du transport routier s'agissant par exemple d'une borne kilométrique) et selon un code qu'il faut maîtriser (savoir distinguer le drapeau du Niger de celui du Tchad par exemple ou les

hymnes de ces deux pays ou encore l'indicatif du journal parlé de Radio-Libreville de celui d'Africa n° 1 ou Radio-France Internationale). En outre, l'émetteur peut, pour rendre son message plus attrayant, soigner peu ou prou la qualité du signifiant (beaux caractères, enseigne lumineuse, plaque en couleur,...), ce qui correspond à la « fonction poétique », bien que celle-ci soit subsidiaire. L'important, c'est le renseignement communiqué.

Où serait donc la spécificité de ces signes ? Si nous prenons le cas de la borne kilométrique, nous pouvons établir la loi sémiologique suivante : le signal est :

- 1 — anonyme : l'émetteur n'est pas explicitement codé, bien qu'il existe ou qu'il corresponde à une personne morale, par exemple le ministère des transports ;
- 2 — dépouillé : le signifiant se présente dans sa plus simple expression : un chiffre et deux mots (« kilomètres » et la mention de la localité concernée par le chiffre) ;
- 3 — constatif : l'émetteur utilise le mode constatif qui consiste à énoncer un fait sans porter un jugement de valeur (37) ;
- 4 — sémantiquement univoque (le signal n'est pas polysémique)
- 5 — non rétroactif (pas de feedback) : l'émetteur, de par sa neutralité, ou, parfois, son absence, ignore la réaction du récepteur (l'administration qui installe les bornes kilométriques ne sait pas si, à une date  $x$ ,  $n$  personnes ont recueilli l'information transmise par la borne kilométrique  $z$ ) ;
- 6 — pérenne (il ne peut devenir périmé que si l'on modifie le tracé de la route) ;
- 7 — réduit à un syntagme nominal, avec ou sans déterminant (Mbalmayo. 55 km, ce qui correspond, en structure profonde, à la phrase complète (syntagme nominal + syntagme verbal) suivante : « la ville de Mbalmayo se trouve à 55 km d'ici ») ;
- 8 — immobile (le récepteur potentiel qui ne passe pas à côté de la borne kilométrique n'aura pas droit au renseignement, sauf si un initié ou un autre récepteur le lui communique, ce qui est différent d'un journal par exemple car l'information se détache ainsi de son support).;
- 9 — utilitaire : l'émetteur renseigne le récepteur sur un fait précis. Le signal fonctionne comme une annonce ou une brève

(information brute. Pas de développement ni de commentaire) ;

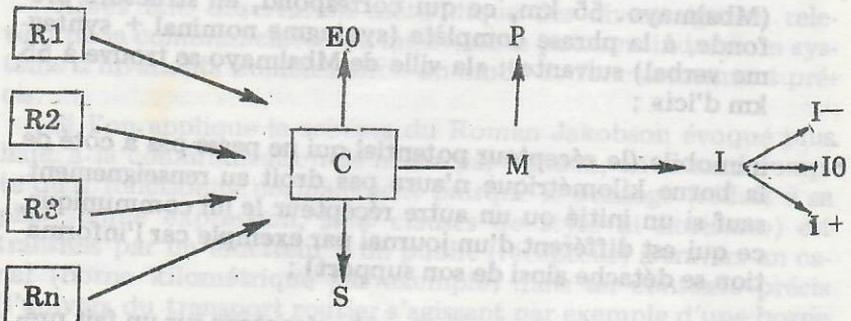
10 — caractérisé par le dynamisme et la mobilité du récepteur (c'est lui qui recherche l'information, celle-ci étant fixée sur un support immobile). De ce fait, la question programme de Harold LASSWELL («qui dit quoi à qui, par quel canal et avec quels effets ?») doit être inversée, s'agissant du signal, pour devenir : « qui recherche quoi, par quel canal et avec quels effets ? » ou mieux (selon la formulation de Robert ESCARPIT) «Qui reçoit quoi, dans quel ensemble, avec quelles interactions, en vue de quels effets ? » (op. cit. p. 183) à condition d'y ajouter un élément : qui reçoit quoi, de qui, dans quel ensemble, avec quelles interactions, en vue de quels effets ? L'on aurait ainsi la grille complète à cinq mailles qui permet d'étudier scientifiquement la communication de masse, d'après Escarpit :

- a) analyse de contrôle ou de régulation (la source du message)
- b) analyse de contenu (le message)
- c — analyse d'audience (le public)
- d — analyse de système (l'appareil)
- e — analyse d'effets (l'influence du message sur le public).

