



Acta Semiotica

II, 3, 2022

DOI 10.23925/2763-700X.2022n3.58411

Petite rétrospective : Jean-Marie Floch, un sémioticien pour aujourd'hui

Préface à une anthologie des travaux de Jean-Marie Floch*

Jean-Paul Petitimberty

Ecole Supérieure de Commerce de Paris

La sémiotique, telle que Greimas la pensait, avait vocation à traiter de *tous* les langages, verbal bien sûr, mais aussi visuel, musical, gestuel, spatial, etc. C'est pourtant un fait que tout au long des années 1960-1980, tandis qu'il s'employait à construire dans cette optique une *théorie de la signification en général* — sous toutes ses formes —, la plupart des sémioticiens qui travaillaient à ses côtés se limitaient à un seul parmi tous les champs d'analyse possibles, à savoir l'étude des textes littéraires. Cela ne l'empêcha pourtant pas de prophétiser, dès les années 1970, que le champ d'intervention de la sémiotique s'étendrait bientôt très largement au-delà de la culture littéraire traditionnelle. Le présent recueil prouve qu'il avait raison.

L'œuvre de Jean-Marie Floch réalise en effet l'un des vœux les plus chers du « maître » : que la sémiotique mette, comme il disait, « la main à la pâte » et se montre efficace en « mordant sur le réel »¹. C'est exactement ce que font les textes ici réunis en traitant d'objets et de pratiques du monde d'aujourd'hui, et, à travers eux, de langages, pour l'essentiel non verbaux, aussi divers que ceux des logotypes d'entreprises, des typographies, des films, affiches ou annonces publicitaires, des marques commerciales, mais aussi de la haute couture, de la

* Préface pour un recueil de textes assemblés par Jean-Paul Petitimberty en collaboration avec N. Keršytė, G. Žemaitytė et P. Jevsejevas puis traduits en lithuanien : Jean-Marie Floch, *Prasmių meistravimas. Rin-kodaros, vizualumo ir dizaino semiotika* (Le bricolage du sens. Sémiotique du visuel, du marketing et du design). À paraître en 2022 aux Presses de l'Université de Vilnius.

1 A.J. Greimas, « Introduction », *Du sens II*, Paris, Seuil, 1983, p. 7.

gastronomie, de la photographie d'art ou encore de tels types de couteaux, de meubles de bureau ou d'automobiles, et même de trajets en métro. Leur auteur, Jean-Marie Floch (1947-2001), fidèle disciple de Greimas, apparaît ainsi comme l'une des figures majeures parmi ces pionniers qui, mus par la curiosité, partirent explorer des *terræ incognitæ* pour lesquelles les « sémioticiens de la terre ferme »² n'éprouvaient en général guère d'intérêt, et par suite n'avaient jamais cherché à forger les instruments d'analyse extratextuelle qui auraient permis de les aborder.

A l'époque, la sémiotique éprouvait grand peine à répondre à l'ambition qu'elle s'était elle-même assignée dès ses origines saussuriennes : la plupart des analyses portaient sur les seuls discours verbaux, tous genres confondus (romans, nouvelles, essais, articles scientifiques ou journalistiques, textes sacrés, textes de loi, etc.). Jean-Marie Floch, lui, malgré une formation universitaire en « lettres classiques » qui l'avait d'abord amené à enseigner la littérature française dans les classes de lycée, s'intéressait avant tout à l'image et aux « langages planaires », c'est-à-dire ceux dont le signifiant est bi-dimensionnel (dessin, peinture, photographie, publicité, affiche, bande dessinée, etc.). Chargé de l'atelier de *sémiotique visuelle* dans le cadre du « GRSL »³, entouré de son équipe d'étudiants et de thésards, il travaillait assidûment, à partir d'analyses concrètes, à la reconnaissance et à la définition d'une relation — encore problématique — entre le visible et l'intelligible. En sont peu à peu issues les bases de ce qu'on appelle aujourd'hui la *sémiotique plastique*.

Se démarquant fermement par rapport à la sémiologie de Roland Barthes, alors très en vogue, Floch faisait le pari qu'un accès direct à la signification visuelle est possible, sans passer par le repérage de figures du monde reconnaissables et nommables⁴. Sa démarche s'appuyait avant tout sur une observation à la fois intuitive, patiente et soutenue des images, qui laissait au regard le temps et la liberté de les investir en profondeur dans le but d'en dégager peu à peu ce qu'il appelait les « logiques du sensible », c'est-à-dire les structures immanentes (plastiques) qui, en-deçà des figures représentées et de leur manifestation, les soutiennent pour en assurer la signification. Il y aura consacré toute sa vie, comme en témoigne l'ouvrage posthume rédigé à partir des notes de travail qu'il avait accumulées au cours d'une vingtaine d'années sur *l'icône de La Trinité* d'Andrei Roublev, analyse qu'il n'a jamais pu achever alors qu'elle était à l'évidence d'une importance capitale à ses yeux⁵. Outre Andrei Roublev, parmi les peintres dont il a analysé certaines œuvres, citons Kandinsky, Cézanne, Toulouse-Lautrec,

