

RÉPUBLIQUE ALGÉRIENNE DÉMOCRATIQUE ET POPULAIRE

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Université Mohamed KHIDER-Biskra

Faculté des Lettres et des Langues

Département de Littérature et de Langue Françaises



Intitulé du module

Sémiotique et Sémiologie

Cours destiné aux étudiants de 1^{ère} Master

Option : sciences du langage

Elaboré par :

Dre Soraya REFRAFI

Maître de conférences –A-

Année universitaire : 2024/2025

Table des matières

| | |
|--|-----------|
| Présentation du module..... | 5 |
| Chapitre 1 : Introduction à la Sémiologie et ses Fondements..... | 8 |
| I. Histoire et développement de la sémiologie | 9 |
| 1. Origines de la sémiologie..... | 9 |
| 2. Définition et portée des deux concepts | 10 |
| 3. Une distinction méthodologique et théorique | 10 |
| 4. Applications contemporaines : entre convergence et complémentarité. | 11 |
| 5. Les contributions majeures | 11 |
| 6. Évolution de la sémiologie au 20ème siècle | 13 |
| 7. La sémiotique et la culture de masse : un langage globalisé | 15 |
| 8. La sémiotique à l'ère du numérique : nouveaux codes, nouvelles lectures | 16 |
| II. Les Théories de Saussure..... | 17 |
| 1. La bifacialité du signe..... | 17 |
| 2. L'arbitraire du signe | 18 |
| 3. La langue et la parole..... | 18 |
| 4. L'impact de Saussure sur la linguistique moderne..... | 18 |
| Applications et Activités Sémiologiques | 20 |
| Chapitre 2 : Approches Sémiotiques et Sémiologiques | 21 |
| I. Charles Sanders Peirce et la Sémiotique..... | 22 |
| 1. Introduction à la sémiotique de Peirce..... | 22 |
| 2. Le signe chez Pierce..... | 22 |
| 3. Les trois types de signes selon Peirce | 23 |
| 4. Comparaison entre la sémiotique de Peirce et la sémiologie de Saussure | 25 |
| II. Roland Barthes et la Sémiologie Moderne..... | 26 |
| 1. Introduction à la Sémiologie de Roland Barthes | 26 |
| 2. Barthes et la Notion de Mythe | 27 |
| 3. Sémiologie appliquée..... | 28 |
| II. Renforcement des Approches Théoriques en Sémiologie et Sémiotique | 30 |
| 1. Algirdas Julien Greimas et la Sémiotique Narrative..... | 30 |
| 2. Umberto Eco et la Sémiotique des Cultures | 33 |
| 3. La Narratologie et la Sémiotique : L'Apport de Gérard Genette | 33 |
| Activités et application sémiologiques | 35 |
| Chapitre 3 : Analyse des Systèmes de Signes et Communication Visuelle | 37 |
| I. Analyse des systèmes de signes..... | 38 |

| | |
|--|-----------|
| 1. Définition et Caractérisation des Systèmes de Signes | 38 |
| 2. Les Relations d'Association et d'Opposition..... | 39 |
| 3. Étude de Cas : Systèmes de signes dans la culture populaire | 42 |
| II. Sémiologie Visuelle | 44 |
| 1. Les signes visuels : définition et exemples | 44 |
| 2. Analyse de l'image : techniques et méthodes..... | 48 |
| 3. Sémiologie de l'art et du design | 49 |
| 4. Analyses sémiologique en art et design | 50 |
| III. Sémiologie et Communication..... | 51 |
| 1. Les théories de la communication : la communication verbale..... | 51 |
| 2. Analyse Pragmatique | 53 |
| 4. La communication non verbale..... | 55 |
| Exercices et applications sémiologiques..... | 59 |
| Chapitre 4 : Analyse des Systèmes de Signes et Communication Visuelle | 60 |
| I. Introduction à la Sémiologie du Cinéma | 61 |
| 1. Définition de la sémiologie du cinéma | 61 |
| 2. Importance de la Sémiologie dans l'Étude du Cinéma | 61 |
| 3. Les pionniers de la sémiologie cinématographique | 61 |
| 4. Les Signes dans le Langage Cinématographique..... | 62 |
| II. Sémiologie et Culture Populaire | 66 |
| 1. Les signes dans la musique, la mode, et les jeux vidéo | 66 |
| 2. Étude des sous-cultures et des signes spécifiques..... | 68 |
| 3. Analyse des phénomènes culturels contemporains..... | 68 |
| III. Sémiologie et Publicité | 70 |
| 1. Les Signes dans la Publicité..... | 70 |
| 2. Théoriciens de la Sémiologie de la Publicité..... | 70 |
| 3. Application Pratique : Études de Cas..... | 71 |
| Exercices et applications sémiologiques..... | 73 |
| Chapitre 5 : Sémiologie et Médias : Du Cinéma à la Culture Populaire | 74 |
| I. Sémiologie et Identité..... | 75 |
| 1. Les signes et la construction de l'identité..... | 75 |
| 2. Analyse des signes dans les discours sur le genre, l'ethnicité et la classe sociale | 75 |
| 3. Théoriciens de la Sémiologie de l'Identité | 75 |
| 4. La sémiotique du corps et des gestes : un langage silencieux | 76 |
| 5. Application pratique : Études de cas..... | 79 |
| 5.1. Représentations de genre dans la publicité | 79 |

| | |
|---|------------|
| II. Sémiologie et politique..... | 80 |
| 1. Les signes dans le discours politique | 80 |
| Exercices et applications sémiologiques..... | 83 |
| Chapitre 6 : Sémiologie et Enjeux Numériques | 84 |
| I. Sémiologie et numérique | 85 |
| 1. Les émojis | 85 |
| 2. L'impact de la technologie sur la sémiologie..... | 86 |
| 3. La sémiotique du numérique : entre interactivité et transformation du sens..... | 86 |
| 4. Intelligence artificielle et production de signes autonomes | 88 |
| 5. Vers une sémiotique de l'interaction : les jeux vidéo et les mondes virtuels | 89 |
| Exercices et applications sémiologiques..... | 91 |
| Solutions des exercices et applications | 92 |
| Chapitre 1 : Introduction à la Sémiologie et ses Fondements..... | 92 |
| Chapitre 2 : Approches Sémiotiques et Sémiologiques (Saussure, Peirce, Barthes, Eco)..... | 94 |
| Chapitre 3 : Analyse des Systèmes de Signes et Communication Visuelle.... | 95 |
| Chapitre 4 : Sémiologie et Médias – Du Cinéma à la Culture Populaire | 96 |
| Chapitre 5 : Sémiologie et Identité – Genre, Ethnicité, Classe Sociale..... | 97 |
| Chapitre 6 : Sémiologie et Enjeux Numériques..... | 98 |
| Références bibliographiques | 100 |

Présentation du module

| Unité d'enseignement | Matière | Crédit | Coefficient | Volume horaire | | Mode d'évaluation | |
|-------------------------|-----------------------------|--------|-------------|----------------|-------------------|------------------------|--------|
| | Intitulé | | | Cours TD | VHS 15semaines | Evaluation Continue | Examen |
| UE Fondamentale | Sémiotique et sémiologie | 6 | 3 | 4h | 67h30 | 50% | 50% |

1. Contenu

Le module Sémiotique et sémiologie est une unité d'enseignement semestrielle (S2) destinée aux étudiants de première année de Master en langue et littérature françaises, option sciences du langage. Il appartient à l'unité fondamentale et est doté d'un coefficient de 3.

Ce module est structuré en six chapitres, couvrant progressivement les théories, les méthodes d'analyse et les applications contemporaines de la sémiologie et de la sémiotique.

L'étude débute par les fondements théoriques, en explorant les travaux de Ferdinand de Saussure et Charles Sanders Peirce, qui ont jeté les bases de l'analyse des signes. Ce premier volet met en lumière les concepts essentiels du signifiant et du signifié, ainsi que la classification des signes en icônes, indices et symboles. Il permet d'établir une distinction claire entre sémiologie (étude des systèmes de signes structurés) et sémiotique (analyse plus large des processus de signification).

Ensuite, le module s'oriente vers les grandes approches sémiotiques modernes, notamment celles de Roland Barthes, Umberto Eco et Algirdas Julien Greimas. Il s'attarde sur les notions de mythe, connotation et dénotation, ainsi que sur les structures narratives et discursives des signes dans différents contextes. L'étude se poursuit avec l'analyse des systèmes de signes et de la communication visuelle, en explorant leur rôle dans les médias, la publicité et le cinéma. À travers des études de cas, les étudiants examineront comment l'image, le texte et le son

interagissent pour produire du sens, notamment dans les campagnes publicitaires et les stratégies médiatiques.

Les chapitres suivants approfondissent la sémiotique du discours et des représentations sociales, en analysant comment les signes contribuent à la construction des identités culturelles, des représentations de genre, des stéréotypes et des discours de pouvoir. L'étude portera aussi sur les mécanismes sémiotiques sous-jacents aux discours politiques et médiatiques, ainsi que sur l'impact des signes dans la propagande et la persuasion.

Le module aborde également les enjeux contemporains liés au numérique, en étudiant la sémiotique des réseaux sociaux, des emojis, des mèmes et des nouvelles formes de communication digitale. Les étudiants exploreront comment les nouvelles technologies influencent la production, la circulation et l'interprétation des signes dans un environnement interconnecté.

Enfin, un dernier chapitre est consacré à une synthèse des concepts étudiés et à la mise en application des outils d'analyse sémiotique et sémiologique. À travers des études de cas, des analyses de corpus et des présentations critiques, les étudiants pourront approfondir leur compréhension des phénomènes sémiotiques et appliquer les théories abordées.

Chaque chapitre intègre des activités pratiques et des applications sémiologiques, permettant aux étudiants de tester leurs connaissances à travers des exercices analytiques, des études de terrain et des mises en situation. En fin de parcours, un ensemble de solutions sera proposé pour accompagner la réflexion et affiner l'approche méthodologique

2. Approches et méthodes pédagogiques

Ce cours adopte une approche interdisciplinaire, intégrant des perspectives issues de la linguistique, de la sociologie et des sciences de l'information.

- a-** Cours interactifs : Présentations illustrées avec des supports multimédias (extraits de films, publicités, clips musicaux).
- b-** Ateliers pratiques : Analyse collective de documents variés (affiches, discours politiques, interfaces numériques).

- c- Évaluations créatives : Au lieu d'un simple examen, les étudiants peuvent produire une analyse sémiotique d'un objet culturel contemporain sous forme de dossier écrit ou de présentation orale.

3. Objectifs

Ce cours vise à :

- d- Introduire les fondements de la sémiologie et de la sémiotique en présentant les théories de Saussure et Peirce.
- e- Explorer les approches modernes de l'analyse sémiologique, notamment à travers les travaux de Roland Barthes.
- f- Développer des compétences analytiques pour identifier et interpréter les systèmes de signes dans différents contextes (linguistique, visuel, médiatique).
- g- Appliquer la sémiologie à la communication et aux médias, en étudiant le rôle des signes dans le cinéma, la publicité et la culture populaire.
- h- Analyser les discours sociaux et politiques à travers une approche sémiologique (identité, propagande, représentations)
- i- Fournir une base théorique solide sur les principales théories sémiotiques et sémiologiques.
- j- Illustrer ces concepts à travers des exemples concrets, issus de la publicité, du cinéma, des médias et du numérique.
- k- Former les étudiants à l'analyse sémiotique, en leur donnant des outils pour décrypter le fonctionnement des signes dans différents contextes.
- l- Montrer l'actualité et l'importance de la sémiotique dans le monde contemporain, notamment avec l'essor des nouvelles technologies et de l'intelligence artificielle..
- m- Comprendre l'impact des nouvelles technologies sur la sémiologie, en examinant les signes dans le numérique (réseaux sociaux, emojis, mèmes).
- n- Encourager une réflexion critique et une application pratique des concepts étudiés à travers des projets de recherche et des études de cas.

Chapitre 1 : Introduction à la Sémiologie et ses Fondements

I. Histoire et développement de la sémiologie

1. Origines de la sémiologie

La sémiotique et la sémiologie sont deux disciplines qui s'intéressent aux signes, à leur fonctionnement et à leur rôle dans la construction du sens. Ces domaines d'étude permettent d'analyser aussi bien le langage verbal que les images, les gestes, les objets culturels et les nouvelles technologies.

Dès le début du XXe siècle, Ferdinand de Saussure et Charles Sanders Peirce ont posé les bases de cette science des signes. Saussure envisage la sémiologie comme une science qui étudie la vie des signes au sein de la vie sociale (Cours de linguistique générale, 1916), tandis que Peirce l'élargit à toute forme de communication, affirmant que nous pensons uniquement en signes (Collected Papers, 1931-1958).

Si les travaux de Saussure ont influencé les études linguistiques et structuralistes, ceux de Peirce ont donné naissance à une approche plus vaste, appliquée aux images, aux objets et aux phénomènes culturels..

La sémiologie, discipline éminemment riche et complexe, puise ses origines dans les profondeurs de la rhétorique antique, où les érudits et orateurs de l'Antiquité gréco-romaine scrutèrent avec passion les subtilités des discours publics, cherchant à comprendre les mécanismes de persuasion et les stratégies de communication qui sous-tendaient les échanges verbaux. Cette période a ainsi posé les fondations de ce qui deviendra plus tard la sémiologie moderne.

Cependant, l'essor véritable de la sémiologie en tant que domaine d'étude distinct n'a émergé qu'avec l'avènement de la linguistique moderne. Au fil des siècles, les penseurs se sont progressivement détachés des seules préoccupations rhétoriques pour explorer plus profondément les mécanismes sous-jacents de la signification et de la communication. C'est dans ce contexte que la sémiologie a gagné en importance, se distinguant comme une discipline à part entière, dédiée à l'analyse des systèmes de signes et à leur fonctionnement dans les diverses formes de communication humaine.

Ainsi, l'évolution vers la linguistique moderne a catalysé l'émergence de la sémiologie en lui offrant un cadre théorique et méthodologique propice à son développement. Désormais, la sémiologie s'intéresse non seulement aux aspects

linguistiques des signes, mais également à leur présence et à leur fonctionnement au sein de multiples systèmes de communication, qu'ils soient verbaux, visuels, gestuels ou culturels.

2. Définition et portée des deux concepts

Les termes de sémiotique et sémiologie sont souvent employés indifféremment, ce qui peut prêter à confusion. Pourtant, ils renvoient à deux approches distinctes dans l'étude des signes et du sens.

La sémiologie, dans la tradition structuraliste de Ferdinand de Saussure, désigne l'étude des systèmes de signes au sein d'une société donnée. Dans Cours de linguistique générale (1916), Saussure définit la sémiologie comme la science qui étudie la vie des signes au sein de la vie sociale. Cette discipline s'intéresse principalement aux codes linguistiques et à la manière dont les mots acquièrent du sens dans un système organisé.

La sémiotique, quant à elle, est une approche plus large développée par Charles Sanders Peirce, qui considère que tout peut être analysé comme un signe. Pour Peirce, un signe est quelque chose qui tient lieu de quelque chose pour quelqu'un sous un certain rapport (Collected Papers, 1931-1958). Il élargit ainsi l'étude des signes à toutes les formes de communication : images, gestes, objets, sons, symboles naturels et artificiels.

3. Une distinction méthodologique et théorique

Cette divergence entre sémiologie et sémiotique repose sur des postulats théoriques différents :

3.1.Approche binaire vs. Approche triadique

Saussure propose un modèle dyadique du signe, composé du signifiant (forme du signe) et du signifié (concept associé). Le lien entre les deux est arbitraire et basé sur la convention sociale.

Peirce, au contraire, introduit une vision triadique : un signe est composé d'un représentamen (le signe en lui-même), d'un objet (ce qu'il désigne) et d'un interprétant (l'effet du signe sur l'esprit de l'interprète).

3.2.Champs d'application

La sémiologie, héritière de la linguistique structurale, reste souvent appliquée aux textes, discours, médias et systèmes culturels. Elle est notamment mobilisée dans l'analyse des récits (Barthes), des mythes (Lévi-Strauss) et des discours politiques.

La sémiotique, plus large, est utilisée dans des domaines variés : sciences cognitives, intelligence artificielle, publicité, cinéma, design, neurosciences, informatique, etc.

4. Applications contemporaines : entre convergence et complémentarité

Malgré leurs différences, la sémiotique et la sémiologie sont complémentaires et s'influencent mutuellement.

Roland Barthes, bien qu'inscrit dans la tradition sémiologique, introduit des éléments de sémiotique peircienne lorsqu'il analyse les mythes modernes. Dans *Mythologies* (1957), il montre comment des objets du quotidien (comme une publicité ou un événement sportif) peuvent être analysés comme des systèmes de signes véhiculant des idéologies.

Umberto Eco, qui adopte une approche plus sémiotique, affirme que la sémiologie tend à être un sous-ensemble de la sémiotique (*Sémiotique et philosophie du langage*, 1988). Il insiste sur la nécessité d'une sémiotique qui ne se limite pas au langage, mais qui s'étende à l'ensemble des pratiques signifiantes, notamment dans la culture populaire et les médias de masse.

Algirdas Julien Greimas applique une approche sémiotique au récit et propose le carré sémiotique, un outil d'analyse des oppositions fondamentales du sens qui permet d'étudier les structures narratives.

Aujourd'hui, avec l'émergence des nouvelles technologies, la sémiotique devient un outil essentiel pour analyser des phénomènes comme les réseaux Internet, les emojis, l'IA conversationnelle et les algorithmes de recommandation.

5. Les contributions majeures

5.1.Ferdinand de Saussure

Eminent linguiste suisse du tournant du siècle, incarne une figure révolutionnaire dans le domaine des sciences du langage. Son magnum opus, le *Cours de linguistique générale*, publié posthumement, est considéré comme une œuvre fondatrice tant pour la

linguistique moderne que pour la sémiologie naissante. Par son analyse novatrice, Saussure a métamorphosé la manière dont nous appréhendons le langage, dévoilant ses mécanismes internes avec une clarté et une profondeur inédites.

Au cœur de la contribution de Saussure réside la conception du signe linguistique, concept phare qui a donné naissance à la sémiologie moderne. En distinguant le signifiant, la forme perceptible du signe, et le signifié, l'idée ou le concept associé, Saussure a instauré une dichotomie essentielle qui révèle la dualité inhérente à tout acte de communication. Cette rupture conceptuelle a ouvert de nouvelles perspectives sur la nature du langage, en soulignant son caractère conventionnel et arbitraire, et en révélant les intrications subtiles qui sous-tendent la construction du sens.

Par cette démarche analytique révolutionnaire, Saussure a non seulement éclairé les mystères de la langue, mais a également jeté les fondements théoriques indispensables à l'émergence de la sémiologie en tant que discipline à part entière. En explorant la nature des signes linguistiques, Saussure a tracé la voie à une compréhension plus profonde des processus de signification dans divers systèmes de communication, ouvrant ainsi la voie à de vastes champs d'étude interdisciplinaires et à des réflexions novatrices sur la nature même de la représentation et de la perception humaine.

5.2.Charles Sanders Peirce

Un érudit visionnaire du XIXe siècle, se distingue par son rôle éminent dans le développement de la sémiologie, une discipline qui étudie les processus de signification et de communication. Philosophe et logicien de renom, Peirce a insufflé à la sémiologie une perspective novatrice, transcendant les limites de la linguistique pour explorer les multiples dimensions de la signification.

