

Matériaux sémio-pragmatiques pour l'étude du processus communicationnel du cinéma

Fayçal SAHBI

Ecole Doctorale en Sciences Sociales et Humaines

Université D'Oran, faisal.sahbi@gmail.com

En communication, une attitude fréquente peut être constatée dans presque toute la littérature communicationnelle sur le cinéma : On admet désormais une approche communicationnelle du cinéma, mais on a toutefois tendance à le considérer en périphérie des médias communicationnels. Il ne « bénéficie » pas du même traitement accordé à la télévision, presse ou radio, pour ne citer que les médias les plus « lourds ». On dénombrerait plus de travaux « sociologiques », « psychologiques » (et autres approches aussi nombreuses que les sciences sociales) sur le cinéma que les travaux communicationnelles proprement dits.

Pourtant, quelques phénomènes relatifs à l'expérience cinématographique suggèrent l'existence, à priori, d'un processus communicationnel semblable à ceux des « autres » médias. Peut-on pour autant parler d'un processus communicationnel du film cinématographique ? Existe-il dans la théorie comme dans les faits ? Et

quels sont ses éventuels éléments et les niveaux de rapport qui les régissent ?

Et plus concrètement, peut-on parler d'un processus communicationnel où le spectateur "communique" avec le film ? Peut-on dire également que le créateur (énonciateur) communique avec un éventuel spectateur à travers le film cinématographique ?

Ce texte n'a pas la prétention de répondre à toutes ces questions. Il s'agit plutôt de tracer une carte de route ou de voyage vers ce monde plein de questions et où les réponses se font rares. Comme tout voyage, celui-ci se fait en plusieurs étapes. On va procéder donc en quatre temps.

1. Le processus communicationnel du cinéma.
2. Le cinéma comme objet de la communication signifiante.
3. L'analyse filmique
4. Et en dernier, l'analyse sémio pragmatique du film de cinéma

1. Le processus communicationnel du cinéma.

En communication, comme pratiquement dans toutes les champs de savoir où il question de rigueur méthodologique et de quête de vérité scientifique, la question des schémas semblait importante. Le souci de la schématisation accompagnait, et accompagne toujours les tentatives de compréhension du phénomène communicationnel. Et cela depuis les enquêtes politiques de Lasswell jusqu'aux théories plus ou moins technicistes de Shannon en passant par les travaux linguistiques de Jakobson. S'il y a une chose à retenir de ces trois traditions de recherches, différentes par leurs approches et méthodes mais qui gravitent toutes les trois autour du même objet, en l'occurrence la communication, c'est qu'elles se sont entendues, comme par un accord

tacite, sur plus d'un élément dans leurs schémas respectifs qui illustrent leurs idées du processus communicationnel. Nous avons repris dans notre étude pour des raisons de commodité et de clarté cette même idée générale et générique du processus communicationnel, mais en l'adaptant à notre objet de recherche et l'approche utilisée. Cela a donné un processus communicationnel du cinéma s'articulant sur trois niveaux : D'abord, l'énonciation cinématographique, comme niveau sémio-pragmatique concernant l'émetteur ; ensuite, le langage cinématographique qui pourrait condenser deux éléments omniprésents dans les schémas communicationnels : Le canal et le message, et enfin, la réception de l'œuvre filmique, probablement le niveau le plus important dans une étude sémio-pragmatique.

Le cinéma, situé dans un contexte de communication et par rapport à cette logique de schématisation, peut être considéré comme un langage au même titre que le langage verbal. Dans sa forme simplifiée, le schéma classique de la communication cinématographique rappelle le modèle linguistique :

$$\boxed{\textit{Emetteur} \rightarrow \textit{Message} \rightarrow \textit{Récepteur}.}$$

D'une part, le message est produit et émis, il à vocation à communiquer un contenu à un récepteur ; d'autre part, le message est reçu, et éventuellement interprété. On peut considérer donc que l'acte de création ou d'énonciation, effectué par l'émetteur du message, et l'acte de la réception effectué par le spectateur, sont tous les deux actifs : L'émetteur (énonciateur), de son côté, codifie son message (le film), et le spectateur le décode, chacun en fonction de son propre système référentiel.