2 Cf. J.-M. Floch, « Lettre aux sémioticiens de la terre ferme », *Actes Sémiotiques-Bulletin*, IX, 37, 1986.

3 Le Groupe de Recherches Sémio-Linguistiques, autrement dit « le séminaire de Greimas ». Autour du séminaire général, Greimas avait organisé une demi-douzaine d'« ateliers » qui, autour d'un responsable, regroupaient de petites équipes d'experts ou futurs experts en divers domaines (littérature, discours religieux, discours scientifique, sémiotique de l'espace, ethnosémiotique, socio-sémiotique, etc.).

4 Cf. J.-M. Floch, « À propos de *Rhétorique de l'image* de R. Barthes », *Bulletin* du GRSL, I, 4-5, 1978. On trouvera aussi une critique argumentée de la conception barthésienne de la photographie dans son introduction à *Les formes de l'empreinte* (Périgueux, Fanlac, 1986), reproduite dans ce recueil.

5 J.-M. Floch et J. Collin, *Lecture de la Trinité d'Andrei Roublev*, Paris, P.U.F., 2009.

Giacometti, Martin Barré, Frédéric Benrath, Jean Immendorff, et parmi les photographes, Robert Doisneau, Henri Cartier-Bresson, Alfred Stieglitz, Paul Strand, Bill Brandt et Édouard Boubat.

A lire ces quelques lignes, on pourrait croire que ce chercheur était une figure d'autorité solidement installée et reconnue par ses pairs dans le champ académique. Loin de là ! Floch était au contraire un « électron libre ». Bien qu'il ait obtenu un doctorat en Sciences Sociales avec une thèse dirigée par Greimas sur le rôle du contraste en photographie⁶ et qu'il ait dispensé pendant deux à trois décennies des cours dans plusieurs établissements prestigieux (notamment l'École Nationale Supérieure d'Architecture de Versailles, l'Institut d'Études Politiques de Paris (« Sciences-Po ») et l'ESSEC⁷), il n'a jamais occupé de poste d'enseignement dans une faculté, ni *a fortiori* appartenu à l'officialité universitaire. Il est vrai que, beaux-arts mis à part, ses centres d'intérêt étaient souvent assez peu « académiquement corrects » ! Il avait en particulier une passion pour la bande dessinée, à cette époque encore à peine considérée comme un art, ou dans le meilleur des cas comme un art mineur pour enfants et adolescents. Il n'en travailla pas moins sur ce terrain pendant de longues années, avant de publier, en 1997, en combinant ses talents de sémioticien visualiste, son goût pour l'alpinisme et son intérêt pour le neuvième art, une passionnante étude sur l'album d'Hergé consacré aux aventures de *Tintin au Tibet*⁸.

Or, outre un imposant travail de recherche, c'est à cet excentrique (au sens littéral du terme) qu'on doit l'invention ou le développement de nombreuses notions et problématiques aujourd'hui parmi les plus solidement établies en sémiotique visuelle, ou même de portée plus générale : la *figurativité profonde*, le *semi-symbolisme*, le principe d'*invariant plastique*, les sémiotiques *syncrétiques* (par exemple scripto-visuelles), l'extension de l'idée d'*axiologie* à l'*esthétique* des œuvres, l'intégration du *bricolage* comme forme de *praxis énonciative* : autant de concepts dont il a défini les contours ou poussé l'étude plus avant.

La créativité de ce chercheur hors pair était de plus heureusement servie par une écriture aux qualités rares dans le cercle des sémioticiens : une écriture alerte, limpide, pour ne pas dire transparente. Il s'est toujours voulu un auteur avant tout intelligible et n'a jamais cessé d'avoir le souci de son lecteur. Ses qualités de pédagogue étaient remarquables et d'ailleurs largement reconnues. Ses deux livres jusqu'aujourd'hui les plus utilisés, *Sémiotique, marketing et communication* et *Identités visuelles*⁹ ont été traduits en anglais et nombre de

6 *Problèmes de sémiotique plastique : étude de quelques contrastes en photographie*, Paris I Sorbonne, 1976.

7 L'École Supérieure des Sciences Économiques et Commerciales, « business school » célèbre en France. Ses cours étaient dispensés dans le cadre du MBA « Management du luxe » de la chaire LVMH (le groupe Louis Vuitton Moët Hennessy).

8 J.-M. Floch, *Une lecture de Tintin au Tibet*, Paris, P.U.F., 1997. Les amateurs de bande dessinée pourront aussi consulter son analyse d'une planche de Benjamin Rabier, « Un nid confortable », dans *Petites mythologies de l'œil et de l'esprit* (Paris-Amsterdam, Hadès-Benjamins, 1985) ou ses commentaires d'une courte planche de la série du *Baron Noir* par Yves Got, « Les moutons sont-ils complètement fermés à toute émotion esthétique ? » (*Cruzeiro semiotico*, 9, 1988).