Au cœur de la contribution de Peirce se trouve sa typologie triadique des signes, une structure conceptuelle révolutionnaire qui révolutionne notre compréhension des mécanismes sémiotiques. Cette typologie, fondée sur la trinité du signe, de l'objet et de l'interprétant, offre une vision élargie de la sémiologie, englobant non seulement les signes linguistiques, mais également les signes non verbaux et indexicaux. En intégrant ces différentes modalités de signification, Peirce enrichit notre compréhension de la communication humaine, mettant en lumière la richesse et la complexité des échanges symboliques.

Par cette approche holistique, Peirce ouvre de nouveaux horizons pour la sémiologie, en explorant les interactions dynamiques entre les signes, les objets et les interprétations. En mettant l'accent sur la relation dialectique entre ces trois éléments, Peirce offre une perspective dynamique sur la signification, soulignant son caractère émergent et contextuel. Cette vision élargie de la sémiologie éclaire les multiples dimensions de la communication humaine, offrant ainsi un cadre théorique riche et fécond pour les études sémiotiques à venir.

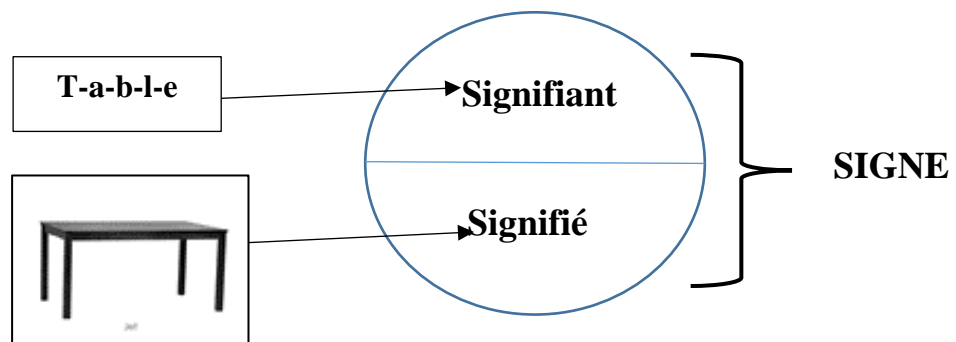
6. Évolution de la sémiologie au 20ème siècle

Tout au long du 20ème siècle, la sémiologie a évolué et s'est étendue à travers une multitude de domaines disciplinaires, incarnant ainsi un phénomène intellectuel d'une ampleur considérable. Son influence s'est fait ressentir dans des domaines aussi divers que la linguistique, la littérature, la psychanalyse, la philosophie, l'anthropologie, la sociologie et les médias. Cette interdisciplinarité féconde a permis d'explorer les multiples facettes de la signification et de la communication humaine, enrichissant ainsi notre compréhension du monde qui nous entoure.

Des figures éminentes telles que Roland Barthes, Umberto Eco et Jacques Derrida ont joué un rôle prépondérant dans l'évolution de la sémiologie, en proposant des perspectives novatrices et en élargissant ses horizons conceptuels. Leurs contributions ont contribué à diversifier les approches sémiologiques, ouvrant de nouvelles voies de recherche et d'interprétation. En se penchant sur des domaines aussi variés que la culture populaire, les médias de masse et les études visuelles, ces penseurs ont élargi le champ d'application de la sémiologie, lui conférant une pertinence et une portée sans précédent dans la compréhension des phénomènes culturels contemporains.

Ainsi, la sémiologie est devenue un outil puissant et polyvalent pour décrypter les signes et les symboles qui structurent notre expérience quotidienne. Elle offre un cadre analytique robuste pour étudier les processus de signification dans toute leur complexité, offrant ainsi des perspectives riches et nuancées sur les dynamiques culturelles, sociales et médiatiques de notre époque. En tant que discipline interdisciplinaire, la sémiologie continue d'évoluer et de s'adapter aux défis et aux enjeux de notre monde contemporain, témoignant ainsi de sa pertinence et de sa vitalité continue.

Le **signe**, véritable pivot de la communication humaine, incarne une union profonde entre sa forme matérielle, le **signifiant**, et son contenu conceptuel, le **signifié**. Le signifiant, tel un véhicule sensoriel, peut prendre une multitude de formes, que ce soit des sons harmonieux, des images évocatrices ou des mots chargés de sens. Par exemple, dans l'expression verbale **table**, le signifiant réside dans la séquence phonétique précise qui évoque instantanément l'idée de l'objet en question.



Parallèlement, le signifié réside dans la sphère de l'intellect et de l'imagination, représentant l'idée abstraite ou l'image mentale associée au signifiant. Ainsi, lorsque nous entendons le mot table, notre esprit forme spontanément l'image d'un meuble caractérisé par une surface horizontale soutenue par des pieds.

Cependant, selon la perspective éclairée de Saussure, la relation entre le signifiant et le signifié est intrinsèquement arbitraire. Cette théorie renverse l'idée traditionnelle d'une connexion innée entre la forme et le sens, soulignant que la signification d'un signe est entièrement déterminée par des conventions sociales et linguistiques. En d'autres termes, le lien entre le son table et l'image d'une table n'est pas dicté par une logique inhérente, mais par un accord collectif au sein de la communauté linguistique.

Cette notion d'arbitraire linguistique révèle la nature conventionnelle et sociale de la signification, mettant en lumière le rôle crucial des normes et des conventions dans la construction et la transmission du sens. Ainsi, chaque signe devient un produit de l'accord communautaire, incarnant la richesse et la complexité des interactions humaines à travers le langage.

6.2. L'évolution de la sémiotique : du langage aux médias numériques

Au fil du XXe siècle, la sémiotique a considérablement élargi son champ d'étude. Initialement centrée sur le langage verbal et écrit, elle s'est progressivement appliquée à l'analyse des images, des objets culturels, des médias de masse et des nouvelles technologies. Ce glissement témoigne de l'importance croissante des formes de communication non verbales dans nos sociétés modernes.

6.2.1. De la linguistique aux objets culturels : la sémiotique appliquée

L'un des premiers à avoir élargi la sémiotique au-delà de la linguistique fut Roland Barthes. Dans *Mythologies* (1957), il démontre que les objets du quotidien – qu'il s'agisse de publicités, de photographies, de films ou d'événements sportifs – sont porteurs d'un discours idéologique sous-jacent. Par exemple, dans son analyse du catch, il révèle comment ce spectacle repose sur un langage visuel et gestuel codifié, où les rôles de héros et de méchants sont construits selon une grille sémiotique propre à la culture populaire.

Algirdas Julien Greimas, quant à lui, a apporté un outil majeur à l'analyse des récits : le carré sémiotique. Ce modèle permet de structurer les oppositions fondamentales dans un discours, une narration ou une publicité. En montrant que toute signification repose sur un jeu de contrastes et de négations, Greimas a donné aux chercheurs un cadre pour analyser la construction des mythes, des contes et des représentations médiatiques.

L'impact de ces avancées est considérable : elles ont permis de comprendre que les signes ne sont pas seulement linguistiques, mais qu'ils structurent aussi la culture et les rapports sociaux.

7. La sémiotique et la culture de masse : un langage globalisé

Avec l'essor des médias audiovisuels, Umberto Eco a élargi l'analyse sémiotique aux phénomènes de communication de masse. Dans *Lector in fabula* (1979), il insiste sur le rôle actif du lecteur dans la construction du sens : l'image et le texte interagissent pour produire des effets de signification. Cette approche met en évidence l'influence du contexte culturel et des connaissances du récepteur dans l'interprétation d'un message.

Eco démontre que la sémiotique est un outil clé pour comprendre les stratégies narratives des médias. Par exemple, il analyse les bandes dessinées et les westerns pour

montrer comment ils véhiculent des structures mythiques récurrentes, s'inscrivant dans un système de signes qui dépasse les frontières linguistiques.

Aujourd'hui, cette approche s'est encore amplifiée avec la mondialisation des contenus médiatiques, où des références culturelles, des images et des symboles circulent à l'échelle internationale, parfois en perdant leur signification initiale.

8. La sémiotique à l'ère du numérique : nouveaux codes, nouvelles lectures

- Le passage au numérique et aux réseaux sociaux a profondément transformé notre rapport aux signes. À l'écrit et à l'image s'ajoutent désormais de nouvelles formes de communication, comme les émoticônes, les mèmes Internet et les interfaces numériques interactives.
- Les émoticônes et emojis, en particulier, sont devenus un langage universel, condensant des émotions et des intentions en quelques symboles visuels. Leur étude relève de la sémiotique car ces signes ne sont jamais neutres : ils sont codifiés culturellement et peuvent varier en fonction des contextes d'usage.
- Les mèmes Internet, quant à eux, constituent un phénomène sémiotique fascinant : ce sont des images réappropriées, modifiées et partagées en ligne, véhiculant souvent une critique sociale implicite.
- Les interfaces numériques (sites web, applications mobiles, assistants vocaux) reposent sur des signes visuels et interactifs qui influencent la perception et l'expérience de l'utilisateur. L'organisation d'un menu, le choix d'une couleur ou la forme d'un bouton sont autant de signes étudiés par la sémiotique pour comprendre comment se construit l'expérience utilisateur (UX design).
- Dans *Rhétorique de l'image* (1992), Groupe μ souligne que dans un monde saturé d'images et de messages, comprendre la sémiotique, c'est comprendre le langage de notre époque. Cette citation illustre bien l'enjeu actuel de la sémiotique : décoder les nouveaux systèmes de signes qui façonnent notre quotidien numérique.

II. Les Théories de Saussure

1. La bifacialité du signe

Ferdinand de Saussure a révolutionné la théorie linguistique en introduisant le concept de bifacialité du signe, une idée fondamentale qui sous-tend la structure du langage et de la communication. Selon Saussure, chaque signe linguistique est caractérisé par une dualité intrinsèque, composée de deux aspects indissociables : le signifiant et le signifié.

1.1.Le signifiant

Le signifiant est la forme matérielle ou perceptive du signe, c'est-à-dire le support sensoriel à travers lequel le signe est exprimé. Il peut prendre différentes formes, telles que des sons, des lettres, des gestes ou des images. Par exemple, dans le mot arbre, les sons prononcés ou les lettres écrites représentent le signifiant.

1.2.Le signifié

Le signifié, en revanche, est le concept ou l'idée associée au signifiant. C'est la représentation mentale abstraite ou la notion à laquelle le signe fait référence. Dans notre exemple, le signifié de arbre serait l'image mentale d'un grand végétal avec des branches et des feuilles, ou même l'idée de la nature, de la croissance, ou d'autres concepts connexes.

La bifacialité du signe, donc, met en évidence cette dualité entre le signifiant et le signifié, soulignant que les deux aspects sont intimement liés et dépendent l'un de l'autre pour créer le sens. Sans l'un ou l'autre, le signe perd sa fonction communicative et sa capacité à transmettre des significations. Cette dualité est essentielle pour la compréhension du fonctionnement du langage et de la communication humaine, car elle illustre comment les individus attribuent des significations aux signes à travers une interprétation conjointe du signifiant et du signifié.

En comprenant la bifacialité du signe, les linguistes et les chercheurs en sciences du langage peuvent explorer plus en profondeur les mécanismes complexes de la communication verbale et non verbale, ainsi que les processus cognitifs et culturels qui sous-tendent la production et la réception des messages linguistiques.

2. L'arbitraire du signe

Une autre idée fondamentale de Saussure est l'arbitraire du signe, qui stipule que la relation entre le signifiant et le signifié est conventionnelle et non naturelle. En d'autres termes, il n'y a aucun lien intrinsèque entre la forme sonore d'un mot et son sens, et cette relation est déterminée par des conventions sociales et linguistiques.

3. La langue et la parole

Saussure a distingué entre la langue, qui représente le système abstrait et structurel de règles et de conventions linguistiques partagées par une communauté, et la parole, qui fait référence à l'usage individuel et concret de la langue par les locuteurs. Cette distinction est cruciale pour comprendre la manière dont la langue fonctionne en tant que système social et symbolique.

4. L'impact de Saussure sur la linguistique moderne

Nous examinerons l'immense influence de Saussure sur le développement de la linguistique moderne. Sa théorie du signe, sa distinction entre langue et parole, et son insistance sur l'importance de la structure linguistique ont révolutionné la manière dont nous comprenons le langage et ont ouvert de nouvelles voies de recherche dans le domaine de la linguistique.

Exemple 1 : Le signe *Thé* en Chinois

- **Signifiant** : Le mot chinois pour thé est écrit comme 茶 (chá) et prononcé chah. La forme du caractère chinois et sa prononciation représentent le signifiant.
- **Signifié** : Le signifié de 茶 (chá) est l'idée ou le concept de la boisson chaude préparée en infusant des feuilles de thé. Il évoque également des notions de détente, de convivialité et de tradition.
- **Analyse** : Dans cet exemple, le signifiant (la forme et la prononciation du caractère chinois) est arbitraire par rapport au signifié (la boisson de thé). Il n'y a pas de lien naturel entre la forme du caractère et la boisson qu'elle représente, mais plutôt une convention linguistique établie dans la culture chinoise.

Exemple 2 : Le signe *Amour* en français

- **Signifiant** : Le mot français amour est composé de quatre lettres (a-m-o-u-r) et est prononcé ah-moor. La combinaison de lettres et sa prononciation représentent le signifiant.
- **Signifié** : Le signifié de amour est un concept complexe et subjectif qui peut évoquer des sentiments de tendresse, d'affection, de passion et de dévouement envers une autre personne.
- **Analyse** : Dans ce cas, la relation entre le signifiant (les lettres et la prononciation) et le signifié (le concept d'amour) est arbitraire. Il n'y a pas de lien intrinsèque entre les lettres et le concept d'amour, mais plutôt une convention linguistique établie dans la langue française.

Exemple 3 : Le signe *Soleil* en Espagnol

- **Signifiant** : En espagnol, le mot soleil se dit sol et est écrit avec trois lettres (s-o-l). La forme du mot et sa prononciation représentent le signifiant.
- **Signifié** : Le signifié de sol est l'astre lumineux qui brille dans le ciel pendant la journée et qui est souvent associé à la chaleur, à la lumière et à la vie.
- **Analyse** : Encore une fois, la relation entre le signifiant (les lettres et la prononciation) et le signifié (le concept de soleil) est arbitraire. Il n'y a pas de lien naturel entre les lettres s-o-l et l'astre lumineux, mais plutôt une convention linguistique établie dans la langue espagnole.

Applications et Activités Sémiologiques

Exercice 1 : Observez votre environnement quotidien (rues, magasins, université) et prenez trois photos de signes que vous rencontrez. Analysez-les en distinguant :

2. **Le signifiant** (ce que vous voyez).
3. **Le signifié** (ce que cela signifie).
4. **Le type de signe** (icône, indice ou symbole selon Peirce).

Exercice 2

- En quelques phrases, expliquez la différence entre sémiologie (Saussure) et sémiotique (Peirce).
- Trouvez un exemple où ces deux approches peuvent être appliquées de manière différente.
- Analysez comment un même signe peut être vu sous l'angle de la structure linguistique (Saussure) et de l'interprétation triadique (Peirce).

Exercice 3 :

- Décrivez une scène de la vie quotidienne (ex. : un cours, un repas en famille, une interaction entre amis).
- Identifiez trois signes présents dans cette situation et analysez leur fonction.
- Expliquez si ces signes sont culturels (appris) ou naturels (universels).

Exercice 4 :

- Identifiez trois signes (mots, images, gestes) qui peuvent avoir plusieurs significations selon le contexte.
- Pour chaque signe, expliquez deux interprétations différentes en fonction du cadre culturel ou de la situation.
- Justifiez pourquoi ces signes sont considérés comme polysémiques.

Chapitre 2 : Approches Sémiotiques et Sémiologiques

I. Charles Sanders Peirce et la Sémiotique

1. Introduction à la sémiotique de Peirce

A travers ce cours, nous plongerons dans l'héritage intellectuel de Charles Sanders Peirce dans le domaine de la sémiotique. En tant que philosophe et logicien américain du 19ème siècle, Peirce a largement enrichi le paysage de la sémiotique en développant une théorie d'une complexité remarquable, dépassant les contours établis par Ferdinand de Saussure. Son exploration méticuleuse a donné naissance à une vision sémiotique qui transcende les frontières linguistiques pour englober toutes les formes de signes et de significations.

Peirce a tracé une voie novatrice en introduisant une perspective triadique de la signification, définissant trois types fondamentaux de signes qui interagissent dans un réseau complexe de relations sémiotiques. Ces trois types de signes sont : les icônes, les indices et les symboles. Les icônes sont des signes qui ressemblent à leur objet en termes de forme ou de caractéristiques. Les indices sont des signes qui sont liés à leur objet par une relation de contiguïté ou de causalité. Les symboles sont des signes qui reposent sur des conventions ou des accords sociaux pour leur signification.

Cette approche triadique offre une compréhension plus nuancée de la manière dont les signes fonctionnent et interagissent dans le processus de communication humaine. En explorant ces concepts clés, nous serons en mesure de saisir la complexité et la profondeur de la sémiotique de Peirce, ainsi que son impact sur la compréhension des systèmes de signification dans divers contextes culturels, sociaux et linguistiques.

2. Le signe chez Pierce

Peirce a élaboré sa théorie sémiotique en introduisant trois éléments fondamentaux de la signification : le signe (ou représentamen), l'objet et l'interprétant. Cette triade sémiotique constitue le cœur de sa conception de la sémiotique et est intimement liée à la notion de semiosis.

2.1. Le représentamen (ou signe)

C'est l'élément matériel ou perceptible qui fonctionne comme un médiateur entre l'esprit et le monde extérieur. Le représentamen peut prendre différentes formes, telles

que des mots, des images, des gestes, etc. Il agit comme un véhicule pour transmettre une signification ou un sens.

2.2.L'objet

Il s'agit de ce à quoi le représentamen fait référence ou représente. L'objet peut être une entité physique, un concept abstrait, une idée, une émotion, etc. Il constitue la réalité externe à laquelle le représentamen se réfère et à laquelle il donne sens.

2.3. L'interprétant

C'est l'élément qui établit le lien entre le représentamen et l'objet, en interprétant ou en comprenant le sens du représentamen en relation avec son objet. L'interprétant peut prendre différentes formes selon le contexte et l'expérience individuelle de chaque interprète. Il joue un rôle crucial dans le processus de semiosis¹ en décodant et en attribuant du sens aux signes.

Dans le cadre de la semiosis, ces trois éléments interagissent de manière dynamique pour produire du sens. Le représentamen agit comme un médiateur entre l'interprétant et l'objet, permettant la construction et la négociation constante de la signification à travers des processus interprétatifs. Ainsi, la triade sémiotique de Peirce offre un cadre conceptuel puissant pour comprendre la nature complexe et interprétative de la communication symbolique.

3. Les trois types de signes selon Peirce

3.1. Icônes

Les icônes, dans la sémiotique de Peirce, sont des signes qui présentent une ressemblance directe ou perceptible avec leur objet. Cette similitude peut être visuelle, sonore, ou même conceptuelle. Les icônes fonctionnent en capturant des caractéristiques essentielles ou des motifs reconnaissables de leur objet, facilitant ainsi leur interprétation. Par exemple, une photographie en noir et blanc d'un arbre peut être considérée comme une icône de la réalité, car elle représente visuellement les traits distinctifs d'un arbre, tels que son tronc, ses branches et ses feuilles. Les icônes sont souvent utilisées dans les arts

¹ - La sémiosie, selon Charles Sanders Peirce, est le processus dynamique par lequel un signe produit du sens ou génère de la signification. Il décrit la sémiosie comme une action triadique impliquant trois éléments interdépendants : le signe lui-même (représentamen), l'objet auquel il se réfère, et l'interprétant, qui est l'effet ou l'interprétation du signe sur l'esprit de l'interprète.

visuels, la signalisation et la communication graphique pour transmettre des informations de manière directe et intuitive.