Ce processus communicationnel du cinéma se trouve au carrefour de trois notions/champs : Le cinéma, comme expérience artistique ; la communication, un champ qui cherche à comprendre les processus de transmission des informations et des significations ; et enfin la sémiotique dont la tâche est d'étudier *les processus culturels comme processus de communication*.

2. Le cinéma, un objet de la communication signifiante

Cela nous amène au deuxième point. A l'image du processus communicationnel du cinéma, le cinéma dans ce contexte se situe, d'une façon générale, dans l'intersection de ces trois champs d'étude/d'action. Notre travail pourrait s'énoncer en un objectif : *Etudier l'aspect communicationnel du cinéma avec une approche sémiotique*

Mais comme nous l'avons déjà dit, notre étude aussi interdisciplinaire soit-elle, elle reste néanmoins une étude qui se revendique d'emblée appartenir aux champs des études de la communication. Et plus exactement au champ de ce que nous avons convenu d'appeler *la communication signifiante*.

Pour expliquer ce que c'est la communication signifiante, il est nécessaire de revenir au rôle de la sémiotique dans l'étude du phénomène culturel. *Umberto Eco*, le célèbre sémioticien italien définit la sémiotique comme « *l'étude des processus culturels comme processus de communication*. »¹ (U. Eco, *La structure absente*, P.24) C'est pour dire à quel point la sémiotique a rendu possible une approche culturelle de la communication dans un sens, et un rapprochement entre processus de communication et phénomène

culturel dans le sens inverse. Cette interaction entre la communication et la culture, où la sémiotique s'établit comme l'approche indispensable pour la comprendre et l'analyser forme la pierre angulaire de *La communication signifiante*. Cette communication signifiante se manifeste à chaque fois où un phénomène culturel et un processus communicationnel se juxtaposent pour ne former qu'un seul objet d'étude. Le cinéma, du fait qu'il est l'un et l'autre à la fois, est un exemple adéquat de cette communication signifiante.

3. L'analyse filmique

En cinéma, on distingue deux niveaux de rapports avec l'œuvre : le premier –à priori– superficiel, qui se résume dans la relation film/spectateur dans le cadre général de l'institution du divertissement, où le spectateur se contente de « voir » ce qu'est apparent dans un film. Un deuxième niveau de rapport, cependant, s'instaure entre un « lecteur averti » et le film, dès que ce dernier entreprend des opérations intellectuelles pour comprendre et analyser les *structures profondes* du film, dans le cadre de l'institution « scientifique ». Ce niveau de rapport est vraisemblablement justifié par un souci de « rationalisation » de la relation entre l'objet, qu'est le film, et le sujet (spectateur averti), et de mettre en marche un discours « scientifique » sur le film, et non pas autour du film. L'analyse du film s'inscrit dans cette lignée.¹

Nous pouvons dire d'emblée, qu'il n'existe pas de méthode d'analyse universelle. La dispersion de l'objet de l'analyse, un film soit-il ou un fragment, et la non exhaustivité des méthodes d'analyse rendent quasiment impossible de se mettre d'accord sur une méthode d'analyse valable pour tous les objets. Nous avons vérifié cette affirmation quand nous nous sommes rendu compte, lors de notre travail, de la variété et la

diversité des instruments d'analyse ; pratiquement chaque instrument correspond à une méthode d'analyse, et chaque méthode répond à un objectif et une hypothèse d'analyse. Si en pratique, chacune de ces méthodes peut être utilisée, à priori, pour n'importe quel objet, ce sont l'objectif de cette analyse et ses hypothèses de départ qui déterminent le choix de la méthode. Le choix de la méthode doit répondre à la question suivante : *Qu'est-ce qu'on veut (dé)montrer avec cette analyse ?*¹ On l'aura compris, davantage que l'objet du film, c'est l'approche de l'analyse qui conduit à adopter la méthode. Mais pouvons-nous être sûrs que la méthode adoptée est appropriée à l'objet de l'analyse ? Sûrement pas. La plupart des modèles théoriques répondent à des questionnements d'ordre pratique, une extrapolation générale à partir d'analyses d'objets particuliers. C'est pour cela qu'il faut *adapter* les méthodes à l'objet de l'analyse et surtout à l'approche pour laquelle on a optée.