9 *Sémiotique, marketing et communication. Sous les signes les stratégies*, Paris, P.U.F., 1990 ; *Identités visuelles*, Paris, P.U.F., 1995.

ses autres travaux l'ont été en portugais, en italien, en espagnol. Tout en étant très prisés par les chercheurs à raison de leur valeur heuristique, ils servent couramment comme de véritables manuels d'initiation à la sémiotique, non pas sous forme dogmatique mais à travers la pratique des analyses. Les études de cas, dont Floch montre les étapes successives, sont comme des illustrations des points théoriques qu'il prend patiemment le temps d'expliquer. Son premier livre concernant la sémiotique du marketing est même construit et mis en page de manière telle qu'il puisse être lu dans une alternance, visuellement signalée par un changement de typographie, entre les explications théoriques et le travail « pratique » de construction de l'objet.

*

Bien que Jean-Marie Floch ait été avant tout un grand « amateur » d'art, il était aussi un « professionnel » reconnu du marketing, un praticien de la sémiotique — d'une sémiotique opératoire — qui mettait son expertise au service des entreprises et des marques. Il a donc passé sa vie d'analyste à osciller entre d'un côté des réflexions et des études sur la peinture, la photographie, la bande dessinée ou le cinéma qui le passionnaient et représentaient sa véritable vocation, et d'un autre côté des études « pratiques », de sémiotique appliquée à la publicité, à la communication institutionnelle et au design d'objets, qui lui permettaient de gagner sa vie. Sa carrière avait commencé dans les années quatre-vingt chez IPSOS-Sémiotique, le département spécialisé qu'il avait fondé dans cette grande société d'enquêtes et d'études de marché, à la demande de ses dirigeants qui l'avaient convaincu de s'embarquer dans cette aventure. Elle s'était ensuite poursuivie dans les années quatre-vingt-dix dans des cabinets de conseil en design et identité graphique, chez Design Strategy d'abord, puis chez Creative Business International. C'est au cours de ces différentes expériences professionnelles qu'il a été amené à travailler sur de très nombreux « cas marketing ».

Parmi les secteurs qu'il a abordés au cours de sa trop courte carrière, on peut citer : la distribution, l'alimentation, les boissons (eaux minérales, alcools : bières, champagne, whisky), la beauté, l'habillement, l'automobile, les services (bancaires, informatiques, transports publics), les industries lourdes (nucléaire, pétrolière, sidérurgique), l'électronique, les produits pharmaceutiques, les médias (télévision, radio, affichage, presse quotidienne), mais aussi l'univers du luxe avec des marques aussi prestigieuses que Chanel, Calvin Klein, Ferragamo, Lancôme, Loewe, Yves Saint Laurent... La liste est longue. Il a donc diffusé la sémiotique au sein de ses nombreuses entreprises clientes. Mais comme il considérait de son devoir de faire partager son savoir et ses découvertes au plus grand nombre, il participait régulièrement à des rencontres professionnelles, comme les journées de l'IREP¹⁰ ou les colloques de l'ANVIE¹¹. C'est pourquoi une

¹⁰ Institut de Recherches et d'Études Publicitaires, Paris.

¹¹ Association Nationale pour la Valorisation Interdisciplinaire de la recherche en sciences de l'homme et de la société auprès des Entreprises, Paris.

anthologie de textes de lui serait incomplète si elle n'incluait pas quelques-uns de ses articles qui traitent de problématiques marchandes.

L'un des exemples de ce genre d'analyse est « *Êtes-vous arpenteur ou somnambule ?* ». C'est un travail de commande : il s'agit de la présentation des différentes étapes d'une étude réalisée par IPSOS pour la Régie Autonome des Transports Parisiens (RATP), dont l'objectif était de mieux connaître les clients pour mieux satisfaire leurs attentes de service et accroître ainsi le chiffre d'affaires. Au-delà de cet aspect purement commercial, c'est la méthode adoptée, mélange d'éthnographie, de sémiotique et d'entretiens avec des consommateurs, qui éveille dans un premier temps l'intérêt du lecteur. On y trouve aussi une présentation très pédagogique du carré sémiotique, à l'appui d'une typologie des voyageurs construite à partir de l'observation discrète de leurs trajets, typologie qui a ensuite servi de cadre de référence méthodologique pour le reste de l'étude. Aussi, le principal enseignement de ce travail réside-t-il dans le postulat que le trajet d'un voyageur peut être considéré comme un « texte » : il a une clôture ; en tant que procès il peut être séquencé et découpé en unités pertinentes ; et enfin on peut faire l'hypothèse qu'il est signifiant, qu'il possède un sens dont il s'agit de dégager le mode de production.