3.2. Indices

Les indices sont des signes qui établissent une relation de contiguïté ou de causalité avec leur objet, plutôt qu'une similitude formelle. Contrairement aux icônes, les indices fonctionnent en reliant un signe à son objet par une association directe ou une corrélation observable. Cette relation est souvent basée sur des observations sensorielles ou des déductions logiques. Par exemple, la fumée est un indice de feu, car elle est causée par la présence de feu. De même, les empreintes de pas dans le sable sont des indices de passage humain. Les indices sont utilisés dans divers domaines, tels que la criminalistique, la météorologie et la linguistique, pour fournir des informations contextuelles ou des preuves tangibles.

3.3.Symboles

Les symboles sont des signes dont la signification est arbitraire et conventionnelle, reposant sur un accord social ou culturel plutôt que sur une similitude physique ou une connexion causale. Contrairement aux icônes et aux indices, les symboles nécessitent un apprentissage et une transmission culturels pour être compris. Leur signification peut varier en fonction du contexte culturel, historique et individuel. Par exemple, les mots dans une langue sont des symboles linguistiques qui représentent des concepts et des idées, mais leur sens dépend de la langue et de la culture dans lesquelles ils sont utilisés. De même, les drapeaux nationaux, les logos d'entreprises et les symboles religieux sont des exemples de symboles culturels qui véhiculent des significations spécifiques dans des contextes particuliers.

4. Comparaison entre la sémiotique de Peirce et la sémiologie de Saussure

| Le signe de C.S Peirce | Le signe de F. de Saussure |
|---|--|
| <p>Général : il s'applique à tout, même aux atomes, ou encore aux signes de la pensée. Le signe Peircien s'applique à tous les domaines.</p> <p>Triadique : constitué de trois éléments (Objet – Signe – Interprétant)</p> <p>Pragmatique : Il se définit dans des contextes variés. Les interactions entre ses éléments donnent naissance à ce que l'auteur appelle la <i>sémiose</i> ou <i>sémiosis</i>.</p> | <p>Linguistique, mais généralisable. Cependant, selon la première définition donnée à la sémiologie, il ne s'applique pas en dehors du langage¹¹.</p> <p>Dyadique : composé de deux éléments (Signifiant – Signifié)</p> <p>Décontextualisé et fait partie d'un système de signes. Il n'a de valeur que par rapport aux autres signes.</p> |

II. Roland Barthes et la Sémiologie Moderne

1. Introduction à la Sémiologie de Roland Barthes

Roland Barthes, un sémiologue français éminent du 20ème siècle, a profondément influencé la discipline en introduisant des concepts novateurs et en les appliquant à divers domaines culturels. Sa contribution à la sémiologie moderne repose sur trois piliers fondamentaux : le concept de mythe, la distinction entre connotation et dénotation, et l'analyse sémiotique appliquée à des objets culturels tels que la mode, la publicité et la photographie.

1.1. Notion de Mythe

Barthes a profondément bouleversé notre compréhension des objets de la culture populaire en remettant en question la perception commune du mythe. Contrairement à une conception limitée aux récits mythologiques anciens, Barthes a souligné que le mythe est omniprésent dans notre quotidien contemporain, se manifestant à travers une multitude de symboles et de discours culturels. En examinant des éléments en apparence banals de la vie quotidienne, tels que les produits de consommation, les images publicitaires ou les icônes médiatiques, Barthes a révélé comment ces objets sont chargés de significations complexes et profondes. Il a montré que derrière chaque produit de la culture populaire se cachent des récits implicites, des valeurs sociales et des croyances collectives, formant ainsi un ensemble de mythes modernes qui influencent notre perception du monde. Par cette approche, Barthes a mis en évidence les idéologies sous-jacentes qui structurent notre compréhension de la réalité, ouvrant ainsi la voie à une lecture critique de la culture contemporaine.

1.2. Distinction entre connotation et dénotation

Barthes a apporté une contribution fondamentale à la sémiologie en introduisant la distinction entre dénotation et connotation, une notion qui a profondément influencé l'analyse des signes et des symboles dans la culture contemporaine. La dénotation se réfère à la signification littérale ou explicite d'un signe, à sa représentation directe et objective du monde. Par exemple, dans une image publicitaire, la dénotation peut être la représentation visuelle d'un produit spécifique, telle qu'une bouteille de soda.

En revanche, la connotation va au-delà de cette signification immédiate pour englober les associations symboliques, les valeurs culturelles et les significations

idéologiques plus profondes associées à un signe. Ces connotations peuvent varier en fonction du contexte culturel, social et historique, et peuvent être influencées par les perceptions individuelles et collectives. Reprenant l'exemple de l'image publicitaire, la connotation pourrait inclure des associations telles que le plaisir, la jeunesse, la réussite sociale, ou même des idéaux de beauté véhiculés par le produit.

Cette distinction entre dénotation et connotation a permis à Barthes d'explorer les multiples dimensions de sens présentes dans les objets culturels, en mettant en lumière les significations cachées et les idéologies véhiculées par les symboles. En analysant les connotations des signes, Barthes a ouvert la voie à une lecture plus critique et nuancée de la culture contemporaine, révélant les discours idéologiques sous-jacents et invitant à remettre en question les normes et les valeurs véhiculées par les médias et la société.

2. Barthes et la Notion de Mythe

Pour Barthes, le concept de mythe dépasse largement les récits légendaires anciens pour englober les symboles et les discours quotidiens qui imprègnent notre culture contemporaine. À travers ses analyses, Barthes nous invite à explorer la manière dont les mythes modernes se manifestent dans notre quotidien, façonnant nos perceptions, nos croyances et nos comportements de manière souvent implicite et subtile.

Dans ses travaux, Barthes décrypte les mythes modernes en examinant comment certains objets, images ou concepts sont investis de significations culturelles et idéologiques qui dépassent leur simple existence matérielle. Par exemple, il peut analyser la façon dont des produits de consommation courante deviennent des symboles de statut social ou de réussite, ou comment des images médiatiques véhiculent des idéologies dominantes sur le genre, la race ou la classe sociale.

Barthes met en lumière la façon dont ces mythes modernes opèrent souvent de manière invisible, influençant nos perceptions du monde et renforçant les normes sociales préétablies. Il révèle également comment ces mythes servent souvent à maintenir les structures de pouvoir existantes, en naturalisant des idées et des valeurs spécifiques tout en marginalisant ou en invisibilisant d'autres perspectives.

En examinant les mythes modernes, Barthes nous encourage à adopter une lecture critique de notre environnement culturel, à remettre en question les discours dominants

et à révéler les mécanismes idéologiques qui sous-tendent nos sociétés contemporaines. Cette analyse sémiotique des mythes nous permet de mieux comprendre les forces culturelles et sociales qui façonnent notre réalité quotidienne, et nous incite à développer une pensée plus consciente et émancipatrice.

3. Sémiologie appliquée

Lorsque nous étudierons l'application de la sémiologie par Barthes à des domaines spécifiques tels que la mode, la publicité et la photographie, nous découvrirons comment il a élucidé les significations cachées et les mécanismes idéologiques qui traversent ces champs. Barthes a adopté une approche sémiotique en analysant ces domaines comme des textes sémiotiques, c'est-à-dire des systèmes de signes porteurs de sens qui vont au-delà de leur apparence superficielle.

3.1. Dans le domaine de la mode

Barthes a décrypté les vêtements, les styles et les accessoires comme des signes culturels chargés de significations sociales, économiques et identitaires. Il a examiné la manière dont les choix vestimentaires peuvent exprimer des identités individuelles ou collectives, refléter des normes sociales et des valeurs culturelles, et même véhiculer des messages politiques ou idéologiques. En analysant la mode à travers une lentille sémiotique, Barthes a révélé les mécanismes par lesquels les industries de la mode produisent et maintiennent des normes esthétiques et des idéaux de beauté, ainsi que les façons dont ces normes sont perpétuées et contestées dans la société.

3.2. Dans le domaine de la publicité

Barthes a exploré les stratégies rhétoriques et les mécanismes sémiotiques utilisés pour persuader et influencer les consommateurs. Il a examiné les images, les slogans et les discours publicitaires comme des textes complexes qui construisent des désirs, des fantasmes et des identifications chez les spectateurs. En analysant la publicité, Barthes a révélé comment les marques et les entreprises utilisent les signes et les symboles pour promouvoir des produits et des modes de vie spécifiques, et comment ces représentations contribuent à façonner les attitudes et les comportements des consommateurs.

3.3. Dans le domaine de la photographie

Barthes a développé une théorie sémiotique de l'image, explorant la manière dont les photographies capturent et transmettent des significations culturelles et idéologiques.

Il a analysé les photographies comme des textes visuels qui communiquent des histoires, des idées et des émotions, et il a étudié les mécanismes par lesquels les images photographiques construisent des réalités sociales et façonnent nos perceptions du monde. En examinant la photographie à travers une lentille sémiotique, Barthes a élargi notre compréhension de la nature de l'image et de son rôle dans la construction de la culture visuelle contemporaine.

II. Renforcement des Approches Théoriques en Sémiologie et Sémiotique

La sémiologie et la sémiotique, bien qu'ayant des fondements solidement établis par Saussure et Peirce, ont évolué au fil du temps sous l'impulsion de nombreux chercheurs. Ces derniers ont enrichi la discipline en proposant des modèles d'analyse plus complexes et en l'ouvrant à d'autres domaines comme la sociologie, la philosophie, la narratologie ou encore les sciences cognitives. Ce chapitre vise à présenter les contributions majeures de certains de ces penseurs et à explorer comment leurs travaux ont redéfini la lecture des signes dans divers contextes.

1. Algirdas Julien Greimas et la Sémiotique Narrative

Algirdas Julien Greimas est l'une des figures incontournables de la sémiotique moderne. Son apport principal réside dans la construction du carré sémiotique, un modèle qui permet d'analyser les structures profondes du sens dans les récits.

1.1. Le Carré Sémiotique

Carré logique ou de jugement d'Aristote

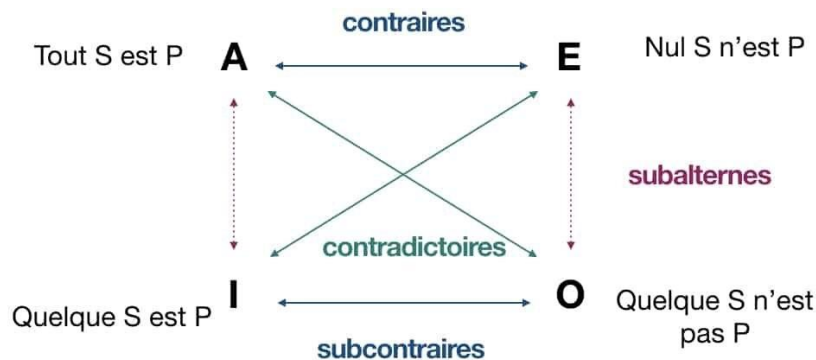


Figure : carré d'Aristote

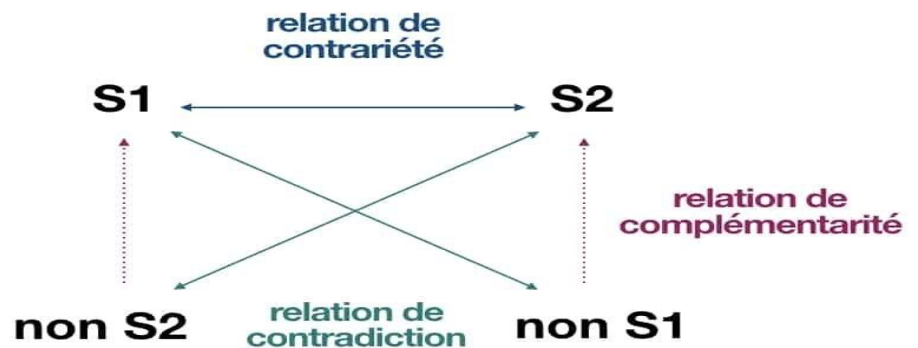
Source : <https://www.elodie-mielczareck.com/articles/carre-semiotique>

Le carré sémiotique repose sur une opposition binaire inspirée de la logique aristotélicienne et des catégories de la linguistique structurale. Il permet d'explorer les relations entre les termes en définissant quatre positions fondamentales :

- S1 : Un concept positif (exemple : Vie)
- S2 : Son contraire (Mort)
- S3 : La négation de S1 (Non-Vie, qui ne signifie pas nécessairement Mort mais une absence de Vie)
- S4 : La négation de S2 (Non-Mort, qui peut désigner un état intermédiaire)

Ce modèle est fondamental pour analyser la construction des mythes, des récits littéraires et des discours. Il est utilisé dans les études culturelles et la publicité pour comprendre comment des oppositions sémantiques sont mises en scène pour produire du sens.

Structure du carré sémiotique (Greimas)



1.2. Carré Sémiotique et relations Logiques

Le carré sémiotique illustre différentes relations entre les concepts : contrariété, contradiction et complémentarité.

- Relation de contrariété (S1 vs S2) : S1 et S2 sont des termes opposés, établissant une relation de contrariété. Cela signifie qu'affirmer l'un revient à nier l'autre, mais nier l'un ne conduit pas nécessairement à l'affirmation de l'autre. Par exemple, dans l'opposition noir vs blanc, dire qu'un objet est blanc n'implique pas qu'il ne soit pas noir, et inversement. Cette opposition peut intégrer une gradation intermédiaire : dans notre exemple, le gris représente une alternative entre noir et blanc. Ce type de relation repose sur un axe sémantique commun, tel que chaud/froid pour la température ou petit/grand pour la taille.
- Relation de contradiction (S1 vs non-S1) : S1 et non-S1 sont en contradiction stricte, ce qui signifie que l'affirmation de l'un entraîne nécessairement la négation de l'autre et réciproquement. Cette relation est exclusive, sans position intermédiaire possible. Par exemple, un nombre est soit pair, soit impair ; il ne peut être les deux à la fois, ni appartenir à une catégorie intermédiaire. Ce type de relation est qualifié de tiers exclu.
- Relation de complémentarité (S1 vs non-S2) : S1 et non-S2 entretiennent une relation de complémentarité, où la négation de l'un implique nécessairement l'autre. Ainsi, non-S1 implique S2, et non-S2 implique S1. En d'autres termes, ces termes fonctionnent en présupposant mutuellement leur existence pour être interprétés

1.3. La Grammaire Narrative

Greimas a également développé une théorie de la narration, en identifiant des éléments structurels communs à tous les récits. Il propose un modèle actantiel qui repose sur six actants principaux :

- Sujet (celui qui accomplit l'action)
 - Objet (ce que recherche le sujet)
 - Destinateur (celui qui motive l'action)
 - Destinataire (celui qui bénéficie de l'action)
 - Adjuvant (celui qui aide le sujet)
-
- Opposant (celui qui fait obstacle)

Ce modèle est un outil puissant pour analyser les films, les récits littéraires, et les campagnes publicitaires.

2. Umberto Eco et la Sémiotique des Cultures

Umberto Eco est un penseur qui a joué un rôle clé dans l'étude des signes dans la culture de masse. Dans ses travaux, il met en évidence le fait que le sens n'est jamais figé, mais qu'il est co-construit par l'émetteur et le récepteur.

2.1. Le Lector in Fabula : Rôle du Lecteur dans la Construction du Sens

Dans *Lector in fabula* (1979), Eco montre que la lecture d'un texte n'est pas passive, mais qu'elle implique une co-construction du sens par le lecteur. Il définit le concept de lecteur modèle, une figure hypothétique qui decode le texte selon les intentions de l'auteur, mais aussi en fonction de son propre bagage culturel.

2.2. La Sémiotique du Mythe et des Médias

Eco a analysé comment les récits populaires (films, bandes dessinées, publicités) créent des mythes modernes. Il explique que ces supports fonctionnent comme des systèmes de signes codifiés, produisant des effets de sens qui peuvent varier selon les contextes sociaux.

3. La Narratologie et la Sémiotique : L'Apport de Gérard Genette

Gérard Genette a développé une analyse narratologique, qui permet de comprendre comment les signes sont organisés dans un récit.

3.1. Les Catégories du Récit

Genette identifie plusieurs niveaux de discours dans un texte narratif :

- L'histoire (les événements racontés)
- Le récit (la manière dont ces événements sont racontés)
- La narration (l'acte de raconter)

Il analyse aussi le point de vue (focalisation) et la temporalité dans le récit, qui influencent la perception du lecteur. Ces approches complètent et prolongent les théories initiales de la sémiologie en enrichissant la manière dont nous comprenons les signes dans les récits, la communication et les cultures contemporaines. Elles offrent des outils

analytiques adaptés aux médias modernes et ouvrent la voie à des applications diverses allant de l'analyse de la publicité à l'étude des réseaux sociaux.

Activités et application sémiologiques

Exercice 1 :

- Choisissez un mot en français (ex. : chat, montre, lumière).
- Identifiez ses deux composantes selon Saussure :
 - Signifiant : La forme sonore ou écrite du mot.
 - Signifié : L'image mentale associée au mot.
- Expliquez pourquoi la relation entre le signifiant et le signifié est arbitraire selon Saussure

Exercice 2 :

- Trouvez trois signes différents et classez-les dans l'une des catégories suivantes :
- Icône (ressemblance avec l'objet réel).
- Indice (relation de cause à effet).
- Symbole (signification arbitraire, conventionnelle).
- Justifiez votre choix pour chaque signe.

Exercice 3 :

- Choisissez une publicité, une affiche ou un produit du quotidien.
- Analysez-le en utilisant les notions de dénotation (sens littéral) et connotation (sens implicite, culturel).
- Expliquez en quoi cet objet ou cette image peut être vu comme un mythe moderne selon Barthes.

Exercice 4 :

- Choisissez une phrase ou un court extrait de texte (ex. : une publicité, une phrase politique, un slogan).
-

- Identifiez la fonction dominante du langage selon Jakobson parmi les six suivantes :
 - Fonction expressive (exprimer une émotion).
 - Fonction conative (influencer le destinataire).
 - Fonction référentielle (informer sur la réalité).
 - Fonction poétique (jeu sur les sons et le style).
 - Fonction métalinguistique (explication du langage lui-même).
 - Fonction phatique (établir un contact).
- Justifiez votre analyse.

Chapitre 3 : Analyse des Systèmes de Signes et Communication Visuelle

I. Analyse des systèmes de signes

1. Définition et Caractérisation des Systèmes de Signes

1.1. Définition des systèmes de signes

Un système de signes est un ensemble structuré et interconnecté où chaque signe acquiert son sens et sa valeur à travers ses relations avec les autres signes du système. Dans ce cadre, les signes ne fonctionnent pas de manière isolée ; au contraire, ils sont en interaction constante et dynamique, se définissant mutuellement par leurs différences et leurs similitudes. Cette interdépendance des signes est cruciale pour la compréhension du fonctionnement global du système, car elle montre comment le sens émerge non pas d'une signification intrinsèque des signes, mais de leur position et de leur rôle au sein de l'ensemble du réseau sémiotique. Ainsi, l'étude des systèmes de signes permet de révéler les structures sous-jacentes et les mécanismes par lesquels la signification est produite et communiquée dans divers contextes culturels et linguistiques.