\* \* \*

\* \*

Pour rendre compte de l'hypotrophie de l'émetteur et, corrélativement de l'hypertrophie du récepteur dans le cas précis du signal, je propose le schéma suivant :



EXPLICATION DE MON SCHEMA

R1....Rn : tous les récepteurs potentiels (les usagers virtuels de la route)

C : canal (la borne kilométrique)

Eo : émetteur inerte, absent ou anonyme.

S : Système (dans le cas d'espèce, le système de signes constitué par le code de la route)

M : message

P : perturbation (une forte pluie, par exemple, empêche le décodage du message)

I : impact sur le récepteur

Io- : (Impact nul ; indifférence du récepteur)

I- : (Impact négatif ; action dysphorique à la vue du message ; exemple : en regardant la borne kilométrique, on dérape ou on écrase un piéton par distraction ou encore on décide de rouler plus vite et on fait un accident)

I+ : (Impact positif ; action méliorative : par exemple, rouler plus vite pour arriver rapidement à destination ; arrêter le véhicule pour prendre un café ; rouler moins vite afin d'écouter la musique parce que l'on est en avance par rapport au rendez-vous etc...). Ces trois actions sont générées par la lecture du signal marqué sur la borne kilométrique.

Il convient de souligner qu'il y a hypertrophie du signe R (récepteur) parce que celui-ci doit faire un effort pour repérer la borne kilométrique, l'observer, lire le message, l'enregistrer dans sa mémoire, voire, le cas échéant, opérer un calcul mental (il me reste x kilomètres pour atteindre Mbalmayo). La «source» de l'information que contient la borne kilométrique ne s'embarrasse pas de ces préoccupations. C'est pourrait-on dire, une «source morte ou inerte».

Des études ultérieures nous permettront de vérifier si ce statut sémiologique fonctionne à travers les autres supports des signaux relatifs à la communication de masse, grâce à des unités minimales significatives que nous décidons d'appeler, en forgeant un néologisme, des «signalèmes».

J. F. N.

## NOTES

- 1 — Gregory BATESON et autres. *La Nouvelle Communication* (traduit par D. BANSARD et autres). Ed. du Seuil. Paris. 1981. P. 15.
- 2 — Georges MOUNIN. «Langage et communication». in *Clef pour la linguistique*. Seghers. Paris. 1968. p. 37.
- 3 — Luis J. PRIETO. *Principes de noologie*. Mouton. La Haye. 1964. et «Sémiologie» in *Langage*. Encyclopédie de la pléiade. Paris p. 95.
- 4 — Jacques DURAND. *Les formes de la communication*. Dunod. Paris. 1981. p. 5.
- 5 — Paul WATZLAWICK et autres. *Une logique de la communication*. Le Seuil. Paris. 1972 (traduction française). p. 46.
- 6 — Harold LASSWELL. «Politics : who gets what, when, how ?» in *Communication of ideas*. Harper. New York. 1948.
- 7 — Robert ESCARPIT. *Théorie générale de l'Information et de la communication*. Hachette Université. Paris. 1976. p. 183.
- 8 — Ibid. p. 100
- 9 — Jean CLOUTIER.
- 10 — Francis BALLE. *Médias et Société*. Montchrestien. Paris. 3<sup>e</sup> édition. 1984. p. 81.
- 11 — Eric BUYSSENS. *La communication et l'articulation linguistique*. P.U.F. Paris. 1967. pp. 1 à 74.
- 12 — Robert ESCARPIT. op. cit.
- 13 — Pour quelques animaux, l'intention de communiquer, aujourd'hui scientifiquement établie, a demandé de longues et minutieuses expériences.
- 14 — Pierre GUIRAUD. «L'univers des signes», in *Comprendre la linguistique*. Marabout. Paris. 1975. p. 262.
- 15 — MODEM (modulateur-démodulateur). Appareil qui permet la transmission des données par l'intermédiaire des lignes téléphoniques. Connecté à un micro-ordinateur, le MODEM permet la consultation des banques de données.
- 16 — Bureautique : ensemble des techniques et des moyens tendant à automatiser les activités de bureau relatives principalement au traitement et à la communication de la parole, de l'écrit et de l'image.
- 17 — Privatique : néologisme créé par Bruno LUSSATO. Ce dernier oppose ce terme à celui de télématique. Il s'agit de l'ensemble des techni-