La désormais célèbre « axiologie de la consommation » — l'une des « trouvailles » les plus constamment réutilisées de Jean-Marie Floch — fait tout l'intérêt de son article intitulé « *"J'aime, j'aime, j'aime"...* » (titre de la chanson qui servait d'illustration musicale au film publicitaire de lancement d'une voiture Citroën, le modèle BX, en 1982). Si on peut parler ici de trouvaille, c'est parce que c'est ainsi qu'il l'a lui-même présentée — comme une trouvaille « bizarre », qui plus est — dans sa « Lettre aux sémioticiens de la terre ferme ». Il y apparaît cette découverte à un « objet qui aurait trouvé sa place dans les "Salons de curiosités" des honnêtes gens du XVIII^e siècle ». Malgré la bizarrerie de ce carré sémiotique, Floch l'a très souvent exploité : on le retrouve dans ses travaux sur la photographie, sur le logo Apple et aussi sur l'Opinel. Dans l'article consacré à la communication automobile, c'est sur un gros corpus d'annonces et d'affiches pour toutes sortes de marques et de modèles qu'il met son modèle à l'épreuve et montre en quoi les quatre valorisations mises en rapport permettent d'organiser un discours sectoriel particulièrement « touffu, divers et bariolé ».

« *Sémiotique et design. La scénographie du pouvoir dans le mobilier de haute direction* » est un bel exemple de travail sémiotique portant, comme le précédent, sur un corpus multiple et foisonnant¹². Mais ici ce n'est plus le discours publicitaire sur les produits que Floch analyse, c'est directement le discours des produits eux-mêmes. Ce texte est un véritable cas d'école de ce que la sémiotique dite professionnelle peut concrètement produire comme document de restitution à destination des commanditaires d'une étude. Il s'agit même d'une « pièce de collection » car il est entièrement extrait *verbatim* du rapport de présentation des résultats d'un travail réalisé pour le compte d'une grande entreprise spé-

¹² C'est le seul texte de ce recueil qui ne soit pas tiré d'un ouvrage de Floch. Il est paru dans la revue *Protée*, 21, 1, 1993.

cialisée dans la fabrication et la commercialisation de meubles. Écrit pour des non-sémioticiens, sa vertu hautement pédagogique n'échappera donc à personne. L'objectif prioritaire de l'étude consistait à structurer l'offre pléthorique du marché des bureaux de direction (présentée dans les catalogues ou exposée dans les « show-rooms » des marques), en fonction de leurs différents designs et de confronter ces discours non-verbaux à l'argumentation commerciale développée dans les textes d'accompagnement. La première originalité de ce travail tient à l'exploitation innovante du schéma narratif que Floch propose au travers de la « mise en carré » de ses deux dimensions fondamentales, l'une cognitive, l'autre pragmatique. La seconde, et non la moindre, tient au principe adopté, selon lequel l'univers du mobilier fonctionne comme un langage dans lequel chaque meuble est un énoncé susceptible d'être appréhendé selon les deux plans constitutifs de tout langage.

L'un des apports majeurs de l'œuvre de Floch à l'histoire de la sémiotique est de s'être attaché, comme on vient d'en voir un exemple, à montrer qu'on peut aborder les objets matériels concrets, les « choses », comme des « objets de sens » susceptibles d'être décrits selon les procédures rigoureuses que les sémioticiens se sont efforcés de dégager au fil de leurs analyses. Dans cette entreprise, il a fréquemment appuyé ses efforts de conceptualisation sur les travaux de théoriciens issus d'autres sciences humaines, en particulier ceux de Claude Lévi-Strauss. A cet égard, le titre de son premier livre, *Petites mythologies de l'œil et de l'esprit*¹³, est d'ailleurs riche d'allusions puisqu'il résulte d'une combinaison astucieuse entre le titre d'un ouvrage de Merleau-Ponty (*L'œil et l'esprit*) et une expression de Lévi-Strauss (« petite mythologie »¹⁴). Ce clin d'œil illustre parfaitement le souci constant qu'il avait de nourrir et de faire dialoguer la sémiotique, notamment visuelle, avec la phénoménologie, mais aussi avec l'anthropologie structurale.

Parmi les concepts lévi-straussiens, c'est sans doute celui de *bricolage* qui joue chez Floch le rôle essentiel. Ce concept est en tout cas au cœur de quatre parmi les chapitres de son livre paru aux P.U.F. en 1995, *Identités visuelles*. « *Le couteau du bricoleur : l'intelligence au bout de l'Opinel* » en fait partie. Si Floch s'intéresse à l'Opinel (marque patronymique devenue un nom commun), c'est qu'il s'agit d'un *outil* de bricolage : un Opinel est un canif — un couteau pliant, un couteau de poche. L'analyse porte sur les rapports entre la dimension visuelle de l'objet et les valeurs, notamment tactiles, exaltées par son usage mais surtout, elle fournit à l'auteur l'occasion de définir, d'une manière très générale, le bricolage comme « une forme de pensée et un mode particulier de contact entre soi et le monde », qui « témoigne, *in fine*, d'une certaine façon de vivre et d'être » : en d'autres termes, comme une *Weltanschauung*, assortie du style de vie correspondant. Afin de mieux cerner ce que recouvre le bricolage lévi-straussien, l'auteur oppose l'Opinel, « couteau du bricoleur », au couteau suisse, « couteau de l'ingénieur », pour en mettre au jour les logiques respectives. Aujourd'hui, on peut recon-

13 *Petites mythologies de l'œil et de l'esprit*, Paris-Amsterdam, Hadès-Benjamins, 1985.