1.2. Caractéristiques des systèmes de signes

1.2.1. Interdépendance

Les signes au sein d'un système sont mutuellement dépendants pour la création de sens. Un signe tire sa signification non pas de lui-même, mais des relations qu'il entretient avec les autres signes. Comme le souligne Ferdinand de Saussure, dans la langue, il n'y a que des différences et les mots n'ont pas de sens isolé, mais seulement dans leur rapport avec les autres mots. Par exemple, la signification du mot *chat* en français est définie en partie par sa différence avec des mots comme chien ou souris. Cette interdépendance des signes montre que le sens naît de la distinction entre les éléments d'un système .

Les systèmes de signes sont régis par des règles et des structures spécifiques qui déterminent comment les signes peuvent être combinés et utilisés. Ces règles structurales permettent une organisation cohérente et prévisible du système. Par exemple, en langue française, la syntaxe détermine l'ordre des mots dans une phrase.

1.2.2. Contextualité

La signification des signes peut varier en fonction du contexte dans lequel ils sont utilisés. Le contexte englobe des éléments tels que la situation sociale, culturelle, historique, et même l'intonation ou le interagissant avec les éléments environnants du

discours (Barthes, *Éléments de sémiologie*). Ainsi, un mot ou une phrase peut avoir des significations différentes selon le contexte social ou culturel dans lequel il est utilisé.

Prenons un exemple concret : le mot banque. Dans une phrase comme Je dois aller à la banque pour déposer de l'argent, le mot banque est compris comme une institution financière. Cependant, dans une phrase comme Nous nous sommes assis sur une banque au parc, le même mot prend le sens d'un banc pour s'asseoir.

Cette contextualité des signes montre comment la compréhension des messages dépend non seulement des signes eux-mêmes, mais aussi de leur cadre d'utilisation. Par exemple, les signes visuels, comme les couleurs, peuvent avoir des significations différentes selon les cultures. Le blanc est souvent associé à la pureté et à la paix dans de nombreuses cultures occidentales, alors qu'il peut représenter le deuil et la mort dans certaines cultures asiatiques.

De plus, le contexte historique peut influencer la signification des signes. Une chanson, une œuvre d'art ou un symbole politique peuvent acquérir des significations supplémentaires ou voir leur sens évoluer en fonction des événements historiques et des changements sociaux.

En résumé, la contextualité est essentielle pour une interprétation précise des signes. Comprendre un signe dans son contexte permet de dévoiler les couches de significations cachées et d'appréhender les nuances subtiles qui échappent à une analyse décontextualisée.

2. Les Relations d'Association et d'Opposition

2.1. Relations d'association

2.1.1. Paradigmatique

Les relations paradigmatiques concernent les choix possibles de signes qui peuvent occuper une même position dans une structure donnée. Elles sont horizontales et fonctionnent sur un axe de sélection. Les éléments qui se trouvent dans une relation paradigmatique sont interchangeables dans une même catégorie grammaticale ou sémantique. Par exemple, dans une phrase comme Le ____ dort, des mots comme chien, chat, oiseau ou lapin peuvent remplacer animal sans altérer la structure grammaticale de la phrase. Cette interchangeabilité montre comment chaque mot acquiert son sens par

contraste avec les autres mots qui pourraient être utilisés à sa place. Roland Barthes explique cela en disant que chaque mot tire son sens de ce qu'il n'est pas, des autres mots qui pourraient être choisis à sa place (Barthes, *Éléments de sémiologie*).

2.1.2. Syntagmatique

Les relations syntagmatique concernent la combinaison de signes dans une séquence linéaire et fonctionnent sur un axe de combinaison. Ces relations déterminent comment les signes peuvent être organisés et structurés pour créer des unités de sens plus larges, comme des phrases ou des textes. Par exemple, dans la phrase *Le chat dort*, les mots *le*, *chat*, et *dort* sont combinés selon des règles syntaxiques spécifiques du français pour produire un sens cohérent. Les relations syntagmatiques montrent comment les signes interagissent les uns avec les autres dans un contexte spécifique pour former des significations complexes. Barthes souligne l'importance de ces relations en affirmant que la signification naît de la combinaison des signes dans une structure (Barthes, *Éléments de sémiologie*).

Pour illustrer ces concepts, nous examinerons des exemples concrets de systèmes de signes dans la culture populaire. Par exemple, nous analyserons les choix paradigmatiques et syntagmatiques dans des publicités, où chaque élément visuel et textuel est sélectionné et combiné pour transmettre un message spécifique. De même, nous explorerons comment les films et les séries télévisées utilisent des relations paradigmatique pour créer des personnages stéréotypés et des relations syntagmatiques pour développer des intrigues narratives. Ces études de cas permettront de comprendre comment les systèmes de signes fonctionnent de manière dynamique dans la culture contemporaine et comment ils influencent notre perception et notre interprétation des messages.

2.2. Relations d'opposition

2.2.1. Antonymie

Les relations d'antonymie concernent des signes qui ont des significations opposées. Ces paires de signes sont souvent utilisées pour souligner des contrastes clairs et nets. Par exemple, les mots *jour* et *nuit* sont des antonymes parce qu'ils désignent des périodes opposées de la journée, avec des caractéristiques distinctes et opposées (lumière

vs obscurité). L'antonymie permet de créer des oppositions binaires qui sont fondamentales pour structurer notre compréhension du monde.

Considérons les mots chaud et froid. Leur opposition aide à décrire des conditions climatiques ou des sensations thermiques en termes binaires. Par exemple, une boisson peut être classée comme chaude (café, thé) ou froide (jus, soda), avec peu d'ambiguïté entre les deux.

2.2.2. Contraste

Les relations de contraste vont au-delà des antonymes simples en incluant des oppositions qui ne sont pas nécessairement binaires mais qui sont toujours définies par leurs différences. Par exemple, riche et pauvre ne sont pas strictement des antonymes, mais ils représentent des extrêmes opposés sur un spectre économique et social. Le contraste aide à créer des nuances de sens et à établir des relations complexes entre les signes. Comme Barthes l'a expliqué, les signes acquièrent leur sens non seulement par leur propre nature, mais par la relation de contraste avec d'autres signes (Barthes, *Mythologies*).

Prenons l'exemple de ville et campagne. Bien que ces termes ne soient pas des antonymes, ils contrastent en termes de mode de vie, de paysage et de rythme de vie. Une publicité peut exploiter ce contraste pour promouvoir les avantages d'un mode de vie rural (calme, nature) par rapport à un mode de vie urbain (dynamique, moderne).

2.2.3. Différence

Selon Ferdinand de Saussure, la différence est une caractéristique fondamentale des signes linguistiques. Les signes se distinguent non seulement par leurs caractéristiques intrinsèques, mais surtout par ce qu'ils ne sont pas. Par exemple, le sens du mot chien est en partie défini par le fait qu'il n'est pas chat. Cette opposition par différence est essentielle pour comprendre comment les signes fonctionnent dans un système. Saussure a affirmé que dans la langue, il n'y a que des différences sans termes positifs (Saussure, *Cours de linguistique générale*). Cela signifie que chaque signe est défini par sa place et ses relations dans le système, plutôt que par une essence propre.

En linguistique, le sens de *homme* est partiellement défini par le fait qu'il n'est pas femme. Cette différence permet de catégoriser et de comprendre les termes par leurs

oppositions dans un système de genre. Un panneau de toilette différenciant hommes et femmes utilise ces distinctions pour orienter les usagers.

3. Étude de Cas : Systèmes de signes dans la culture populaire

3.1. La Mode : Analyse des vêtements et des accessoires comme un système de signes

La mode peut être vue comme un langage visuel où les vêtements et les accessoires fonctionnent comme des signes. Chaque élément vestimentaire, qu'il s'agisse de la coupe d'une veste, de la couleur d'une robe ou du choix des accessoires, communique des informations sur l'identité, le statut social et les préférences culturelles de l'individu.

- **Associations** : Les styles et les marques créent des associations spécifiques. Par exemple, une veste en cuir noire peut être associée à un style rebelle ou punk, tandis qu'un costume sur mesure peut être associé à une image de professionnalisme et de succès. Les marques jouent également un rôle crucial, car elles portent des connotations particulières (par exemple, Gucci est souvent associé au luxe et à l'opulence).
- **Oppositions** : Les oppositions dans la mode aident à structurer notre compréhension de ce que les vêtements signifient. Par exemple, les vêtements casual sont opposés aux vêtements formels, chaque catégorie véhiculant des messages différents sur le contexte approprié et le comportement attendu. Une tenue vintage pourrait s'opposer à une tenue moderne, soulignant des différences de style et d'époque.

3.2. La Publicité : Étude des publicités comme systèmes de signes

Les publicités utilisent un ensemble complexe de signes - images, mots, sons - pour communiquer des messages et influencer le comportement des consommateurs. Chaque élément d'une publicité fonctionne comme un signe qui contribue à l'ensemble du message.

3.2.1. Analyse des relations paradigmatique et syntagmatique

- **Relations paradigmatique** : Cela concerne les choix de signes dans une publicité. Par exemple, le choix de représenter un produit avec des images de nature vs. des images de technologie. Les mots choisis (par exemple, naturel vs. innovant) sont des choix paradigmatique qui définissent comment le produit est perçu.

- Relations syntagmatique : Cela concerne la combinaison de signes dans une séquence narrative. Par exemple, une publicité peut commencer par une scène de problème (sécheresse de la peau), suivie par l'introduction du produit (une crème hydratante), et se terminer par la solution (une peau douce et hydratée). Cette séquence crée un récit qui aide à structurer la compréhension du message publicitaire.

3.3. Les Réseaux Sociaux : Analyse des systèmes de signes sur des plateformes comme Instagram et TikTok

Les réseaux sociaux sont des écosystèmes riches en signes. Chaque poste, commentaire, hashtag, émoji, et même l'utilisation de filtres, constitue un signe qui communique des informations sur l'identité et les relations sociales.

Analyse des hashtags, des émojis et des mèmes comme signes

- Hashtags : Ils servent à catégoriser et à associer les contenus à des thématiques ou des mouvements spécifiques (#fitness, #vegan). Ils aident à construire des communautés en ligne autour d'intérêts communs.

Émojis : Ils ajoutent une couche émotionnelle et contextuelle aux messages écrits. Par exemple, un cœur rouge (❤️) exprime l'amour ou l'appréciation, tandis qu'un visage souriant avec des larmes de joie (😄) indique quelque chose de très drôle.

- Mèmes : Les mèmes sont des unités culturelles qui se répandent d'utilisateur en utilisateur, souvent sous forme d'images ou de vidéos avec du texte superposé. Ils peuvent véhiculer des opinions, des blagues ou des critiques sociales et sont souvent très contextuels

II. Sémiologie Visuelle

1. Les signes visuels : définition et exemples

1.1. Définition

Les signes visuels constituent un langage visuel qui transmet des significations à travers des éléments graphiques ou visuels. Contrairement aux signes linguistiques, qui reposent sur des mots ou des sons pour communiquer, les signes visuels utilisent des images, des formes, des couleurs et des compositions visuelles pour véhiculer des messages. Cette forme de communication visuelle est omniprésente dans notre environnement quotidien, présente dans les publicités, les affiches, les logos, les œuvres d'art, les médias numériques et bien d'autres supports.

L'essence des signes visuels réside dans leur capacité à susciter des associations, des émotions et des idées chez les spectateurs. Par exemple, une image d'un coucher de soleil peut évoquer des sentiments de paix, de beauté et de sérénité. De même, un logo reconnaissable peut instantanément rappeler une marque spécifique et toutes les associations qui lui sont liées.

En raison de leur nature visuelle, ces signes ont un impact direct sur notre perception et notre compréhension de l'information. Ils peuvent être interprétés de manière subjective en fonction des expériences individuelles, des contextes culturels et des références personnelles de chaque observateur. Par conséquent, les signes visuels peuvent être riches en significations multiples et ouverts à différentes interprétations.

Dans le domaine de la communication visuelle, la maîtrise de la compréhension et de la création de signes visuels est essentielle. Les concepteurs graphiques, les artistes, les publicitaires et les communicateurs visuels utilisent ces signes pour transmettre des messages clairs et efficaces, captivant l'attention du public et influençant ses perceptions. Ainsi, les signes visuels jouent un rôle crucial dans la création d'expériences visuelles mémorables.

1.2. Types de signes visuels

1.2.1. Icônes


Les icônes sont des signes visuels qui ressemblent à l'objet ou au concept qu'ils représentent. Ils sont reconnaissables par leur similitude avec leur référent. Les icônes

sont souvent utilisées dans les interfaces utilisateur, la signalisation et d'autres contextes pour communiquer des informations rapidement et efficacement.

Exemples d'icônes :

- Photographie d'une personne → L'image ressemble à l'individu réel.
- Plan de métro → La carte schématise le réseau en respectant les relations spatiales entre les stations.
- Emoji de visage souriant (😊) → Il imite l'expression humaine du sourire.
- Onomatopées (*tic-tac*, *miaou*) → Elles imitent les sons réels qu'elles désignent.

Un icône fonctionne par mimétisme. Il facilite la compréhension immédiate puisqu'il ne nécessite pas d'apprentissage préalable. Dans un aéroport, les pictogrammes représentant un avion ou des bagages sont des icônes : même sans lire le texte, un voyageur comprend leur signification.

Dans le design d'interface utilisateur (UI/UX), les icônes sont largement utilisés. Par exemple, une disquette  dans un logiciel représente encore l'action Enregistrer, bien que l'objet physique soit obsolète.

1.2.2. Indices

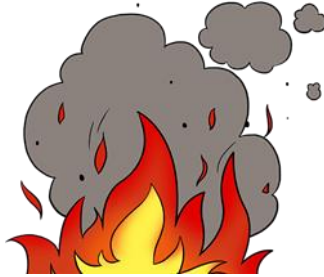
Les indices sont des signes visuels qui pointent vers ou indiquent quelque chose d'autre par une relation directe ou naturelle. Contrairement aux icônes qui ressemblent à leur référent, les indices sont liés à leur référent par une connexion physique ou causale. Par exemple, la fumée indique la présence possible d'un incendie, et les traces de pas indiquent le passage de quelqu'un.

Exemples d'indices :

- Fumée qui s'élève → Indice de la présence d'un feu.
- Rougissement du visage → Indice de gêne, de timidité ou de chaleur.
- Empreintes de pas dans le sable → Indiquent qu'une personne est passée par là.
- Alerte sonore dans une voiture → Signale qu'une ceinture de sécurité n'est pas attachée.

Les indices ne nécessitent pas d'apprentissage conventionnel, car ils reposent sur une relation de cause à effet. Un médecin, par exemple, interprète des symptômes (fièvre, toux) comme indices d'une maladie.

Les algorithmes d'intelligence artificielle analysent de nombreux indices pour faire des prédictions. Par exemple, un système de reconnaissance faciale détecte des indices (forme des yeux, distance entre les traits du visage) pour identifier une personne.



1.2.3.Symboles

Les symboles sont des signes visuels dont la signification est conventionnelle et repose sur des accords sociaux ou culturels. Contrairement aux icônes qui ressemblent à leur référent et aux indices qui sont liés à leur référent par une connexion directe, les symboles doivent être appris ou interprétés en fonction de leur contexte culturel ou social. Les symboles peuvent représenter des idées, des concepts, des groupes sociaux, etc

Exemples de symboles :

- Les mots du langage → Le mot *chien* ne ressemble pas à un chien, mais la langue française a adopté ce mot pour désigner cet animal.
- Drapeaux nationaux → Le drapeau FR est un symbole de la France, mais ses couleurs sont arbitraires.
- Symboles mathématiques (\sum , $\sqrt{\quad}$, ∞) → Leur signification est établie par convention.
- Logo d'une marque (Nike, Apple, McDonald's) → Ils renvoient à une identité de marque.
- Gestes culturels (pouce levé 👍, signe de paix 🕊) → Leur interprétation varie selon les cultures.

Les symboles demandent un apprentissage préalable. Si un enfant voit le mot chien écrit pour la première fois, il ne comprendra pas qu’il désigne l’animal. De même, un étranger ne reconnaîtra pas forcément un signe linguistique inconnu.

Les marques exploitent la valeur symbolique des couleurs et des logos pour influencer la perception du consommateur. Par exemple, le rouge de Coca-Cola évoque l’énergie et la passion, tandis que le vert de Starbucks suggère le naturel et la durabilité.



Tableau récapitulatif des types de signes

| Type de signe | Définition | Exemples | Relation avec l'objet |
|----------------|--|------------------------------------|---|
| Icône | Signe qui ressemble à son référent. | Photos, pictogrammes, onomatopées. | Relation de similitude . |
| Indice | Signe qui a un lien direct et naturel avec son référent. | Fumée → feu, empreintes → passage. | Relation de cause à effet . |
| Symbole | Signe dont la signification est arbitraire et conventionnelle . | Mots, drapeaux, logos, chiffres. | Relation culturelle et sociale . |

Ces trois types de signes sont fondamentaux en sémiotique, car ils expliquent comment nous percevons et interprétons le monde. Que ce soit en linguistique, en analyse d'image, en publicité ou en intelligence artificielle, chaque signe joue un rôle dans la construction du sens

2. Analyse de l'image : techniques et méthodes

L'analyse de l'image implique l'examen des éléments visuels pour déchiffrer les significations cachées et comprendre les messages transmis. Voici quelques techniques et méthodes pour analyser les images :

2.1. Description détaillée

Cette étape consiste à examiner minutieusement tous les éléments présents dans l'image. Cela inclut l'identification des personnages, des objets, des actions, des couleurs, des formes, de l'arrière-plan, etc. Il est essentiel de décrire chaque élément avec précision pour comprendre comment ils contribuent à la signification globale de l'image.

2.2. Composition et mise en page

La composition se réfère à la manière dont les éléments visuels sont arrangés dans l'image. Cela inclut la disposition spatiale, l'équilibre visuel, les lignes directrices, les proportions, et d'autres éléments qui influencent la focalisation et la lecture visuelle de l'image. L'examen de la composition permet de comprendre comment les choix de disposition affectent la perception de l'image par le spectateur.

2.3. Couleurs et textures

L'analyse des couleurs et des textures explore l'utilisation des palettes de couleurs et des qualités de surface dans l'image. Les couleurs peuvent évoquer des émotions ou des significations symboliques. De même, les textures peuvent ajouter des dimensions tactiles à l'image. L'identification des choix de couleurs et de textures permet de décoder les intentions de l'artiste ou du créateur de l'image.

2.4. Symbolisme et métaphores visuelles

Cette étape implique l'identification et l'interprétation des symboles et des métaphores présents dans l'image. Les symboles sont des éléments visuels qui représentent des idées, des concepts ou des valeurs, tandis que les métaphores visuelles utilisent des images pour suggérer des significations abstraites ou complexes. Identifier les symboles et les métaphores aide à déchiffrer les couches de signification de l'image.

2.5. Contexte historique et culturel

Le contexte dans lequel l'image a été créée et diffusée est crucial pour comprendre sa signification. Les événements historiques, les normes culturelles, les tendances artistiques

et les influences sociales peuvent tous jouer un rôle dans l'interprétation de l'image. Comprendre le contexte historique et culturel permet d'apprécier pleinement les intentions de l'artiste et les messages véhiculés par l'image.

3. Sémiologie de l'art et du design

La sémiologie de l'art et du design, enrichie par les contributions de spécialistes renommés tels que Roland Barthes et Umberto Eco, constitue une discipline fascinante qui explore minutieusement la manière dont les œuvres artistiques et les créations de design transmettent des significations à travers une multitude de signes visuels. En se concentrant sur ces signes visuels, tels que les formes, les couleurs, les textures, les motifs et les compositions, cette branche de la sémiologie vise à décoder les messages et les intentions des artistes et des designers. Elle s'attache à analyser comment ces éléments visuels sont habilement agencés et utilisés pour évoquer des émotions, susciter des réflexions ou provoquer des réactions chez les spectateurs ou les utilisateurs.