L'approche sémio-pragmatique du film, dont la visée, entre autres, nous semble-t-il, est d'étudier le processus de communication du film dans sa continuité, est concernée, davantage que toutes les autres approches, par ce travail d'*adaptation*. Cela est dû au moins à deux raisons : Les travaux sémio-pragmatiques sur le film sont récents dans un champ de recherche quasiment inexploité, et par conséquent ils sont encore insuffisants pour qu'ils s'établissent comme cadre théorique des analyses sémio-pragmatiques du film ; L'approche sémio-pragmatique est caractérisée par un aspect interdisciplinaire, elle puise ses méthodes, ses outils de recherche et ses concepts opératoires des champs d'étude voisins en sciences sociales. Notre approche d'étude, aussi interdisciplinaire soit-elle, n'en est pas une exception. Nous

mettons notre objet d'étude au centre d'un appareil méthodologique, où différents, mais complémentaires, *visions* et *approches* se conjuguent et s'entrecroisent pour l'aborder. Chacune d'un angle d'attaque différent, pour tenter d'atteindre notre objectif de recherche, c'est-à-dire, une approche sémio-pragmatique et interdisciplinaire du film.

4. L'analyse sémio-pragmatique

Mais pourquoi une approche sémio-pragmatique ? Et non pas tout simplement une approche sémiotique ?

Pour répondre à cette question, nous pensons qu'il faudrait mieux revenir aux fondements même de la sémio-pragmatique du cinéma. Cette sémio-pragmatique du film de cinéma, développée essentiellement dans les travaux de Roger Odin, est d'une certaine manière « *la retombée des remarques de Christian Metz sur la manière dont le film naît par le regard du spectateur* »¹ (J. Kerambon, « Qu'est-ce que la sémio-pragmatique » in Cinémaction, N°47, P. 52). Elle emprunte à la sémiologie ses concepts et ses méthodes, elle considère la relation du film avec son spectateur, et *l'institution* où il est présenté. Non seulement, la sémio-pragmatique se donne comme mission de « *comprendre comment le film est compris* »¹ (C. Metz, Langage et cinéma, P.56) par l'analyse du signe au cinéma, tel qu'il est le cas dans le projet sémiotique de Metz, mais aussi de comprendre la relation affective qu'entretien le spectateur avec le film. Pour cela, elle fait intervenir la pragmatique. Elle envisage le processus de communication au cinéma, comme étant la relation entre un destinataire et un destinataire dans le but de transmettre une signification. La signification, peut être dans ce cas soit intentionnelle, c'est-à-dire émise par l'énonciateur ; soit elle naît au cours du processus (On pense surtout aux

travaux de Barthes sur la sémiologie de la signification à l'opposée de la sémiologie de la communication)¹, notamment dans le rapport film-spectateur où la lecture du film est le résultat de contraintes culturelles ou contextuelles. Nous pouvons dire que l'approche sémio-pragmatique du cinéma ne s'impose pas comme une alternative à la sémiotique, elle ouvre plutôt le champ de l'analyse sémiotique du film (essentiellement textuelle) à des problématiques plus contextuelles. Au moment où ces approches sémiotiques textuelles du cinéma ne s'intéressent qu'au contenu manifeste des films, et restent presque toujours à la surface du texte, négligeant ainsi un autre élément *du processus de communication du film*, la réception du film ou le moment d'appropriation du film par son spectateur. L'approche sémio-pragmatique se propose de combler ces lacunes, en élargissant le champ d'étude vers le contexte.

Pour énoncer les choses autrement, et plus clairement, nous pouvons dire que le projet sémio-pragmatique d'Odin reprend la même problématique que s'est proposée de répondre Christian Metz dans les années soixante, en l'occurrence : « Comment le film produit-il du sens ? », seulement Odin, contrairement à Metz, a déplacé la question sur un autre front : Il délaisse la position saussurienne de Metz, pour qui le sens est dans le texte d'une façon intrinsèque, pour en adopter une autre plus Peircienne. La production du sens dans le cinéma, selon la théorie d'Odin, incombe autant au film qu'au spectateur. Ainsi, la problématique metzienne devient avec Odin quelque chose comme : « Comment le (spectateur du) film produit-il du sens ? »¹ L'analyse Sémio-Pragmatique permet donc de comprendre, de décrire, et d'analyser les mécanismes par lesquels le spectateur participe à la

création du sens et de la signification dans le film dans le cadre d'un processus communicationnel. On revient donc à cet aspect communicationnel dont j'ai parlé au début de mon intervention.