14 Cl. Lévi-Strauss, *Le regard éloigné*, Paris, Plon, 1983, p. 200.

naître, dans la manière dont Floch développe cette opposition, les prémices des régimes de sens et d'interaction que sont l'ajustement (pour l'Opinel) et la programmation (pour le couteau suisse), tels que la socio-sémiotique les définira et les modélisera plus tard sous la conduite d'Eric Landowski¹⁵.

Au-delà de cette opposition, Floch s'attache également à montrer qu'en matière d'identité visuelle, le bricolage est un mode de construction du sens à part entière, qu'il assimile à une forme particulière de « praxis énonciative »¹⁶. A l'instar de cette praxis, le bricolage consiste à prendre pour « matériau » de départ des formes culturelles existantes et figées par l'usage (telles que les « expressions toutes faites », les archétypes ou les stéréotypes d'une culture donnée) puis à les reconfigurer en les déformant et en les combinant entre elles, pour en définitive innover et produire une signification inédite et, en retour, se doter soi-même d'une (nouvelle) identité. Autrement dit, en matière d'identité visuelle, le bricolage consiste à s'affirmer en faisant du neuf avec de l'ancien. Par ailleurs, outre qu'elles témoignent de l'inventivité et de la créativité de leur auteur, les œuvres bricolées traduisent, sous bien des aspects, un geste de contestation de sa part, contre la sédimentation, la fossilisation ou l'érosion du sens — en un mot, contre la *désémantisation*¹⁷. Sachant qu'une marque (aussi bien qu'une personne) tend, selon la formule bien connue, à « se poser en s'opposant », la production de son identité visuelle par bricolage constitue, comme Floch nous le montre, une façon de dénoncer et de refuser des conventions qui semblent aller-de-soi, de protester contre un ordre établi. Ainsi reconceptualisé, le bricolage dépasse donc, et de très loin, les sages et modestes travaux du « bricoleur du dimanche ». En fait, moyennant l'invention d'une esthétique propre, « bricoler » revient finalement à manifester une forme éthique de rébellion à la fois libératrice et novatrice¹⁸. C'est ce qu'illustre aussi, et avec une extrême précision, un autre essai, « *La voie des logos. Le face-à-face des logos IBM et Apple* », où Floch montre comment le logo à la pomme de la société Apple résulte d'une forme de bricolage protestataire contre l'hégémonie totalitaire de son concurrent IBM.

Dans l'étude intitulée « *L'Ève et la cistre. L'emblème aromatique de la cuisine de Michel Bras* » (consacrée à l'analyse du logo d'un chef cuisinier « étoilé »), le thème du bricolage n'est abordé que brièvement et seulement en conclusion. Mais ce chapitre est l'occasion pour Floch de « bricoler » lui-même, à son tour, en s'aventurant sur un terrain absolument nouveau, celui de la sémiotique gustative. La comparaison des qualités formelles du discours scripto-visuel tenu par

15 Cf. « Avoir prise, donner prise », *Actes Sémiotiques*, 112, 2009 (sur Floch et l'Opinel, I.1.3).

16 Sommairement définie, la praxis énonciative est le mode de production, la « mécanique », par laquelle un énonciateur produit un énoncé inédit : il puise les unités dont il a besoin dans les virtualités du système de la langue (paradigme), les actualise en les agençant à sa manière le long de l'axe du procès (syntagme) et les réalise sous forme de parole manifestée.

17 Une idée reprise des analyses de Cl. Lévi-Strauss, essentiellement développées dans le premier chapitre de *La pensée sauvage*, intitulé « La science du concret » (Paris, Plon, 1962).

18 Dans son essai sur l'annonce Waterman, « Deux jumeaux si différents, si semblables. L'identité selon Waterman » (*Identités visuelles, op. cit.*), Floch développe ces réflexions plus en détail, à la lumière des travaux sur l'identité narrative menés par Paul Ricœur (cf. *Soi-même comme un autre*, Paris, Seuil, 1990).

le logo avec celles du discours culinaire tenu par le chef (telles qu'en rendent compte les commentaires d'un critique gastronomique sur la dégustation d'un plat bien particulier), lui permet non seulement d'établir que si le logo est un métadiscours sur la cuisine du chef en question, en retour la cuisine qu'il propose (et spécialement le plat analysé) est bien un véritable langage, doté d'un plan de l'expression et d'un plan du contenu, mais aussi de montrer que le bricolage est une forme décidément très répandue de praxis énonciative puisqu'elle concerne (et peut renouveler) jusqu'aux pratiques culinaires.