- ques modernes permettant l'accès à une banque de données personnelles. Le «Work Station» (poste de travail) constitue l'une des techniques les plus modernes dans ce domaine.
- 18 — Pour Roman JAKOBSON, toute communication suppose un émetteur (fonction émotive), un récepteur (fonction conative), un message (fonction poétique), un canal (fonction phatique), un code (fonction métalinguistique), un contexte (fonction référentielle). in *Essais de linguistique générale*. Minuit. Paris. 1963. p. 214.
  - 19 — Edward HALL cité par Jacques DURAUD. op. cit. p. 20.
  - 20 — «Le mot massé désigne en sociologie un grand nombre de personnes constituant une population très diversifiée, n'ayant pas d'organisation sociale et répondant cependant de façon uniforme à certains stimuli» (Jacques MOUSSEAU cité par Robert ESCARPIT. op.cit. p. 169).
  - 21 — Diaporama : montage sonore de diapositives.
  - 22 — L'expression est de Mr Jean CLOUTIER. *Communications et langage* Paris. 1982.
  - 23 — Télématique : néologisme inventé par MM. Simon NORA et Alain MINC en 1978. C'est l'imbrication croissante des ordinateurs et des télécommunications (en anglais : communication).
  - 24 — Télétexte : système de vidéographie qui utilise la télévision. L'utilisateur peut sélectionner parmi les centaines de pages envoyées par l'émetteur les informations qui l'intéressent. Il faut que le poste de télévision soit doté d'un décodeur.
  - 25 — Vidéotex : système d'information interactive qui utilise des liaisons téléphoniques pour communiquer des informations entre un ordinateur central et des terminaux (récepteurs de TV modifiés ou des micro-ordinateurs avec MODEMS et logiciels). Exemples de systèmes vidéotex : Teletel (France) ; Prestel (Royaume Uni) ; Viditel (Pays-Bas).
  - 26 — Jusqu'à une date récente, le stockage des données se faisait essentiellement sous forme de documents primaires, de reproductions micrographiques (microfilms, microfichés) ou sur supports magnétiques (bandes, disques, disquettes). Cette situation est en train d'évoluer avec l'apparition du *disque compact 12 cm* (il permet de stocker 620 millions de caractères), du *vidéodisque 33 cm* à lecture laser (qui peut stocker 54.000 images couleur avec textes et son par chacune des faces) et du *disque optique numérique 33* (pouvant archiver 1 milliard de caractères soit 700.000 pages de texte ou 1000 à 1200 plans sur une seule face). Ne pas confondre le vidéodisque avec les disques musicaux et les enregistrements sur magnétoscopes.
  - 27 — Dans certains villages du Cameroun, des objets symboles constituent un langage codé et ont une signification précise (exemple : une four-

- che inclinée avec un mince fil de fer enroulé symbolise la vente du gibier, dans l'aire culturelle pahouine).
- 28 — Lire Francis BALLE. op.cit. p. 132.
  - 29 — Pierre ALBERT. *La Presse*. PUF. Paris. 19 p. 9
  - 30 — Luis PRIETO. *Messages et signaux*. PUF. Paris. 1966. p. 15
  - 31 — Ibid. p. 20.
  - 32 — Georges MOUNIN. *Introduction à la sémiologie*. Ed. Minuit. Paris. 1970. p. 14.
  - 33 — Jacques LECLERC. *Qu'est-ce que la langue ?* Mondia. Paris. 1979. p. 9.
  - 34 — Ibid. p. 9.
  - 35 — L. PRIETO. op.cit. p. 15.
  - 36 — Georges MOUNIN. op.cit. p. 41.
  - 37 — Selon la terminologie de John AUSTIN.