Au-delà de la simple apparence visuelle, la sémiologie de l'art et du design s'intéresse également aux concepts et aux idées sous-jacentes qui peuvent être exprimés à travers ces œuvres. Elle explore les thèmes récurrents, les motifs symboliques et les métaphores présents dans les créations artistiques et les objets de design, ainsi que les messages socioculturels, politiques ou philosophiques qu'ils véhiculent subtilement, comme le souligne les travaux de Charles Sanders Peirce.

En outre, cette discipline ne néglige pas l'importance des contextes culturels et historiques dans lesquels les œuvres sont créées et reçues. Elle analyse minutieusement comment ces contextes influencent la production artistique et les choix de design, ainsi que la manière dont les spectateurs ou les utilisateurs interprètent et attribuent des significations aux œuvres en fonction de leur propre bagage culturel et de leurs expériences personnelles, comme l'ont démontré les travaux de Nelson Goodman.

La sémiologie de l'art et du design offre un cadre analytique et interprétatif riche et complexe pour comprendre la manière dont les signes visuels sont utilisés pour communiquer des idées, des émotions et des significations dans le domaine de l'art et du design. Elle nous invite également à explorer la diversité des perspectives culturelles et historiques qui façonnent ces processus créatifs et interprétatifs, à l'image des travaux de John Berger.

4. Analyses sémiologique en art et design

4.1.Art visuel

L'analyse des peintures, sculptures et photographies en termes de symboles, composition, couleurs et contextes. Par exemple, l'étude des œuvres de Picasso peut révéler comment il utilise les formes et les couleurs pour exprimer des émotions complexes et des critiques sociales.

4.2.Design graphique

L'examen des affiches, des logos et des sites web en termes de typographie, d'agencement et de symbolisme. Par exemple, l'analyse d'un logo d'entreprise peut révéler comment les formes et les couleurs sont utilisées pour transmettre des valeurs de marque et des messages publicitaires.

4.3.Cinéma et médias visuels

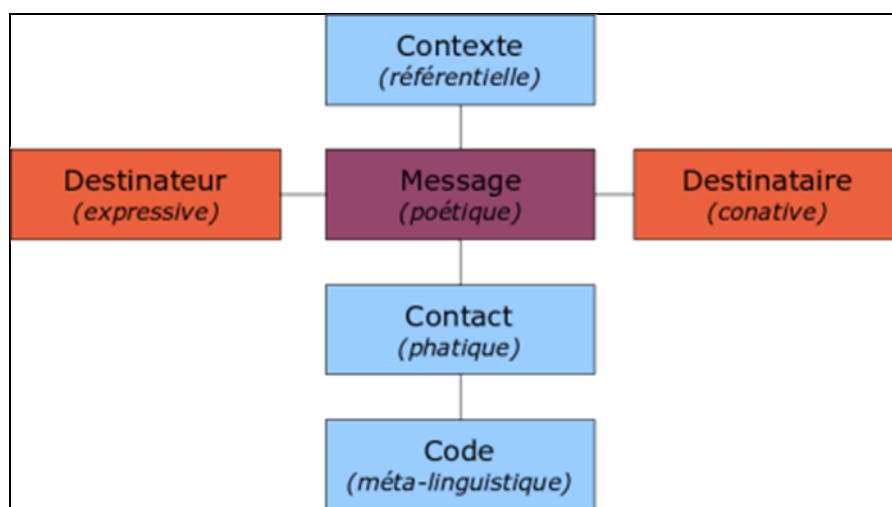
L'analyse des films, des séries télévisées et des publicités en termes de narration visuelle, de cadrage, de montage et d'effets spéciaux. Par exemple, l'étude des techniques de montage dans les films d'Alfred Hitchcock peut montrer comment il crée des suspenses et des tensions.

III. Sémiologie et Communication

1. Les théories de la communication : la communication verbale

La communication verbale utilise les signes linguistiques pour transmettre des messages. Ces signes comprennent les mots, les phrases et les structures syntaxiques qui, selon les théories de Saussure, sont formés par le signifiant (forme) et le signifié (concept).

1.1. Fonctions du langage selon Roman Jakobson



Roman Jakobson, un linguiste et sémioticien influent, a proposé un modèle des fonctions du langage qui a grandement enrichi la compréhension de la communication verbale. Il identifie six fonctions essentielles du langage, chacune liée à un aspect différent de la communication. Ces fonctions aident à analyser comment les messages sont construits et interprétés dans les échanges verbaux.

1.1.1. Fonction Référentielle

La fonction référentielle se concentre sur le contexte ou l'information factuelle que le message vise à transmettre. Elle est centrée sur le contenu du message et sa capacité à représenter le monde extérieur de manière objective.

Exemple : Il fait beau aujourd'hui. Ici, le message transmet une information factuelle sur le temps.

1.1.2. Fonction Émotive (ou Expressive)

La fonction émotive exprime les émotions, les attitudes et l'état d'esprit de l'émetteur. Elle est centrée sur l'énonciateur et vise à transmettre ses sentiments ou réactions personnelles.

Exemple : Je suis tellement heureux de te voir ! Ce message exprime le bonheur de la personne qui parle.

1.1.3. Fonction Conative

La fonction conative est orientée vers le destinataire du message et vise à influencer ou à provoquer une réaction de sa part. Elle est souvent impérative ou interrogative.

Exemple : Ferme la porte, s'il te plaît. Ce message cherche à faire agir le destinataire.

1.1.4. Fonction Phatique

La fonction phatique est utilisée pour établir, prolonger ou interrompre la communication, ou pour vérifier si le canal de communication fonctionne correctement. Elle est centrée sur le contact entre les interlocuteurs.

Exemple : Allô, tu m'entends ? Ce message vérifie la connexion entre les interlocuteurs.

1.1.5. Fonction Métalinguistique

La fonction métalinguistique concerne le code lui-même, c'est-à-dire le langage utilisé pour parler du langage. Elle est utilisée pour clarifier ou expliquer le sens des mots ou des expressions.

Exemple : Quand je dis 'chien', je parle de l'animal domestique. Ce message clarifie l'usage d'un mot.

1.1.6. Fonction Poétique

La fonction poétique est centrée sur le message pour lui-même et son esthétique. Elle concerne la forme et le style du langage, mettant en valeur la manière dont les choses sont dites plutôt que ce qui est dit.

Exemple : Le chat sur le toit ronronne doucement. Ce message met l'accent sur la musicalité et le rythme des mots.

Ces fonctions permettent de comprendre comment différents aspects de la communication verbale interagissent pour créer des messages complexes et nuancés. En les analysant, on peut décoder les intentions de l'émetteur, les attentes du récepteur, et le contexte dans lequel la communication se déroule.

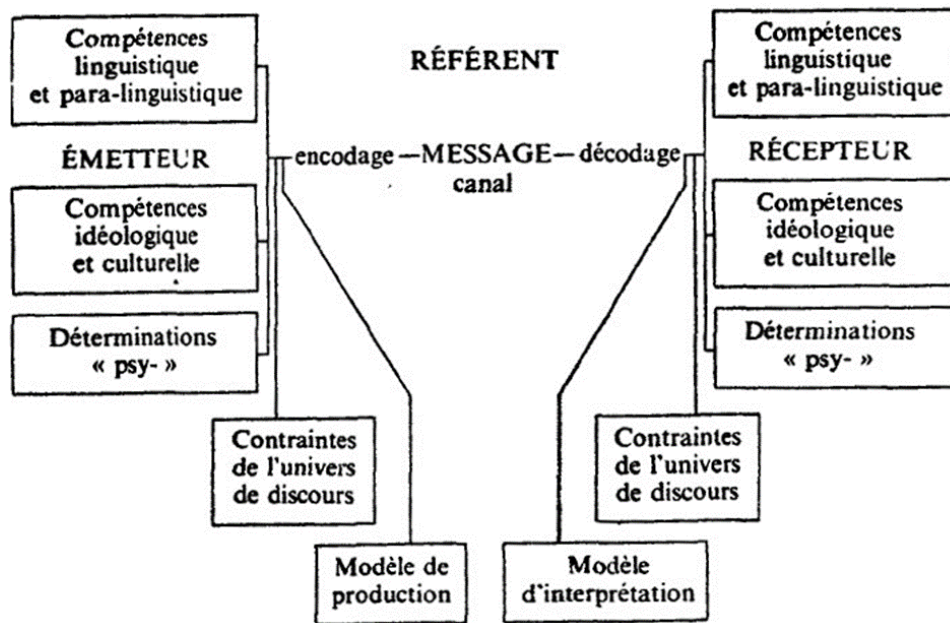
En utilisant les fonctions de Jakobson, on peut disséquer un discours pour voir quelles fonctions prédominent et comment elles influencent la compréhension globale du message. Connaître ces fonctions aide à améliorer la clarté et l'efficacité de la communication, en ajustant le message en fonction de son objectif et de son audience.

La fonction poétique, par exemple, est particulièrement utile dans l'analyse de textes littéraires où la forme et le style sont cruciaux.

Les fonctions du langage décrites par Jakobson offrent un cadre précieux pour l'analyse de la communication verbale. En identifiant ces différentes fonctions dans les échanges quotidiens, on peut mieux comprendre les dynamiques de la communication et les diverses manières dont le langage peut être utilisé pour informer, exprimer, influencer, connecter, clarifier et embellir.

2. Analyse Pragmatique

La pragmatique est une branche de la linguistique qui s'intéresse à l'utilisation du langage en contexte et à la manière dont les énoncés sont interprétés en fonction des intentions des locuteurs et des situations sociales. Catherine Kerbrat-Orecchioni, une figure majeure dans ce domaine, a profondément enrichi notre compréhension de la communication verbale par ses études sur les interactions et les actes de langage.



2.1. Contexte social

Kerbrat-Orecchioni souligne l'importance du contexte social dans l'interprétation des énoncés. Le contexte comprend des facteurs tels que le lieu, le moment, les participants et leur relation, ainsi que les normes et attentes sociales.

- Exemple : Peux-tu me passer le sel ? Dans un contexte formel, cette question peut être perçue comme une demande polie. Dans un cadre informel entre amis proches, elle peut être interprétée de manière plus détendue et moins formelle.

2.2. Intentions des locuteurs

Les intentions des locuteurs jouent un rôle crucial dans la pragmatique. Les énoncés ne sont pas simplement des combinaisons de mots, mais des actions visant à accomplir quelque chose, comme informer, demander, promettre, ou ordonner.

Exemple: Je te promets de venir. L'intention ici est de rassurer l'interlocuteur et de s'engager à une future action.

2.3 Actes de langage

Inspirée par les théories de John Searle et John Austin, Kerbrat-Orecchioni a approfondi l'analyse des actes de langage, qui sont des actions accomplies via le langage. Ces actes sont classés en différents types :

- Assertifs : Déclarations qui décrivent le monde, comme Il pleut.

- Directifs : Tentatives de faire agir quelqu'un, comme Ferme la porte.
- Commissifs : Engagements à faire quelque chose, comme Je vais le faire demain.
- Expressifs: Expressions d'attitudes ou de sentiments, comme Je suis désolé.
- Déclaratifs : Actes qui changent le monde par leur énonciation, comme Je vous déclare mari et femme.

2.4. Implicatures conversationnelles

Kerbrat-Orecchioni a également étudié les implicatures, c'est-à-dire les significations implicites ou sous-entendues des énoncés. Ces implicatures dépendent des principes de coopération et des maximes conversationnelles formulées par Paul Grice, telles que la quantité, la qualité, la pertinence et la manière.

Exemple : Il n'y a plus de pain. Sous-entendu, Quelqu'un doit aller en acheter.

2.5. Politesse linguistique

Un autre aspect central de la pragmatique étudiée par Kerbrat-Orecchioni est la politesse linguistique. Les stratégies de politesse sont utilisées pour atténuer les menaces potentielles à la face positive ou négative des interlocuteurs.

La face positive, c'est le désir d'être apprécié et approuvé. Par exemple, compliments ou expressions de solidarité.

La face négative, c'est le désir de ne pas être contraint ou imposé. Par exemple, formules de respect ou d'atténuation comme Excusez-moi de vous déranger, mais...

4. La communication non verbale

La communication non verbale est un aspect essentiel de l'interaction humaine, utilisant des signes qui ne passent pas par le langage parlé ou écrit. Elle intègre divers modes de transmission, chacun jouant un rôle crucial dans la transmission des émotions, des intentions, et des informations contextuelles.

3.1. Signes visuels

Les signes visuels incluent des éléments comme les expressions faciales, le contact visuel, et les mouvements du corps. Ces signes sont fondamentaux pour la

communication interpersonnelle et peuvent transmettre une vaste gamme d'émotions et d'intentions sans avoir besoin de mots.

4.2. Expressions faciales

Les expressions faciales sont parmi les signes visuels les plus puissants. Elles peuvent indiquer des émotions telles que la joie, la tristesse, la colère, ou la surprise. Par exemple, un sourire peut exprimer la satisfaction ou l'amitié, tandis qu'un froncement de sourcils peut signaler la confusion ou le mécontentement. Les travaux de Paul Ekman ont montré que certaines expressions faciales sont universelles et reconnaissables dans toutes les cultures.

4.3. Contact visuel

Le contact visuel joue un rôle significatif dans la régulation des interactions sociales. Il peut indiquer l'intérêt, l'attention, ou même l'hostilité. Un regard direct et prolongé peut signaler la confiance ou la confrontation, tandis qu'un contact visuel évité peut indiquer la gêne ou la soumission.

4.4. Mouvements des Mains et du Corps

Les gestes et les mouvements du corps (kinésiques) complètent souvent la communication verbale. Par exemple, un geste de la main pour saluer ou dire au revoir, ou encore des mouvements de tête pour montrer l'accord ou le désaccord, enrichissent le discours verbal et facilitent la compréhension. Les théories de Birdwhistell sur la kinésique soulignent l'importance de ces mouvements dans la communication.

4.5. Signes Auditifs

Les signes auditifs, bien que souvent associés à la communication verbale, jouent un rôle important dans la manière dont les messages sont reçus et interprétés.

4.6. Intonation

L'intonation, ou la variation du ton de la voix, peut changer la signification d'une phrase. Une déclaration peut sembler être une question si l'intonation monte à la fin. Par exemple, Tu viens ce soir dit sur un ton neutre est une question, tandis que Tu viens ce soir dit avec une intonation descendante peut être une affirmation ou une demande.

4.7.Volume

Le volume de la voix peut également transmettre des émotions. Parler à voix basse peut indiquer la confidentialité ou la timidité, tandis qu'une voix forte peut indiquer la colère ou l'enthousiasme.

4.8.Vitesse de la Parole

La vitesse à laquelle quelqu'un parle peut influencer la perception du message. Une parole rapide peut indiquer l'excitation ou l'anxiété, tandis qu'une parole lente peut suggérer la réflexion ou la fatigue.

4.9.Proxémie

La proxémie, ou la distance physique entre les interlocuteurs, est une dimension essentielle de la communication non verbale étudiée par Edward T. Hall. Elle concerne la manière dont les individus utilisent l'espace pour communiquer et peut varier selon les cultures.

La distance intime: Entre 0 et 45 cm. Utilisée pour les interactions personnelles et affectives. Une distance intime implique souvent un niveau élevé de confort et de confiance.

La distance personnelle : Entre 45 cm et 1,2 mètre. Utilisée pour les conversations entre amis ou collègues proches. Cette distance permet un équilibre entre proximité et espace personnel.

La distance sociale : Entre 1,2 et 3,6 mètres. Utilisée pour les interactions formelles ou professionnelles. Cette distance est courante lors de réunions d'affaires ou dans des environnements publics.

La distance publique : Plus de 3,6 mètres. Utilisée pour les discours publics ou les interactions avec des groupes plus larges. Cette distance assure une séparation suffisante pour que l'orateur puisse s'adresser à un grand nombre de personnes.

La communication non verbale enrichit et parfois même dépasse la communication verbale en transmettant des nuances et des émotions complexes. En intégrant les signes visuels, auditifs, kinésiques et proxémiques, les individus peuvent mieux exprimer et interpréter les messages dans divers contextes sociaux. La

compréhension de ces signes non verbaux est essentielle pour une communication efficace et une interaction sociale harmonieuse.

Exercices et applications sémiologiques

Exercice 1 :

- Sélectionnez une publicité, une affiche ou une image issue d'un média visuel.
- Identifiez les éléments visuels et linguistiques présents (couleurs, formes, typographie, slogan, images).
- Analysez comment ces éléments interagissent pour produire du sens.

Exercice 2 :

- Comparez deux logos de marques concurrentes (ex. : Coca-Cola vs. Pepsi, Apple vs. Samsung).
- Décrivez les différences de design (formes, couleurs, police).
- Expliquez comment chaque marque utilise son identité visuelle pour influencer la perception du public.

Exercice 3 :

- Observez une scène de film ou une bande dessinée.
- Analysez les choix de cadrage et d'angle de prise de vue (gros plan, contre-plongée, plan large).
- Expliquez l'effet produit par ces choix sur la narration et l'émotion du spectateur.

Exercice 4 :

- Sélectionnez une couleur dominante utilisée dans un film, une publicité ou un site web.
- Analysez la signification culturelle de cette couleur et son impact psychologique sur le spectateur.
- Expliquez si son interprétation varie selon les contextes.

Chapitre 4 : Analyse des Systèmes de Signes et Communication Visuelle

I. Introduction à la Sémiologie du Cinéma

1. Définition de la sémiologie du cinéma

La sémiologie du cinéma est une branche de la sémiologie générale qui étudie les signes et les systèmes de signes au sein du langage cinématographique. Elle se concentre sur la manière dont les films communiquent des significations et des émotions à travers des éléments visuels et sonores. Contrairement à la linguistique, qui se focalise sur le langage verbal, la sémiologie du cinéma analyse les images, les sons, le montage, les cadrages, et d'autres techniques cinématographiques comme des signes porteurs de sens.

2. Importance de la Sémiologie dans l'Étude du Cinéma

La sémiologie est essentielle pour comprendre le cinéma au-delà de la simple narration. Elle permet de :

- Décoder les messages cachés : Les films utilisent des signes pour transmettre des messages implicites. La sémiologie aide à identifier et interpréter ces signes.
- Analyser la structure narrative : Elle fournit des outils pour analyser comment les éléments visuels et sonores contribuent à la narration et au développement des personnages.
- Comprendre l'impact émotionnel : Les choix de mise en scène, de montage et de bande sonore influencent fortement l'expérience émotionnelle du spectateur. La sémiologie aide à comprendre comment ces choix sont faits pour manipuler les émotions.
- Étudier les conventions et les codes : Chaque genre cinématographique utilise des conventions spécifiques. La sémiologie aide à identifier ces codes et à comprendre comment ils fonctionnent.
- Critique et interprétation : Elle offre un cadre méthodologique pour critiquer et interpréter les films, en allant au-delà des aspects purement esthétiques pour explorer les significations profondes et les implications socioculturelles.

3. Les pionniers de la sémiologie cinématographique

3.1. Christian Metz (1931-1993)

Christian Metz est l'un des théoriciens les plus influents de la sémiologie du cinéma. Il a appliqué les concepts de la sémiologie linguistique au cinéma, notamment

dans son ouvrage majeur, *Le Signifiant imaginaire* (1977). Metz a introduit des notions clés telles que :

- Le grand syntagmatique ; une classification des différents types de séquences filmées qui composent un film.
- Le cinéma comme langage ; bien que le cinéma ne soit pas un langage au sens strict, Metz a montré comment il utilise des signes de manière systématique pour créer du sens.