Cette même praxis énonciative qu'est le bricolage, Floch la décrit et la théorise dans l'essai sur le total look de Chanel, « *La liberté et le maintien. Esthétique et éthique du total look de Chanel* ». Il y montre comment le bricolage, ce mode contestataire de production du sens, d'identité et même de style identitaire, s'applique avec la même force dans un domaine encore différent : celui de la haute couture. Il ressort de l'analyse que le discours vestimentaire de Chanel était à tout point de vue empreint de cette dimension de protestation, de nature éthique, afférente au bricolage, et qu'il s'enracinait dans le refus d'une certaine conception de la féminité et du vêtement féminin, conception d'autant plus critiquable qu'elle était promue essentiellement par deux hommes, deux « grands couturiers » de la génération précédente, Paul Poiret et Christian Dior...

Au fil de ces analyses de processus de « bricolage identitaire », l'une relative à Apple, l'autre à Chanel, Floch développe également une autre problématique fondamentale, dont il est aussi un pionnier, la problématique du *semi-symbolisme*. Les systèmes de sens de type semi-symbolique sont, on le sait, ceux où une catégorie de l'expression (par exemple une opposition plastique) et une catégorie du contenu (une opposition sémantique) peuvent être homologuées (se faire écho terme à terme)¹⁹. Un exemple très simple est celui des tympanes d'église représentant le jugement dernier où, de part et d'autre du Christ en majesté au centre de la composition, on fait figurer les élus d'un côté et les damnés de l'autre. À la catégorie spatiale *droite / gauche* correspond la catégorie sémantique *récompense / punition*. De tels systèmes, qui relèvent plus généralement de la *sémiotique poétique*, sont aussi un des lieux d'exercice de la « pensée mythique » qui, selon Floch — à la suite, là encore, de Claude Lévi-Strauss —, se caractérise par des opérations de conciliation faisant coexister les contraires²⁰.

Le présent recueil se termine par trois études portant sur le grand domaine de prédilection de Floch, la photographie, à commencer par l'introduction qu'il avait rédigée pour *Les formes de l'empreinte*, ouvrage entièrement consacré à cet art. On y retrouve la plupart des notions qui ont guidé son travail au fil des

19 La catégorie chromatique *couleurs chaudes vs froides*, la catégorie picturale *flou vs net* ou la catégorie topologique *symétrie vs dissymétrie* sont des catégories plastiques. Relevant du plan de l'expression, elles sont immanentes à l'objet étudié et articulent ses qualités sensibles sans que le sens qui en résulte soit directement nommable. De ce fait, elles relèvent d'une « saisie » et non d'une « lecture » (sur ces notions, cf. E. Landowski, *art. cit.*, I.1.4).

20 En termes lévi-straussiens, le semi-symbolisme, comme le bricolage, relève de la « pensée sauvage ». Cf. J.-M. Floch, « Le “bricolage” d'un système de sens semi-symbolique », 4^e partie de l'article « Kandinsky : sémiotique d'un discours plastique non figuratif », *Communications*, 34, 1981. Quant à la dimension poétique de tels systèmes, on en trouvera une analyse détaillée ici-même dans son étude du Nu de Boubat.

ans. Il y pose les principes auxquels toute analyse sémiotique d'un objet visuel doit souscrire, mais surtout, il y défend l'idée que la photographie n'étant qu'un langage parmi d'autres, il n'est pas plus « motivé » qu'eux : fidèle aux postulats structuralistes hérités de Saussure, il réaffirme la nature fondamentalement arbitraire du signe, y compris visuel. Une photographie ou un dessin, même figuratif, ne sont pas plus fidèles au « monde réel » que ne l'est un mot, même s'ils produisent pour l'observateur ce qu'on appelle une « illusion référentielle », c'est-à-dire un effet de sens de « réalité ».

Outre le rappel de ces grands principes, on trouvera aussi dans cette introduction deux éclairantes topographies, sous la forme de carrés sémiotiques, mises au point à partir d'analyses concrètes de discours tenus *sur* la photographie aussi bien que de discours tenus *par* les œuvres photographiques elles-mêmes. Si la première, qui envisage la photographie en tant que *pratique sociale*, est la même que celle qui régit la consommation, la seconde rend compte des divers rapports entre la photographie en tant que langage et la « réalité » (le monde du sens commun) dont il permet de parler. On peut la considérer comme une axiologie des esthétiques photographiques qui distingue quatre grandes options théoriques : la photographie « référentielle », « substantielle », « oblique », ou encore « mythique »²¹.