## BIBLIOGRAPHIE SOMMAIRE

- ALBERT (Pierre) : *La Presse*. P.U.F. Paris. 1966.
- BALLE (Francis) : *Médias et Société*. Mont-Chrestien. Paris. 1984.
- BARTHES (Roland) : *Système de la mode*. Le Seuil. Paris. 1967.
- BARTHES (Roland) et autres : *L'analyse structurale du récit*. Le Seuil. Paris. 1981.
- BARTHES (Roland) et autres : *Poétique du récit*. Le Seuil. Paris. 1977.
- BATESON (Gregory) et autres : *La nouvelle communication* (traduction : D. Bansard et autres). Le Seuil. Paris. 1981.
- CHAMOUX (Jean-Pierre) : *L'appropriation de l'information*. Librairies techniques. Paris. 1985.
- CLOUTIER (Jean) : *L'audio-scripto-visuel à l'heure des self media ou l'ère d'Emerec*. Presses de l'Université de Montréal. 1973.
- DURAND (Jacques) : *Les formes de la communication*. Dunod. Paris. 1981.
- ESCARPIT (Robert) : *Théorie générale de l'information et de la communication*. Classiques Hachette. Paris. 1976.
- Théorie de l'information et pratique politique*. Le Seuil. Paris. 1981.
- GENOUVRIER (Emile) et PEYTARD (Jean) : *Linguistique et enseignement du français*. Larousse. Paris. 1970.
- GREIMAS (Algirdas-Julien) : *Du Sens. Essais sémiotiques*. Le Seuil. Paris. 1970.
- HIGOUNET (Charles) : *Ecriture*. P.U.F. Paris. 1969.
- LABORIT (Henri) : *La nouvelle grille*. Robert LAFFONT. Paris. 1974.
- LECLERC (Jacques) : *Qu'est-ce que la langue ?* Mondia. Laval (Canada). 1979.
- MARTINET (Jeanne) : *Clefs pour la sémiologie*. Seghers. Paris. 1973.
- Mc LUHAN (Marshall) : *Pour comprendre les media* (traduction : Jean PARE). Mame et le Seuil. Tours et Paris. 1968.
- Mc QUAIL (Denis) : *Towards a sociology of mass communication*. Collier — Mc MILLAN Limited. London. 1969.
- Mc QUAIL (Denis) et WINDAHL (Sven) : *Communication models*. Longman. Londres et New York. 1981.

- MOUNIN (Georges) :** *Clefs pour la linguistique*. Seghers. Paris. 1968.  
*Introduction à la sémiologie*. Minuit. Paris. 1970.
- POTTIER (Bernard) et autres :** *Comprendre la linguistique*. Marabout Université. Paris. 1973.
- PRIETO (Luis) :** *Messages et signaux*. P.U.F. Paris. 1966.
- SORIEUL (François) :** L'information pour le développement en Afrique (numéro spécial d'*Afrique contemporaine* n° 151, édité par la documentation française. Paris. 1989.
- TODOROV (Tzvetan) :** *Les genres du discours*. Le Seuil. Paris. 1978.
- TOUSSAINT (Bernard) :** *Qu'est-ce que la Sémiologie ?* Privat. Paris. 1978.
- VIRGATCHIK (Ilya) :** *Dictionnaire de la microinformatique*. Marabout. Vervier (Belgique). 1984.
- WATZLAWICK (Paul) :** La réalité de la réalité (traduction : Edgar ROSKIS). Le Seuil. Paris. 1978.
- WATZLAWICK (Paul) et autres :** *Une logique de la communication* (traduction : Janine MORCHE). Le Seuil. Paris. 1972.