3.2. Roland Barthes (1915-1980)

Roland Barthes, bien que principalement connu pour ses travaux en sémiologie et en critique littéraire, a également apporté des contributions significatives à l'analyse du cinéma. Dans ses écrits, il a souvent abordé la manière dont les films peuvent être décryptés comme des systèmes de signes. Ses concepts de connotation et dénotation sont particulièrement pertinents pour comprendre les niveaux de signification dans les images cinématographiques.

3.3. Umberto Eco (1932-2016)

Umberto Eco, sémiologue et romancier italien, a exploré la sémiotique des médias de masse, y compris le cinéma. Dans *La structure absente* (1968), Eco examine comment les signes sont utilisés pour construire des narrations complexes dans les films. Il a également abordé la notion de codes culturels et de conventions narratives dans le cinéma, soulignant l'importance du contexte culturel pour l'interprétation des signes cinématographiques.

4. Les Signes dans le Langage Cinématographique

4.1. Signes Visuels

Les signes visuels sont les éléments visuels utilisés dans le cinéma pour transmettre des significations et des émotions. Ils incluent :

• Plans

- Gros plan (Close-Up) : Utilisé pour montrer des détails précis, souvent des visages, pour transmettre des émotions intenses et des nuances subtiles.
- Plan moyen (Medium Shot) : Cadre les personnages de la taille à la tête, permettant de voir leurs expressions tout en incluant une partie du décor.

- Plan d'ensemble (Long Shot) : Montre une vue large d'une scène ou d'un paysage, situant les personnages dans leur environnement et fournissant un contexte spatial.

• Cadrages

- Cadrage Serré : Renforce l'intensité émotionnelle ou la tension en limitant l'espace visible autour des personnages.
- Cadrage Large : Donne un sentiment de liberté ou d'isolement, en fonction de l'espace visible autour des personnages.
- Mouvements de Caméra
- Travelling : Mouvement de caméra suivant une ligne droite ou courbe pour accompagner un personnage ou révéler un espace.

• Zoom

C'est le changement de la longueur focale pour rapprocher ou éloigner un sujet sans déplacer la caméra.

• Panoramique (Pan)

C'est la rotation de la caméra sur son axe horizontal ou vertical pour balayer une scène.

• Éclairages

- Éclairage Clé (Key Lighting) : La principale source de lumière qui définit la lumière et l'ombre sur les sujets principaux.
- Éclairage d'Ambiance (Ambient Lighting) : Éclaire uniformément la scène, créant une atmosphère générale.
- Contre-jour (Backlighting) : Éclaire le sujet par derrière, créant des silhouettes ou des effets de halo.

• Couleurs

- Symbolisme des Couleurs

Utilisation de couleurs spécifiques pour évoquer des émotions ou des thèmes. Par exemple, le rouge peut signifier la passion ou le danger, tandis que le bleu peut suggérer la tranquillité ou la mélancolie.

- Palette de Couleurs

La sélection des couleurs utilisées dans un film pour maintenir une cohérence visuelle et thématique.

• Décors et Costumes

- Décors : Situent l'action dans un espace-temps précis, reflétant souvent l'état psychologique des personnages.
- Costumes : Indiquent le statut social, l'époque, la profession des personnages, et peuvent signaler leur évolution ou leur état émotionnel.

• Signes Sonores

Les signes sonores sont essentiels pour compléter et enrichir l'expérience visuelle. Ils incluent :

- Dialogue
- Contenu et delivery : Les mots prononcés et la manière dont ils sont dits peuvent révéler les intentions, les émotions et les relations entre les personnages.
- Musique
- Leitmotiv : Un thème musical récurrent associé à un personnage, un lieu ou une situation.
- Musique Diégétique vs. Extra-diégétique : La musique diégétique fait partie de l'univers du film (entendue par les personnages), tandis que la musique extra-diégétique est destinée aux spectateurs.
- Effets Sonores
- Ambiances Sonores : Bruits de fond créant une impression d'espace et de réalité.
- Effets Spéciaux : Sons amplifiés ou ajoutés pour dramatiser certaines actions.

Silence

- Effet de Silence : Peut être utilisé pour accentuer une scène dramatique, créer une tension ou permettre aux spectateurs de se concentrer sur des détails visuels spécifiques.

• Montage

Le montage est le processus d'assemblage des différentes prises et séquences d'un film pour créer une narration cohérente et rythmiquement engageante.

- **Séquençage des Plans**
- Ordre Narratif : L'arrangement des plans pour raconter une histoire de manière logique et engageante.
- Raccords : Assurer des transitions fluides entre les plans pour maintenir la cohérence temporelle et spatiale.

- **Rythme**
- Pacing : Le tempo du montage, influençant l'énergie et le ton du film. Des coupes rapides peuvent augmenter l'intensité, tandis que des coupes lentes peuvent créer de la tension ou une atmosphère contemplative.
- **Continuité**
- Continuité temporelle et spatiale : Maintenir une cohérence dans la progression des événements et l'organisation spatiale.
- Jump cuts : Des coupes soudaines dans la continuité temporelle pour un effet stylistique ou pour attirer l'attention sur le montage lui-même.
- **Ellipses**
- Temporalité : Sauter des périodes de temps non pertinentes pour la narration.
- Suspense et Surprise : Omettre certaines actions intermédiaires pour créer des effets de surprise ou de suspense.

II. Sémiologie et Culture Populaire

La sémiologie, en tant qu'étude des signes et des systèmes de signes, offre un outil précieux pour analyser et comprendre les multiples facettes de la culture populaire. En explorant les signes présents dans des domaines variés comme la musique, la mode et les jeux vidéo, ainsi qu'en étudiant les sous-cultures et les phénomènes culturels contemporains, la sémiologie permet de dévoiler les significations cachées et les dynamiques sociales sous-jacentes.

1. Les signes dans la musique, la mode, et les jeux vidéo

1.1. Musique

La musique est un domaine riche en signes, non seulement à travers les paroles des chansons, mais aussi par les éléments sonores et visuels qui l'accompagnent.

1.1.1. Paroles

Les paroles des chansons utilisent des métaphores, des symboles et des références culturelles pour véhiculer des messages et des émotions. Par exemple, dans la chanson *Imagine* de John Lennon, les paroles évoquent des idéaux de paix et d'unité mondiale à travers des images poétiques.

1.1.2. Sonorité

Les instruments, les mélodies, et les rythmes constituent des signes sonores qui peuvent évoquer des atmosphères spécifiques, des époques ou des genres culturels. Par exemple, le son de la guitare électrique est souvent associé au rock et à la rébellion.

1.1.3. Visuels

Les clips musicaux et les performances live ajoutent une dimension visuelle à la musique, utilisant des costumes, des décors, et des effets spéciaux pour renforcer le message de la chanson. Par exemple, les tenues extravagantes de Lady Gaga dans ses vidéos musicales contribuent à son image de créativité et de non-conformisme.

1.2. Mode

La mode est un autre domaine où les signes jouent un rôle crucial dans la communication d'identités, de statuts et de valeurs culturelles.

1.2.1. Vêtements et accessoires

Chaque vêtement ou accessoire peut être considéré comme un signe qui communique des informations sur le style, l'appartenance sociale et les goûts personnels. Par exemple, un costume formel peut signaler le professionnalisme et l'autorité, tandis que des vêtements décontractés peuvent indiquer une attitude détendue et informelle.

1.2.2. Marques et logos

Les logos et les marques sont des signes puissants qui véhiculent des valeurs de statut, de qualité et de tendance. Porter des vêtements de marques prestigieuses peut signaler un certain niveau de richesse et de goût.

1.2.3. Sous-cultures de mode

Des groupes spécifiques adoptent des styles particuliers pour se distinguer et exprimer leur identité. Par exemple, les punks utilisent des éléments visuels comme les piercings, les crêtes colorées et les vêtements déchirés pour symboliser la rébellion et le rejet des normes conventionnelles.

1.3. Jeux Vidéo

Les jeux vidéo sont des environnements immersifs où les signes visuels, sonores et interactifs se combinent pour créer des expériences riches et complexes.

1.3.1. Graphismes

Les personnages, les décors et les interfaces graphiques sont des signes qui communiquent des aspects essentiels de l'univers du jeu. Par exemple, les couleurs sombres et les décors gothiques dans les jeux de type survival horror créent une atmosphère de peur et de tension.

1.3.2. Musique et effets sonores

La bande sonore et les effets sonores contribuent à l'ambiance et à l'immersion. Un thème musical héroïque peut renforcer le sentiment d'accomplissement, tandis que des sons effrayants peuvent intensifier le suspense.

1.3.3. Mécaniques de Jeu

Les règles et les systèmes de jeu sont des signes interactifs qui guident les comportements des joueurs et influencent leur expérience. Par exemple, la collecte d'objets rares peut symboliser le progrès et la compétence.

2. Étude des sous-cultures et des signes spécifiques

Les sous-cultures sont des groupes distincts au sein de la société qui adoptent des signes spécifiques pour se différencier et exprimer leur identité collective.

2.1. Signes de Sous-culture

Les sous-cultures utilisent des signes particuliers comme les vêtements, la musique, le langage et les comportements pour se définir. Par exemple, les gothiques adoptent souvent des vêtements noirs, un maquillage sombre et une esthétique inspirée du romantisme et de l'horreur.

2.2. Identité et Appartenance

Les signes spécifiques permettent aux membres de la sous-culture de se reconnaître et de renforcer leur sentiment d'appartenance. Les tatouages, les piercings, et les coiffures peuvent être des marqueurs d'identité au sein de groupes tels que les bikers ou les skaters.

3. Analyse des phénomènes culturels contemporains

La sémiologie permet également d'analyser les phénomènes culturels contemporains en décryptant les signes et les messages véhiculés par les médias, la publicité, et les mouvements sociaux.

3.1. Médias et Publicité

Les médias utilisent des signes visuels et verbaux pour influencer les perceptions et les comportements. Par exemple, les campagnes publicitaires utilisent des images idéalisées et des slogans accrocheurs pour créer des désirs et promouvoir des produits.

3.2. Mouvements Sociaux

Les signes visuels et symboliques sont souvent utilisés dans les mouvements sociaux pour communiquer des messages et mobiliser les gens. Par exemple, les drapeaux, les slogans et les gestes de solidarité comme le poing levé sont des signes puissants dans les manifestations pour les droits civiques ou les mouvements écologistes.

La sémiologie offre un cadre analytique pour comprendre comment les signes dans la culture populaire communiquent des significations complexes et influencent nos perceptions et nos comportements. En étudiant les signes dans des domaines tels que la musique, la mode et les jeux vidéo, ainsi que les sous-cultures et les phénomènes culturels contemporains, nous pouvons mieux apprécier la richesse et la diversité des pratiques culturelles modernes.

III. Sémiologie et Publicité

1. Les Signes dans la Publicité

La publicité est un domaine riche en signes, utilisés de manière stratégique pour influencer les perceptions et les comportements des consommateurs. Les signes dans la publicité incluent des images, des textes, des sons et des symboles, qui travaillent ensemble pour créer des messages persuasifs.

1.1. Techniques de Persuasion et de Manipulation par les Signes

Les techniques de persuasion et de manipulation dans la publicité reposent largement sur l'utilisation efficace des signes. Les publicitaires manipulent les signes pour évoquer des émotions, construire des identités de marque et inciter à l'action. Par exemple, les couleurs vives peuvent être utilisées pour attirer l'attention et évoquer des sentiments de bonheur et d'énergie, tandis que des images de célébrités peuvent renforcer la crédibilité et le désir.

1.2. Étude de Campagnes Publicitaires

Analyser des campagnes publicitaires permet de comprendre comment les signes sont utilisés pour atteindre des objectifs spécifiques. Une campagne réussie combine des éléments visuels et auditifs de manière cohérente pour transmettre un message clair et convaincant.

2. Théoriciens de la Sémiologie de la Publicité

2.1. Jonathan Bignell

Jonathan Bignell est un spécialiste des études médiatiques et de la communication visuelle. Dans son livre *Media Semiotics: An Introduction* (2002), Bignell explore comment les médias, y compris la publicité, utilisent les signes pour créer des significations et influencer les publics. Il analyse les mécanismes par lesquels les signes médiatiques façonnent la perception et les comportements des consommateurs.

2.2. David Machin

David Machin est un chercheur en linguistique et en communication visuelle. Ses travaux sur la sémiotique multimodale et l'analyse critique du discours sont particulièrement pertinents pour la publicité. Son livre *Introduction to Multimodal Analysis* (2007) offre des outils pour analyser les textes multimodaux, y compris les

publicités, en se concentrant sur les images, les sons et les textes et leur interaction pour créer des messages complexes.

2.3. Gunther Kress et Theo van Leeuwen

Gunther Kress et Theo van Leeuwen ont contribué de manière significative à la sémiotique sociale et à l'analyse multimodale. Leur ouvrage *Reading Images: The Grammar of Visual Design* (1996) propose une méthodologie pour analyser les images et leur signification dans les contextes médiatiques et publicitaires. Ils montrent comment la composition visuelle et les choix stylistiques influencent la réception des messages publicitaires.

2.4. Marcel Danesi

Marcel Danesi est un sémioticien et linguiste dont les écrits sur la publicité et les médias offrent des perspectives clés sur l'utilisation des signes. Dans son livre *Messages, Signs, and Meanings: A Basic Textbook in Semiotics and Communication* (2004), il explore comment les signes et les symboles sont utilisés dans la publicité pour transmettre des messages et influencer les consommateurs, en mettant l'accent sur les processus de signification et d'interprétation.

3. Application Pratique : Études de Cas

3.1. Campagne Publicitaire d'une Marque de Luxe

Pour illustrer l'analyse des signes dans la publicité, prenons l'exemple d'une campagne pour une marque de luxe comme Chanel. Les signes visuels peuvent inclure des images de célébrités bien habillées, des décors somptueux et des couleurs riches, symbolisant l'élégance et le prestige. Les signes sonores peuvent inclure une musique classique ou contemporaine sophistiquée, renforçant l'image de la marque.

3.2. Campagne de Santé Publique

Dans une campagne de santé publique visant à encourager la vaccination, les signes visuels pourraient inclure des images de familles heureuses et en bonne santé, des professionnels de la santé, et des symboles médicaux. Les signes auditifs pourraient inclure des témoignages personnels et des explications rassurantes de médecins, visant à construire la confiance et la crédibilité.

La sémiologie de la publicité, enrichie par les travaux de théoriciens comme Jonathan Bignell, David Machin, Gunther Kress et Theo van Leeuwen, et Marcel Danesi, offre un cadre analytique pour comprendre comment les signes sont utilisés pour persuader et manipuler. En étudiant des campagnes publicitaires spécifiques, nous pouvons décoder les messages cachés et les stratégies sous-jacentes, nous permettant de devenir des consommateurs plus critiques et avertis.

Exercices et applications sémiologiques

Exercice 1 :

- Visionnez une scène de film ou une publicité sans le son.
- Décrivez les signes visuels (gestes, expressions faciales, éclairage).
- Analysez comment ces éléments transmettent un message sans dialogue.

Exercice 2 :

- Sélectionnez un mème Internet populaire.
- Identifiez son origine et son premier sens.
- Analysez comment il a évolué à travers ses détournements et réutilisations sur les réseaux sociaux.

Exercice 3 :

- Étudiez la mise en scène d'une célébrité dans un clip musical ou une publicité.
- Identifiez les signes qui construisent son image (tenue, posture, décor, couleurs).
- Expliquez comment ces signes participent à la création d'une identité médiatique.

Exercice 4 :

- Choisissez un spot publicitaire télévisé ou une bande-annonce de film.
- Identifiez les éléments sonores (musique, voix-off, bruitages).
- Expliquez comment ces éléments influencent l'interprétation.

Chapitre 5 : Sémiologie et Médias : Du Cinéma à la Culture Populaire

I. Sémiologie et Identité

1. Les signes et la construction de l'identité

Les signes jouent un rôle central dans la construction de l'identité, à la fois au niveau individuel et social. Les individus utilisent des signes, tels que le langage, les vêtements, les comportements et les symboles culturels, pour exprimer qui ils sont et comment ils se situent dans le monde. De plus, les groupes sociaux utilisent également des signes pour définir et catégoriser les identités collectives, créant ainsi des normes et des stéréotypes qui influencent la perception de soi et des autres.

2. Analyse des signes dans les discours sur le genre, l'ethnicité et la classe sociale

Dans les discours sur le genre, l'ethnicité et la classe sociale, les signes jouent un rôle crucial dans la construction et la négociation des identités. Par exemple, dans les représentations médiatiques, les signes visuels et linguistiques sont utilisés pour véhiculer des idées sur ce que signifie être un homme ou une femme, appartenir à une certaine ethnie ou classe sociale. Ces représentations peuvent renforcer des normes sociales existantes ou remettre en question les conventions établies, influençant ainsi les perceptions et les attitudes à l'égard de divers groupes identitaires.

3. Théoriciens de la Sémiologie de l'Identité

3.1. Stuart Hall

Stuart Hall, un théoricien culturel britannique, a contribué de manière significative à l'étude de l'identité et de la sémiotique. Dans ses travaux sur la représentation des minorités ethniques dans les médias, Hall explore comment les signes culturels sont utilisés pour construire des identités raciales et ethniques. Il met en lumière les processus de codage et de décodage des messages médiatiques, soulignant comment les significations sont négociées et contestées dans différents contextes sociaux.

3.2. Judith Butler

Judith Butler, une philosophe et théoricienne queer, propose une analyse critique des signes de genre et de sexualité. Dans ses écrits, tels que *Trouble dans le Genre* (1990), Butler examine comment les normes de genre sont construites et perpétuées à travers des performances et des actes de langage. Elle remet en question les catégories binaires

traditionnelles de masculinité et de féminité, mettant en lumière leur caractère performatif et fluide.

3.3. Michel Foucault

Michel Foucault, un philosophe français, offre des perspectives sur la manière dont le pouvoir et le savoir influencent la construction des identités sociales. Dans des ouvrages comme *Surveiller et Punir* (1975), Foucault explore comment les institutions sociales, telles que la prison et l'école, régulent les comportements et façonnent les identités des individus. Il met en lumière les mécanismes de contrôle et de normalisation qui opèrent à travers les signes et les discours.

3.4. Bell Hooks

Bell Hooks, une auteure féministe noire, examine les intersections de la race, du genre et de la classe sociale dans la construction de l'identité. Dans des œuvres telles que *Ain't I a Woman: Black Women and Feminism* (1981), Hooks analyse comment les signes culturels et les représentations médiatiques contribuent à la reproduction des hiérarchies de pouvoir et à l'oppression des femmes noires. Elle appelle à une prise de conscience critique des signes de l'oppression et à la résistance contre les normes dominantes.

4. La sémiotique du corps et des gestes : un langage silencieux

La communication humaine ne repose pas uniquement sur les mots : les gestes, les postures, les expressions faciales et le contact visuel sont autant de signes non verbaux qui véhiculent du sens.

La sémiotique du corps analyse la manière dont les gestes et expressions fonctionnent comme des signes sociaux et culturels, participant à la construction du sens dans l'interaction humaine. Selon Ray Birdwhistell, l'un des pionniers de la kinésique (étude des gestes), plus de 65 % de la communication humaine est non verbale (*Kinesics and Context*, 1970). Cette part varie selon les cultures et les situations, mais elle montre que le corps est un système sémiotique en lui-même.

4.1. Les types de signes corporels et leur interprétation

Comme tout système sémiotique, les gestes et expressions peuvent être classés selon les catégories de Peirce : icônes, indices et symboles.