C'est précisément l'analyse approfondie d'un exemple de photographie « mythique » que Floch développe dans « *Un Nu de Boubat. Sémiotique poétique et discours mythique en photographie* ». Issue d'un travail sur le rôle des contrastes en photographie (sujet de sa thèse de doctorat), cette analyse s'applique à montrer l'intérêt de leur reconnaissance pour la segmentation d'une image en général et leur fonction dans la production de son sens. Son étude explore en détail comment l'articulation entre les dimensions plastique et sémantique de ce cliché d'Édouard Boubat construit un système semi-symbolique qui lui confère sa valeur à la fois poétique par sa structure et mythique par son contenu.

En revanche, c'est de photographie « oblique » qu'il est question dans l'étude du cliché intitulé « *Fox-terrier sur le Pont des Arts* », de Robert Doisneau. Bien que cette analyse soit sans doute, et de loin, la plus technique de toutes celles rassemblées dans le présent recueil, elle aborde une dimension fondamentale en sémiotique générale et *a fortiori* en sémiotique visuelle (notamment photographique), celle de l'énonciation²². Floch explore la question du « contrat » tacite passé entre l'instance de la production (l'énonciateur, le photographe, tel que l'image elle-même le construit) et l'instance de la lecture ou, en l'occurrence, de la saisie (l'énonciataire, le spectateur, également tel que construit par l'image), contrat au terme duquel s'établit l'iconicité de la photographie et l'illusion référentielle qui en résulte pour l'observateur. Mais comme, par ailleurs, la

21 Les amateurs de publicité trouveront une exploitation plus développée de cette même axiologie appliquée aux « philosophies » des agences de communication dans « “Tués dans l'œuf” : Les enjeux sémiotiques des différentes “philosophies de pub” », *Sémiotique, marketing et communication...*, *op. cit.*

22 Au même titre que tout produit présuppose une production, tout énoncé, quel que soit son langage de manifestation (linguistique, visuel ou autre), implique une instance de production — d'énonciation — du sens, qui construit, à l'intérieur de l'énoncé, un énonciateur et un énonciataire.

malice de cette photo de Doisneau tient à ce qu'elle donne elle-même à voir un observateur *en train d'observer* un artiste lui-même *en train de peindre* sa toile, le « Fox-terrier sur le Pont des Arts » fonctionne selon un principe de mise en abyme (« je regarde une image qui représente quelqu'un qui regarde une image qui représente quelqu'un qui... »), dans une structure récursive d'emboîtements contractuels complexe. C'est en ce sens, et pour quelques autres raisons que le lecteur découvrira en lisant, que cette œuvre de Doisneau appartient pleinement au genre dit « oblique ».

*

Arrivé au terme de ce livre, après avoir parcouru des analyses d'énoncés aussi variés, le lecteur sera sans doute convaincu que le statut d'objet de sens n'est pas réservé aux seuls textes littéraires et que la vocation première de la sémiotique est de rendre compte des processus à l'œuvre dans la production du sens quels que soient ses modes de manifestation, les langages et les types de signe mis en œuvre, qu'ils soient verbaux ou non verbaux. Les objets, les « choses », les artefacts, les produits de la culture matérielle qui nous environnent, et jusqu'à nos comportements avec eux peuvent être signifiants. Le sens qu'ils produisent ou qu'ils portent n'est pas uniquement attribuable à la valeur que leurs concepteurs, leurs producteurs ou leurs auteurs leur ont insufflée ou ajoutée, mais aussi, et souvent surtout, au fait qu'ils s'inscrivent dans des scénarios d'interaction, d'utilisation ou de consommation déterminés, sémiotiquement différenciés et analysables.

Bien que, du point de vue de la théorie de l'image, la sémiotique de Floch ait nettement divergé de la « sémiologie » de Roland Barthes, ses livres sont en quelque sorte, du point de vue de l'interprétation des œuvres, des objets et des pratiques, une version greimassienne des *Mythologies* barthésiennes de la vie quotidienne, renouvelées et actualisées²³. Mais outre le plaisir que procure le regard critique dont ils témoignent, ils ont une vertu heuristique remarquable. Ils ont de fait énormément contribué à la découverte et à la propagation de la sémiotique dans des champs professionnels divers où, aujourd'hui encore, beaucoup reconnaissent tirer grand profit de la rigueur de la méthode de réflexion et d'analyse qu'ils proposent.

Mais cette rigueur méthodologique n'a jamais été un frein à l'inventivité dont Floch faisait preuve, au contraire. Il a été lui aussi, à sa manière et dans son domaine, une sorte de bricoleur de génie. Et un bricoleur assumé, « persuadé (...) qu'il existe aussi un droit au bricolage — sinon une vertu du bricolage — dans les recherches et les projets “à vocation scientifique” »²⁴.

23 Cf. R. Barthes, *Mythologies*, Paris, Seuil, 1957.

24 « Du design au bricolage. Introduction », *Identités visuelles*, *op. cit.*, p. 8.