-
- Les icônes corporels : la ressemblance avec une idée ou une action

Un icône corporel est un geste qui imite directement ce qu'il signifie. Exemples :

- Mimer un téléphone 📞 avec la main pour indiquer qu'on va appeler quelqu'un.
- Faire semblant de boire 🍷 pour suggérer qu'on a soif.
- Gestes dans le mime et le théâtre : l'acteur représente une action sans l'accomplir réellement.

Ces gestes fonctionnent comme des illustrations visuelles d'une idée. Ils sont souvent universels, car leur compréhension repose sur une ressemblance directe avec l'action réelle.

- Les indices corporels : des signes naturels du corps

Un indice corporel est un signal involontaire qui révèle un état émotionnel ou physiologique. Exemples :

- Rougir 😊 → Indice de gêne ou d'émotion.
- Sourcils froncés ☹ → Indice de confusion ou d'agacement.
- Accélération du rythme cardiaque ❤ → Indice de stress ou d'excitation.

Contrairement aux icônes, ces signes ne sont pas intentionnels : ils sont le résultat d'un état physique ou psychologique. Leur interprétation dépend souvent du contexte et de la culture.

- Les symboles corporels : des gestes codifiés par convention


Un symbole corporel est un geste dont la signification est apprise socialement. Exemples:

- Pouce levé 👍 → Symbole de validation (mais peut signifier autre chose dans certaines cultures).
- Signe de la paix 🕊 → Symbole culturel du pacifisme, popularisé par les mouvements des années 1960.
- Révérence ou salut militaire → Codifiés dans certaines traditions et professions.

Ces signes sont arbitraires et culturels, tout comme les mots du langage. Par exemple, hocher la tête signifie oui dans la plupart des cultures occidentales, mais signifie non en Bulgarie et en Inde.

4.2. La communication gestuelle et les différences culturelles

Edward T. Hall, spécialiste de la communication non verbale, distingue plusieurs zones culturelles de gestuelle et de proxémie (distance sociale entre individus) (The Silent Language, 1959). Exemples de différences culturelles dans les gestes :

- En France et en Italie, les gestes sont souvent expressifs et accompagnent le discours.
- Au Japon, la communication gestuelle est plus discrète, et l'inclinaison du corps (ojigi) remplace souvent les salutations verbales.
- Aux États-Unis, faire un signe OK  est positif, mais au Brésil ou en Turquie, c'est une insulte.


La signification d'un geste n'est jamais universelle. Elle dépend du contexte socio-culturel, ce qui fait du corps un véritable système de signes contextualisé.

5. La sémiotique du corps dans les médias et la publicité

Les gestes et expressions corporelles sont exploités stratégiquement dans la publicité, le cinéma et la communication politique.

- Dans le cinéma :


Les réalisateurs utilisent des gestes iconiques ou symboliques pour renforcer la narration.

Exemple : La posture de super-héros  (pieds écartés, mains sur les hanches) → Symbole de confiance et de puissance (Batman, Wonder Woman).

Expression de surprise 😊 en gros plan → Focalisation sur l'émotion du personnage.

- Dans la publicité :

Les gestes et postures des mannequins influencent la perception du produit.

Exemple : Publicité pour une voiture de luxe  → Le modèle adopte une posture détendue mais confiante, renforçant l'idée de prestige.

- En communication politique :

Les hommes politiques maîtrisent leurs gestes symboliques pour transmettre du charisme et de l'autorité.

Exemple : Poing levé ✊ dans un discours → Symbole de détermination et de lutte.

L'analyse de ces stratégies par la sémiotique permet de comprendre comment les marques et les médias utilisent le langage corporel pour influencer le public.

Le corps est un véritable langage parallèle, qui peut renforcer, contredire ou compléter le discours verbal. Comprendre la sémiotique du corps, c'est donc mieux décrypter les interactions humaines, que ce soit dans le quotidien, les médias ou les relations internationales. Comme le résume David McNeill, spécialiste des gestes et du langage : Le langage verbal et le langage corporel ne sont pas séparés : ils sont des parties intégrantes du même système de communication (Hand and Mind, 1992).

5. Application pratique : Études de cas

5.1. Représentations de genre dans la publicité

Une étude de cas pourrait porter sur l'analyse des représentations de genre dans les publicités de produits de beauté. Les signes visuels et linguistiques utilisés pour promouvoir les normes de beauté féminine et masculine peuvent être décryptés pour comprendre comment ils contribuent à la construction des identités de genre et à la perpétuation des stéréotypes.

5.2. Représentations ethniques dans les médias

Une autre étude de cas pourrait examiner les représentations ethniques dans les films hollywoodiens. En analysant les signes visuels, les discours et les caractérisations des personnages, il est possible de mettre en lumière les stéréotypes raciaux et les constructions de l'identité ethnique véhiculés par ces productions médiatiques.

La sémiologie de l'identité, enrichie par les travaux de théoriciens comme Stuart Hall, Judith Butler, Michel Foucault et Bell Hooks, offre un cadre conceptuel pour comprendre.

II. Sémiologie et politique

Dans le domaine de la sémiologie politique, l'accent est mis sur l'étude des signes, symboles et messages utilisés dans le discours politique pour influencer les opinions, les attitudes et les comportements des individus.. Cette branche de la sémiologie examine comment les politiciens, les partis politiques et les mouvements sociaux utilisent différents moyens de communication pour transmettre leurs idées et leurs objectifs.

1. Les signes dans le discours politique

Les politiciens utilisent une variété de signes et de symboles pour communiquer leurs idées, leurs valeurs et leurs intentions. Cela peut inclure des symboles visuels tels que des logos de parti, des drapeaux nationaux, des emblèmes ou des slogans, ainsi que des symboles verbaux tels que des discours, des déclarations officielles ou des tweets. Des sémiologues comme Roland Barthes et Umberto Eco ont analysé la manière dont ces signes sont construits et interprétés dans le contexte politique.

1.1. Analyse des symboles et des messages politiques

La sémiologie politique s'intéresse également à la signification des symboles politiques et des messages véhiculés par les discours et les campagnes politiques. Par exemple, un drapeau national peut être un symbole puissant de patriotisme et d'unité nationale, tandis qu'un slogan politique peut être conçu pour mobiliser les électeurs autour de certaines idées ou valeurs. Des sémiologues comme Ferdinand de Saussure et Charles Sanders Peirce ont exploré les concepts de signification et de symbolisme qui sont pertinents pour l'analyse des messages politiques.

Ferdinand de Saussure, souvent considéré comme le père de la linguistique moderne, a développé la théorie du signe linguistique. Selon Saussure, le signe est composé de deux parties indissociables : le signifiant, qui est la forme perceptive du signe (par exemple, les mots prononcés ou écrits), et le signifié, qui est le concept ou l'idée associée au signifiant. Cette relation arbitraire entre le signifiant et le signifié est au cœur de la sémiologie de Saussure. Dans le contexte politique, cette théorie peut être appliquée pour analyser comment les mots et les discours politiques sont utilisés pour véhiculer des idées et des idéologies. Par exemple, l'utilisation de certains termes ou slogans peut être chargée de connotations politiques spécifiques, influençant ainsi la perception du public.

Charles Sanders Peirce, quant à lui, a développé une approche triadique du signe, dans laquelle il distingue trois composantes : le représentamen (ou signifiant), l'objet (ou signifié) et l'interprétant. Pour Peirce, un signe est plus qu'une simple relation entre un signifiant et un signifié ; il implique également un processus d'interprétation ou d'interprétant qui donne du sens à la relation entre le signifiant et le signifié. Cette approche permet une analyse plus complexe des signes et de leur fonctionnement. Dans le contexte politique, la sémiologie de Peirce peut être utilisée pour examiner comment les symboles et les discours politiques sont interprétés par différents groupes sociaux, et comment ces interprétations peuvent varier en fonction du contexte et de l'expérience individuelle

1.2. Les techniques de persuasion et de manipulation

La sémiologie politique examine également les stratégies utilisées par les politiciens et les partis politiques pour persuader et influencer les électeurs. Cela peut inclure des techniques de persuasion rhétorique, des campagnes de propagande et des discours qui visent à susciter des émotions ou des réactions spécifiques chez le public. Des sémiologues comme Jacques Derrida et Michel Foucault ont examiné les dimensions politiques du langage et du discours, mettant en lumière les relations de pouvoir et les enjeux de domination qui sont souvent présents dans la communication politique.

Derrida, avec son approche déconstructiviste, a remis en question les idées traditionnelles sur le langage et le discours. Il a souligné la manière dont le langage est intrinsèquement lié au pouvoir et à la domination, et comment les structures linguistiques peuvent servir à maintenir des hiérarchies sociales et politiques. Pour Derrida, le langage n'est pas transparent ou neutre, mais plutôt chargé de significations cachées et de contradictions. Dans le contexte politique, cela signifie que les discours politiques peuvent être façonnés par des agendas cachés et des intérêts de pouvoir qui peuvent ne pas être immédiatement évidents pour le public. Sa déconstruction des discours politiques a permis de révéler les mécanismes de manipulation et de contrôle qui peuvent être à l'œuvre dans la communication politique.

Michel Foucault, quant à lui, s'est intéressé aux relations de pouvoir et aux dynamiques de pouvoir dans la société. Dans ses travaux sur la biopolitique et la gouvernementalité, Foucault a examiné comment le langage et le discours sont utilisés pour exercer le pouvoir et réguler la conduite des individus. Il a montré comment les

institutions et les discours politiques contribuent à façonner les normes sociales et à maintenir des structures de pouvoir inégales. Dans le contexte politique, Foucault a mis en lumière les stratégies de contrôle et de régulation qui sont intégrées dans les discours politiques et les pratiques gouvernementales. Son analyse a montré que la politique est souvent moins une question de principes idéologiques que de tactiques de pouvoir et de contrôle social

En combinant les outils analytiques de la sémiologie avec une compréhension des dynamiques politiques et sociales, la sémiologie politique offre un cadre théorique pour étudier la manière dont les signes et les symboles sont utilisés pour façonner la politique, mobiliser les électeurs et influencer les décisions politiques.

Analyse des symboles et des messages politiques : Cette analyse consiste à examiner en profondeur les symboles et les messages utilisés dans le discours politique afin de déchiffrer leurs significations cachées et leurs implications. Par exemple, un slogan politique peut sembler simple à première vue, mais il peut véhiculer des valeurs, des idéologies et des promesses spécifiques qui doivent être décryptées et analysées.

1.3. Études de cas : discours politiques et propagande

L'étude des discours politiques et de la propagande offre des exemples concrets pour illustrer les concepts théoriques de la sémiologie politique. Les étudiants peuvent analyser des discours de leaders politiques, des campagnes électorales, des affiches de propagande et des messages médiatiques pour comprendre comment les signes sont utilisés pour persuader, mobiliser ou manipuler l'opinion publique.

En somme, la sémiologie politique offre un cadre analytique pour étudier les différentes dimensions du discours politique, en mettant en lumière les stratégies de communication et les tactiques de persuasion utilisées dans les arènes politiques nationales et internationales

Exercices et applications sémiologiques

Exercice 1 :

- Sélectionnez une publicité ou une couverture de magazine.
- Analysez comment elle représente le genre, l'ethnicité ou la classe sociale.
- Identifiez les stéréotypes éventuels et proposez une alternative plus inclusive.

Exercice 2 :

- Observez une interaction sociale dans un film ou une série.
- Identifiez les signes non verbaux utilisés (gestes, proxémique, expressions).
- Expliquez comment ces signes influencent la perception du spectateur sur les rapports de pouvoir.

Exercice 3 :

- Étudiez l'évolution de la représentation d'un groupe social dans un média (cinéma, publicité, bande dessinée).
- Comparez une œuvre ancienne et une œuvre récente.
- Analysez les changements et expliquez comment ils reflètent les évolutions sociétales.

Exercice 4 :

- Prenez un extrait de discours politique ou publicitaire.
- Identifiez les mots et images utilisés pour renforcer une identité collective.
- Analysez comment ces signes influencent la perception du public.

Chapitre 6 : Sémiologie et Enjeux Numériques

I. Sémiologie et numérique

La sémiologie numérique explore les signes et les symboles présents dans les médias numériques et les plateformes de réseaux sociaux, ainsi que leur impact sur la communication et la culture contemporaines. Cette discipline s'intéresse à la manière dont les nouvelles technologies transforment la production, la diffusion et la réception des messages, en introduisant de nouveaux signes et en modifiant les modes de communication traditionnels.

1. Les émojis

Les emojis sont de petits symboles graphiques qui représentent une gamme d'émotions, d'objets et de concepts. Sur les plateformes de messagerie et de médias sociaux, les emojis sont largement utilisés pour enrichir les conversations textuelles et ajouter de l'expressivité aux messages. Ils permettent aux utilisateurs de communiquer des émotions telles que la joie, la tristesse, la colère, ainsi que des actions, des objets et des situations de manière rapide et concise. En cela, les emojis sont devenus un langage visuel universel qui transcende les barrières linguistiques et culturelles, permettant une communication plus efficace et intuitive sur Internet.

De même, les mèmes et les hashtags sont des formes de signes qui jouent un rôle important dans la construction de l'identité en ligne et dans la création de communautés virtuelles. Les mèmes sont des éléments culturels, tels que des images, des vidéos ou des phrases, qui se propagent rapidement sur Internet et sont souvent associés à un humour spécifique ou à des références culturelles. Les hashtags, quant à eux, sont des mots ou des phrases précédés du symbole # qui sont utilisés pour catégoriser et organiser le contenu sur les réseaux sociaux. Ils permettent aux utilisateurs de découvrir du contenu pertinent, de participer à des conversations en ligne et de s'engager dans des mouvements ou des événements en ligne.

L'analyse des emojis, des mèmes et d'autres formes de communication numérique nécessite une compréhension approfondie de leur contexte culturel et de leurs connotations. Ces signes peuvent avoir des significations différentes selon les communautés en ligne et les contextes d'utilisation, et leur interprétation peut varier en fonction des normes sociales et des codes culturels.

2. L'impact de la technologie sur la sémiologie

L'impact de la technologie sur la sémiologie est un sujet fascinant qui soulève des questions sur la manière dont les signes sont créés, interprétés et utilisés dans un environnement numérique en constante évolution. Les avancées technologiques telles que l'intelligence artificielle (IA), la réalité augmentée (RA) et la réalité virtuelle (RV) ont profondément transformé la nature même des signes et leur interaction avec les individus.

Prenons l'exemple des filtres de réalité augmentée sur les plateformes de médias sociaux. Ces filtres permettent aux utilisateurs de modifier leur apparence, d'ajouter des éléments virtuels à leurs photos et vidéos, et même de transformer leur environnement en temps réel. En modifiant la manière dont les utilisateurs se présentent et interagissent sur les réseaux sociaux, ces filtres introduisent de nouveaux signes visuels dans la communication en ligne. Les effets spéciaux, les animations et les éléments virtuels ajoutés par ces filtres deviennent des signes qui transmettent des messages sur l'identité, l'expression créative et la perception de la réalité.

De plus, l'intelligence artificielle joue un rôle croissant dans la création et la diffusion de contenus en ligne. Les algorithmes d'IA analysent les données des utilisateurs pour personnaliser les recommandations de contenu, ce qui influe sur les types de signes auxquels les individus sont exposés. De même, les chatbots et les assistants virtuels utilisent des signes verbaux et visuels pour communiquer avec les utilisateurs, offrant ainsi de nouvelles formes d'interaction basées sur des signes numériques.

La réalité virtuelle offre également de nouvelles possibilités pour la création de signes et la construction de significations. En plongeant les utilisateurs dans des environnements virtuels immersifs, la RV permet de créer des expériences sensorielles riches en signes visuels, sonores et kinesthésiques. Ces environnements virtuels deviennent des espaces de communication où les signes sont utilisés pour raconter des histoires, transmettre des émotions et créer des expériences interactives.

3. La sémiotique du numérique : entre interactivité et transformation du sens

L'essor du numérique a radicalement transformé la manière dont les signes sont produits, perçus et interprétés. Contrairement aux médias traditionnels, où les signes sont principalement **fixes et linéaires** (texte écrit, image imprimée, film monté), le numérique

introduit une **dimension interactive et évolutive** dans le processus sémiotique. Les changements fondamentaux sont :

- **Les signes deviennent interactifs** : L'utilisateur n'est plus un simple récepteur, il participe activement à la circulation et à la modification des signes.
- **L'hypertextualité modifie la lecture du sens** : Contrairement à un texte classique, où le sens est linéaire, les contenus numériques (sites web, médias sociaux, plateformes de streaming) proposent un **parcours de lecture non linéaire**, influencé par les choix de navigation de l'utilisateur.
- **Les algorithmes influencent la visibilité des signes** : Ce qui est montré ou caché sur Internet n'est pas neutre. Les moteurs de recherche, les recommandations YouTube ou TikTok orientent la perception du monde en filtrant les signes accessibles à chacun.

3.1. Du texte fixe à l'image interactive : une nouvelle relation au signe

Dans l'univers numérique, les signes sont en perpétuelle transformation. À la différence d'un livre imprimé, un post sur un réseau social peut être modifié, commenté, détourné, ce qui complexifie son interprétation. Par exemple : L'évolutivité d'un tweet/X. Un tweet initial peut avoir un sens neutre, mais dès qu'il est retweeté avec un commentaire ironique ou détourné avec une image, son interprétation peut totalement changer. Le signifié d'un signe numérique est donc toujours en mouvement, dépendant du contexte d'énonciation et de réception.

La sémiotique traditionnelle ne suffit plus pour analyser ces signes dynamiques. Il faut désormais intégrer une analyse des interactions et des reconfigurations en temps réel.

3.2. Algorithmes et structuration du sens : le rôle invisible des machines

Comment les algorithmes modifient-ils notre perception des signes ? Les algorithmes de recommandation et de filtrage ont un impact direct sur la sémiotique du numérique, car ils décident quels signes sont visibles et dans quel ordre.

Cas d'études, comme YouTube et les bulles de filtre

Lorsqu'un utilisateur regarde une vidéo sur un sujet donné, l'algorithme va lui proposer

du contenu similaire, créant une bulle de filtre où il ne voit plus que certains types de signes et d'idées.

Ce n'est plus l'auteur d'un message qui contrôle totalement sa diffusion, mais les plateformes numériques elles-mêmes.

- La signification d'un message dépend donc autant du contenu que du contexte algorithmique dans lequel il est diffusé.

→ Conséquence sémiotique : Ce n'est pas seulement ce qui est dit qui est important, mais aussi ce qui est mis en avant ou censuré par les algorithmes.

4. Intelligence artificielle et production de signes autonomes

L'intelligence artificielle (IA) pose une nouvelle question sémiotique : peut-elle produire du sens ?

Les IA génératives (ChatGPT, DALL·E, Midjourney) sont-elles des créateurs de signes ?

Contrairement à un écrivain ou un peintre, une IA ne crée pas ses propres signes par intentionnalité, mais par analyse statistique de données préexistantes. Exemple : ChatGPT et la production textuelle

- ChatGPT ne comprend pas les phrases qu'il produit, il se base sur des probabilités linguistiques.
- Pourtant, un utilisateur humain attribue une intention et un sens aux réponses générées.
- Cela modifie la relation sémiotique traditionnelle, où le signe était toujours relié à une intention humaine identifiable.

→ En conséquence sémiotique, il faut désormais analyser non seulement les signes eux-mêmes, mais aussi les processus de génération algorithmique qui influencent leur production.

5. Vers une sémiotique de l'interaction : les jeux vidéo et les mondes virtuels

Pourquoi les jeux vidéo sont une révolution sémiotique ? Contrairement aux films ou aux livres, où l'histoire est fixe, le jeu vidéo est un univers sémiotique interactif, où le joueur modifie lui-même le récit et la signification des signes.

Cas d'étude, GTA et la sémiotique du monde urbain

- Dans Grand Theft Auto (GTA), les villes sont remplies de signes culturels et politiques (graffitis, panneaux publicitaires, personnages secondaires).
- Le joueur navigue à travers ces signes, créant sa propre expérience du jeu.
- Chaque action entreprise dans l'univers numérique modifie la façon dont le joueur interprète la ville fictive.

Implication sémiotique :

- Le sens ne se construit plus seulement dans un rapport d'émetteur-récepteur.
- Le joueur devient co-créateur de sens, rendant la signification ouverte et non linéaire.

→ La sémiotique du numérique doit donc intégrer l'idée d'interactivité et de participation dans l'analyse des signes.

En conclusion , nous pouvons dire que :

- Les signes numériques sont interactifs et évolutifs → Ils changent selon le contexte et l'usage.
 - Les algorithmes influencent ce qui est perçu → Ils orientent la signification des signes en sélectionnant leur diffusion.
 - L'IA génère du texte et des images sans intentionnalité → Cela modifie la relation traditionnelle entre signe et producteur de signe.
 - Les jeux vidéo et la réalité virtuelle réinventent la production du sens → L'utilisateur devient un acteur du processus sémiotique. Citation de Lev Manovich pour résumer ces mutations :
-

◆ *Le numérique transforme non seulement la forme des médias, mais aussi la manière dont nous interagissons avec eux (The Language of New Media, 2001*

Exercices et applications sémiologiques

Exercice 1 :

- Sélectionnez trois emojis couramment utilisés.
- Analysez leur signification dans différents contextes et cultures.
- Expliquez comment leur interprétation peut varier selon la plateforme utilisée (Apple, Android, Twitter).

Exercice 2 :

- Recherchez un sujet d'actualité sur Google et YouTube.
- Comparez les résultats obtenus avec ceux d'un camarade.
- Analysez comment les algorithmes influencent votre perception de l'information.

Exercice 3 :

- Étudiez un jeu vidéo ou une application mobile.
- Identifiez les signes interactifs utilisés (icônes, couleurs, sons, animations).
- Expliquez comment ces éléments structurent l'expérience utilisateur et influencent les décisions du joueur.


Exercice 4 :

- Sélectionnez un mème ou une tendance virale sur les réseaux sociaux.
- Analysez les signes visuels et textuels qui rendent ce contenu engageant.
- Expliquez comment il se propage et évolue dans le temps

Solutions des exercices et applications

Chapitre 1 : Introduction à la Sémiologie et ses Fondements

Exercice 1 – Analyser des signes de l’environnement quotidien

1. Panneau STOP 
 - Signifiant : Forme octogonale rouge avec le mot STOP.
 - Signifié : Obligation de s’arrêter.
 - Type de signe : Symbole (conventionnel, car il faut l’apprendre pour le comprendre).
2. Fumée qui sort d’une cheminée
 - Signifiant : Nuage blanc s’élevant dans l’air.
 - Signifié : Présence d’un feu ou d’une activité de chauffage.
 - Type de signe : Indice (relation de cause à effet).
3. Pictogramme d’un ascenseur
 - Signifiant : Une image représentant un homme dans une cabine avec des flèches vers le haut et le bas.
 - Signifié : Indique l’emplacement d’un ascenseur.
 - Type de signe : Icône (ressemblance avec la réalité).

Exercice 2 – Différence entre sémiologie et sémiotique

- Sémiologie (Saussure) : Étudie les systèmes de signes structurés, notamment le langage. Elle analyse les relations entre les signes dans un système donné.
- Sémiotique (Peirce) : Science plus large qui étudie tous les types de signes, y compris visuels et non linguistiques. Elle repose sur une interprétation dynamique basée sur trois catégories : icône, indice, symbole.

Exemple d’application des deux approches :

-
- Signe analysé : Un feu tricolore 


- Approche sémiologique (Saussure) : Le feu est un système de signes organisé où chaque couleur a un sens défini en opposition aux autres (vert = avancer, rouge = s'arrêter).
- Approche sémiotique (Peirce) :
 - Icône → Les cercles colorés ressemblent à des lumières visibles.
 - Indice → La lumière rouge indique qu'un conducteur doit s'arrêter.
 - Symbole → L'association rouge = stop est une convention culturelle.

Exercice 3 – Analyser les signes dans une scène quotidienne

Scène choisie : Un étudiant assiste à un cours magistral.

1. Signe 1 : L'enseignant qui parle et écrit au tableau
 - Fonction : Transmission de l'information.
 - Nature : Culturel (dans certaines cultures, l'enseignement se fait différemment, par exemple à l'oral uniquement).
2. Signe 2 : Un étudiant prend des notes
 - Fonction : Mémorisation et appropriation du savoir.
 - Nature : Culturel (prendre des notes est une pratique apprise dans le cadre académique).
3. Signe 3 : Un élève lève la main pour poser une question
 - Fonction : Demande d'interaction avec l'enseignant.
 - Nature : Culturel (dans certaines cultures, parler sans lever la main est accepté).

Exercice 4 – Étudier des signes polysémiques

1. Le mot bague
 - Interprétation 1 : Dans un contexte romantique, une bague est un symbole d'engagement (fiançailles, mariage .

- Interprétation 2 : Dans un contexte sportif, une bague peut désigner un trophée (bague de champion NBA 🏆).
- 2. Le geste du pouce levé 👍
 - Interprétation 1 : En Occident, ce signe signifie accord ou bien joué.
 - Interprétation 2 : En Iran et en Grèce, ce geste peut être perçu comme offensant.
- 3. L'emoji 😂 (rire aux larmes)
 - Interprétation 1 : Sert à exprimer une blague ou une réaction humoristique.
 - Interprétation 2 : Sur certaines plateformes (Twitter, TikTok), il peut être utilisé de manière sarcastique pour se moquer d'une situation

Chapitre 2 : Approches Sémiotiques et Sémiologiques (Saussure, Peirce, Barthes, Eco)

Exercice 1 – Analyser un mot selon Saussure

Mot choisi : Lune

- Signifiant : Le son /lyn/ ou les lettres L-U-N-E.
- Signifié : L'image mentale d'un astre rond et lumineux dans le ciel nocturne.
- Arbitraire du signe :
 - La relation entre signifiant et signifié est conventionnelle : en anglais, on dit moon, en espagnol luna.
 - Il n'y a aucun lien naturel entre la forme sonore lune et l'objet qu'elle désigne.
- ◆ Conclusion : Le langage repose sur des conventions partagées au sein d'une communauté linguistique.

Exercice 2 – Classer des signes selon Peirce

- Icône : Une photographie d'un chat 🐱 (ressemblance directe avec l'animal réel).
- Indice : Une empreinte de pneu 🚗 sur le sol (montre qu'une voiture est passée).

- Symbole : Le drapeau olympique (les anneaux n'ont pas de lien naturel avec le sport, leur signification est culturelle).
- ◆ Conclusion : Les icônes sont basés sur la ressemblance, les indices sur un lien physique, et les symboles sur des conventions sociales.

Exercice 3 – Analyser une publicité selon Barthes

- Publicité choisie : Une montre Rolex ⌚
- Dénotation : Une montre dorée affichant l'heure sur un poignet.
- Connotation : Élégance, réussite sociale, statut élitiste.
- Mythe moderne : Rolex ne vend pas seulement une montre, mais une image de prestige et de pouvoir.
- ◆ Conclusion : Comme l'explique Barthes, les objets du quotidien peuvent devenir des signes idéologiques véhiculant un message caché.

Exercice 4 – Identifier la fonction du langage selon Jakobson

- Phrase choisie : *Un café, s'il vous plaît.*
- Fonction dominante : Conative (destinée à influencer le destinataire, ici le serveur).
- ◆ Autres exemples :
 - *Je suis triste.* → Expressive (exprime une émotion).
 - *L'eau bout à 100°C.* → Référentielle (informe sur un fait).
 - *Liberté, égalité, fraternité.* → Poétique (rythme et style marqués).
- ◆ Conclusion : Chaque phrase a une fonction dominante, mais peut en combiner plusieurs.

Chapitre 3 : Analyse des Systèmes de Signes et Communication Visuelle

Exercice 1 – Analyser une publicité

- Éléments visuels : Une publicité pour un parfum peut inclure une femme en robe noire, un flacon doré et un arrière-plan luxueux.
- Éléments linguistiques : Un slogan comme *L'élégance intemporelle.*

- Interaction des éléments : Les couleurs foncées et l'or suggèrent le luxe, tandis que le texte renforce une idée d'exclusivité.
 ◆ Conclusion : L'ensemble des signes vise à positionner le parfum comme un produit de prestige.

Exercice 2 – Comparer deux logos

- Exemple : Apple vs. Samsung.
 - Apple : Logo minimaliste monochrome, évoque la simplicité et l'innovation.
 - Samsung : Typographie arrondie et bleue, suggère une approche plus technologique et accessible.
 - ◆ Conclusion : Chaque marque construit une identité différente via ses choix graphiques.

Exercice 3 – Analyser un cadrage dans un film

- Exemple : Un gros plan sur un visage accentue l'émotion d'un personnage, tandis qu'une plongée peut montrer sa vulnérabilité.
 ◆ Conclusion : Le cadrage influence la manière dont le spectateur perçoit la scène et les émotions des personnages.

Exercice 4 – Analyser la symbolique des couleurs

- Exemple : Le rouge dans une publicité de fast-food stimule l'appétit, tandis que le bleu dans une banque inspire la confiance.
 ◆ Conclusion : Les couleurs sont des signes culturels influençant inconsciemment les décisions du public.

Chapitre 4 : Sémiologie et Médias – Du Cinéma à la Culture Populaire

Exercice 1 – Analyser une scène sans le son

-
- Un acteur aux sourcils froncés et à la bouche entrouverte suggère la colère ou la surprise.

◆ Conclusion : Même sans parole, les signes corporels transmettent un message clair.

Exercice 2 – Analyser un mème Internet

- Exemple : Le mème *Distracted Boyfriend* (un homme regarde une autre femme sous les yeux de sa copine).
 - Évolution : Initialement humoristique, il est devenu un symbole du dilemme et du changement de préférence.
- ◆ Conclusion : Les mèmes évoluent et se réapproprient selon les contextes.

Exercice 3 – Image médiatique d’une célébrité

- Beyoncé dans une publicité de parfum → tenue dorée, posture droite, regard intense.
- ◆ Conclusion : Ces choix visuels renforcent son image de diva puissante et élégante.

Exercice 4 – Analyse des sons dans un spot publicitaire

- Une musique rapide et entraînante dans une publicité de sport stimule l’énergie du spectateur.
- ◆ Conclusion : Le son joue un rôle clé dans la perception du message publicitaire

Chapitre 5 : Sémiologie et Identité – Genre, Ethnicité, Classe Sociale

Exercice 1 – Analyser les stéréotypes dans une publicité

- Une publicité où une femme est montrée en train de cuisiner tandis qu’un homme regarde la télévision perpétue un stéréotype de genre.
- ◆ Solution alternative : Montrer un couple partageant équitablement les tâches domestiques.

•

Exercice 2 – Analyse des signes non verbaux dans une interaction sociale

- Dans une série TV, un personnage qui croise les bras et évite le regard montre une attitude défensive.
✦ Conclusion : Les signes non verbaux sont essentiels pour comprendre les rapports sociaux.

Exercice 3 – Évolution des représentations sociales


- Dans les films des années 50, les personnages féminins étaient souvent relégués à des rôles secondaires. Aujourd'hui, des figures comme Wonder Woman incarnent des héroïnes fortes et indépendantes.
✦ Conclusion : L'évolution des représentations reflète les changements sociétaux.

Exercice 4 – Analyse d'un discours identitaire

- Un discours politique qui insiste sur *nous, le peuple* cherche à renforcer une identité collective.
✦ Conclusion : Le langage est un outil puissant pour créer un sentiment d'appartenance.

Chapitre 6 : Sémiologie et Enjeux Numériques

Exercice 1 – Étudier la polysémie des emojis

-  peut signifier *merci* au Japon, mais *prière* dans d'autres cultures.
✦ Conclusion : Le sens des emojis dépend du contexte culturel.

Exercice 2 – Étudier les algorithmes et les bulles de filtres

- Deux personnes cherchant *élections présidentielles* sur Google obtiennent des résultats différents en fonction de leur historique de navigation.
✦ Solution : Multiplier les sources d'information pour éviter l'enfermement algorithmique.

Exercice 3 – Analyser les signes interactifs dans un jeu vidéo

- Les couleurs rouges et les vibrations de la manette dans un jeu de tir signalent un danger imminent.
- ◆ Conclusion : L'interactivité modifie la manière dont les signes sont perçus et interprétés.

Exercice 4 – Étudier la viralité d'un mème ou d'une tendance sur les réseaux sociaux

- Un challenge TikTok devient viral parce qu'il est facilement reproductible et ludique.
- ◆ **Conclusion** : La simplicité et l'appropriation par les utilisateurs favorisent la propagation d'un signe numérique

Références bibliographiques

Atkin, Albert. "Peirce's Theory of Signs." In *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*, edited by Edward N. Zalta, Summer 2013. Metaphysics Research Lab, Stanford University, 2013. <https://plato.stanford.edu/archives/sum2013/entries/peirce-semiotics/>.

Boyer, Henri. *Introduction à la sociolinguistique*. Les topos : Psychologie. Paris: Dunod, 2001.

Calvet, Louis-Jean. *La sociolinguistique*. Paris: Presses universitaires de France, 2015.

Chabanne, Jean-Charles. "Verbal, Paraverbal et Non-Verbal Dans l'interaction Verbale Humoristique." In *Approches Du Discours Comique*, edited by J. M. Defays et L. Rosier, 35–53. Philosophie et Langage. Mardaga, 1999. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00921934>.

Charaudeau, Patrick. *Langage et discours: éléments de sémiolinguistique ; (théorie et pratique)*.

Langue, linguistique, communication. Paris: Hachette, 1983.

Charles Sanders Peirce : La Sémiotique / Signo - Théories Sémiotiques Appliquées." Accessed February 4, 2021. <http://www.signosemio.com/peirce/semiotique.asp#:~:text=Une%20th%C3%A9orie%20pragmatique%2C%20c'est,son%20action%20sur%20l'interpr%C3%A8te>.

Courtés, Joseph. *La sémiotique du langage*. Paris: Armand Colin, 2011.

Encyclopedia Britannica. "Deconstruction | Definition, Philosophy, Theory, Examples, & Facts." Accessed February 23, 2021. <https://www.britannica.com/topic/deconstruction>.

Fisette, Jean. "Peirce et Saussure : Regards Croisés et Lectures En Boucles." *Recherches Sémiotiques*

34, no. 1-2–3 (July 28, 2016): 229–55. <https://doi.org/10.7202/1037155ar>.

Gillet, Claude. "Des Dangers de l'abus Du Schéma Jakobsonien Sur La Communication." *Études de Communication*, no. 2 (March 1, 1983): 4–7. <https://doi.org/10.4000/edc.3322>.

Hénault, Anne. "Image et texte au regard de la sémiotique." *Le français aujourd'hui* n° 161, no. 2 (2008): 11–20.

Jacques Derrida : Déconstruction et Différance / Signo - Théories Sémiotiques Appliquées." Accessed February 23, 2021. <http://www.signosemio.com/derrida/deconstruction-et-differance.asp#:~:text=%C2%AB%20La%20d%C3%A9construction%20d%C3%A9signe%20l%27ensemble,1>.

Encyclopedia Britannica. "Julia Kristeva | French Author." Accessed February 23, 2021. <https://www.britannica.com/biography/Julia-Kristeva>.

Julia Kristeva : La Sémanalyse. L'engendrement de La Formule / Signo - Théories Sémiotiques Appliquées." Accessed February 23, 2021. <http://www.signosemio.com/kristeva/semanalyse.asp#:~:text=L%27expression%20%C2%AB%20e%20engendrement%20de%20la,de%20suivre%20pas%20%C3%A0%20pas>.

Khettab, Sid Ahmed. "How Has Teun Van Dijk Come to Discourse and Knowledge?," 2019. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.14158.28485>.

———. "The Evolution of Science: The Kuhn Cycle," 2020. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.13398.06727>.

Maingueneau, Dominique. *Analyser les textes de communication*. Nouv. éd. rev. et augm. ICOM Série Discours et communication. Paris: Colin, 2012.

———. *Discours et analyse du discours: une introduction*. ICOM Série "Discours et communication." Paris: Armand Colin, 2014.

———. *Les termes clés de l'analyse du discours*. Mémo Lettres 20. Paris: Seuil, 1996.

Moeschler, Jacques, and Antoine Auchlin. *Introduction à la linguistique contemporaine*. 3. ed.

Collection cursus Linguistique. Paris: Colin, 2009.

Morris, Charles W. "The History of Semiotics." In *Signs, Language, and Behavior*. New York: G. Braziller, 1946.

Peter, Wunderli. "Ferdinand de Saussure: La Sémiologie et Les Sémiologies." *signosemio*, n.d. <http://www.signosemio.com/saussure/s%C3%A9miologie.pdf>.

Posner, Roland. "Post-Modernism, Post-Structuralism, Post-Semiotics? Sign Theory at the Fin de Siècle." *Semiotica* 2011, no. 183 (January 2011). <https://doi.org/10.1515/semi.2011.002>.

Rühl, Marco. "1. Sémiologie et Linguistique : Les Bases Jetées Par Ferdinand de Saussure." In *Linguistique Pour Germanistes : Une Tentative de Médiation Entre La Tradition Française et La Tradition Allemande de l'étude de La Langue Allemande*, 19–33. Hors Collection. Lyon: ENS Éditions, 2014. <http://books.openedition.org/enseditions/1655>.

Sarfati, Georges Elia. *Eléments d'analyse du discours*. 128 Linguistique 156. Paris: Colin, 2005. Saussure, Ferdinand de, Charles Bally, and Tullio De Mauro. *Cours de linguistique générale*. Éd. critique, [Nachdr. der Ausg. 1916]. Grande bibliothèque Payot. Paris: Payot, 2005.

Oxford Reference. "Semanalysis." Accessed February 23, 2021. <https://doi.org/10.1093/oi/authority.20110803100453802>.

Encyclopedia Britannica. "Semiotics | Definition, Theory, Examples, & Facts." Accessed February 23, 2021. <https://www.britannica.com/science/semiotics>.

"Semiotics for Beginners: Signs." Accessed February 1, 2021. <http://visual-memory.co.uk/daniel/Documents/S4B/sem02.html>.

"SFU: Introduction to French Linguistics I." Accessed February 6, 2021. https://www.sfu.ca/fren270/semiologie/page2_7.html.

Siouffi, Gilles, and Dan Van Raemdonck. *100 fiches pour comprendre la linguistique: 1er cycle universitaire*. Paris: Bréal, 2012.

Steven Pinker: *Linguistics as a Window to Understanding the Brain* / Big Think. Accessed February 21, 2021. https://www.youtube.com/watch?v=Q-B_ONJIEcE.

“What Does Semiosis Mean?” Accessed February 4, 2021.
<https://www.definitions.net/definition/Semiosis>.

Yakin, Halina Sendera Mohd., and Andreas Totu. “The Semiotic Perspectives of Peirce and Saussure: A Brief Comparative Study.” *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 155 (November 2014): 4–8. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.10.247>.

———. “The Semiotic Perspectives of Peirce and Saussure: A Brief Comparative Study.” *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 155 (November 2014): 4–8. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.10.247>.