Bibliographie

- Barthes, Roland, *Mythologies*, Paris, Seuil, 1957.
- Floch, Jean-Marie, *Problèmes de sémiotique plastique : étude de quelques contrastes en photographie*, thèse de doctorat, Paris I Sorbonne, 1976.
- « À propos de *Rhétorique de l'image* de R. Barthes », *Bulletin du GRSL*, I, 4-5, 1978.
- « Sémiotique poétique et discours mythique en photographie. Analyse d'un « Nu » d'Edouard Boubat », Urbino, Centro Internazionale di Semiotica e di Linguistica (Documents de travail et pré-publications, 95), 1980. Rééd. in *Petites mythologies de l'oeil et de l'esprit*.
- « Kandinsky : sémiotique d'un discours plastique non figuratif », *Communications*, 34, 1981.
- *Petites mythologies de l'oeil et de l'esprit*, Paris-Amsterdam, Hadès-Benjamins, 1985.
- *Les formes de l'empreinte*, Périgueux, Fanlac, 1986.
- « Lettre aux sémioticiens de la terre ferme », *Actes Sémiotiques- Bulletin*, IX, 37, 1986.
- « Les moutons sont-ils complètement fermés à toute émotion esthétique ? », *Cruzeiro semiotico*, 9, 1988.
- *Sémiotique, marketing et communication. Sous les signes les stratégies*, P.U.F., 1990.
- « Sémiotique et design. La scénographie du pouvoir dans le mobilier de haute direction », *Protée*, 21, 1, 1993.
- *Identités visuelles*, Paris, P.U.F., 1995.
- *Une lecture de Tintin au Tibet*, Paris, P.U.F., 1997.
- Floch, Jean-Marie, et Jérôme Collin, *Lecture de la Trinité d'Andrei Roublev*, Paris, P.U.F., 2009.
- Greimas, Algirdas J., *Du sens II*, Paris, Seuil, 1983.
- Landowski, Eric, « Avoir prise, donner prise », *Actes Sémiotiques*, 112, 2009.
- Lévi-Strauss, Claude, *La pensée sauvage*, Paris, Plon, 1962.
- *Le regard éloigné*, Paris, Plon, 1983.
- Ricœur, Paul, *Soi-même comme un autre*, Paris, Seuil, 1990.

Résumé : Cet article reproduit à quelques détails près la préface à une anthologie des travaux de J.-M. Floch, à paraître en lithuanien. On y esquisse sa biographie, mais l'article (comme la préface) a surtout pour objectif d'introduire, commenter et synthétiser les principaux concepts opératoires qu'il a développés au cours de sa trop courte carrière, essentiellement consacrée à la recherche en sémiotique visuelle. La plupart de ces concepts sont à présent fermement établis et définitivement intégrés au corpus méthodologique et théorique acquis en sémiotique générale. Les essais évoqués dans cet article-préface traitent en majorité d'objets du quotidien. Ils ont été choisis à raison de leur complémentarité autour des notions de figurativité profonde, de sémiotique plastique, de semi-symbolisme, d'iconicité, de bricolage, ou encore d'axiologie et d'esthétique.

Resumo : O presente artigo reproduz o prefácio de uma antologia dos trabalhos de J.-M. Floch (no prelo em Vilnius). Além de esboçar a biografia dele, procura-se sobretudo introduzir, aclarar e sintetizar os principais conceitos operacionais que desenvolveu durante a sua curta carreira, essencialmente dedicada à investigação em semiótica visual. Esses conceitos estão agora firmemente estabelecidos e integrados ao *corpus* metodológico e teórico da semiótica geral. Os ensaios aqui comentados tratam principalmente de objetos do cotidiano. Eles foram selecionados pela complementariedade em torno das noções de figuratividade profunda, semiótica plástica, semissimbolismo, iconicidade, bricolagem, axiologia e estética.

Abstract : The present article reproduces (except a few details) the preface of an anthology of J.-M. Floch's works to be soon published in Lithuania. While it outlines a biography in broad strokes, it endeavours above all to introduce, explain and synthesise some of the operative con-

cepts he developed during his all too short career, which was essentially devoted to research into visual semiotics. Most of these concepts are now firmly established and definitively integrated into the methodological and theoretical corpus acquired in general semiotics. The commented essays, which mostly deal with everyday objects, were chosen on the basis of their complementarity with regard to the notions of deep figurativity, plastic semiotics, semi-symbolism, iconicity, bricolage, axiology and aesthetics.

Mots clefs : arbitraire du signe, axiologie de la consommation, bricolage, bricoleur (*vs* arpenteur, ingénieur), catégorie (de l'expression / du contenu), catégorie plastique, énonciation, figurativité profonde, iconicité, illusion référentielle, invariant plastique, logique du sensible, mythique (*vs* oblique, référentiel, substantiel), pensée mythique, praxis énonciative, sémiotique du marketing, sémiotique plastique, sémiotique poétique, sémiotique syncrétique, sémiotique visuelle, semi-symbolisme, style identitaire.

Auteurs cités : Roland Barthes, Algirdas J. Greimas, Eric Landowski, Claude Lévi-Strauss, Paul Ricœur.