5. Conclusion

-L'approche sémiotique de la communication signifiante.

Longtemps considérée comme une province des sciences du langage, la sémiotique s'établit aussi comme une science de la communication. Ce constat est affirmé avec chaque travail sémiotique dans le domaine de la communication et également avec chaque approche sémiotique d'un objet communicationnel. Notre travail en fait sa locomotive.

Un autre point, où communication et sémiotique se rejoignent également : Le culturel. Puisque La sémiotique permet l'étude des phénomènes culturels comme des processus de communication.¹ On peut en déduire que le champ de recherche de la sémiotique est en premier lieu la culture. Celle-ci est comprise dans le sens d'un ensemble de systèmes symboliques qui se manifestent en phénomènes signifiants, et où on peut souligner le rôle de la communication dans la transmission et la diffusion des phénomènes culturels. Puisque la communication n'a pas seulement pour rôle de fournir des données informatives, elle est à la base de toute construction de communauté ou de culture.

Le choix du cinéma, ou plus exactement le film cinématographique, en tant qu'objet de notre étude, intervient d'ailleurs en guise de démonstration (ou d'illustration) de la communication signifiante. Si cette étude s'est proposé de s'intéresser au cinéma, il ne faut tout de même pas oublier qu'elle le fait en rapport avec la communication ; cette étude reste avant tout –par sa

problématique, ses objectifs, et ses méthodes– une étude de la communication signifiante.

–La réception de l'œuvre filmique et la création de la signification

La question de la réception filmique est probablement l'élément du processus communicationnel du film le plus concerné par l'approche sémio-pragmatique. Elle s'intéresse aussi bien à l'œuvre filmique qu'à son spectateur en les mettant dans des logiques de rapport de décryptage, d'appropriation et surtout d'*interprétation*. Cette dernière se concrétise par une lecture profonde et référentielle : Pour interpréter les différents codes d'un film, le spectateur ne doit pas se contenter d'un rapport superficiel avec l'œuvre, il doit percevoir ses structures profondes ; l'interprétation tient compte aussi du contexte de la réception, de la culture, de la société, de l'aptitude psychologique. Ce sont tous ces facteurs, ajoutés à d'autres, ce qu'on pourrait appeler les conditions de *l'expérience cinématographique*.

Dans son rapport avec l'œuvre filmique, le spectateur entre dans une logique de *coopération interprétative* avec cette œuvre. (Une notion empruntée à Umberto Eco. Une thèse qu'il a développée dans son ouvrage *Lector In fabula*)¹ Le spectateur s'appuie sur un capital préalable de connaissances et de codes culturels, il développe un horizon d'attente, qui lui permet d'être attentif aux signes qu'il doit reconnaître et identifier dans l'œuvre filmique. Le spectateur anticipe le sens, il confrontera cet horizon d'attente aux messages filmiques compris afin de confirmer ou d'infirmer les structures hypothétiques préétablis. Enfin, le spectateur est appelé à produire un sens complémentaire, par

des initiatives personnelles, en opérant une jonction entre le sens produit par sa compréhension du film et ses expériences. Ce processus d'interprétation met en relief l'aspect référentiel de la réception de l'œuvre filmique.

Nous voudrions également souligner un deuxième point relatif à la réception de l'œuvre filmique. Il s'agit de la participation du spectateur à la production de la signification à travers le processus d'interprétation. En d'autres termes, Comment le spectateur attribue des significations au film et participe à son processus sémiotique. ¹

L'œuvre filmique n'est pas un système significatif fermé ; nous devons donc distinguer entre l'*œuvre filmique* comme énoncé isolé, et le *film*, ultime étape du processus de signification au cinéma. Ce n'est qu'après que l'œuvre filmique soit interprétée que le processus de la signification est achevé. L'œuvre filmique est destinée à un spectateur, elle ne se complète au niveau de la signification qu'après son interprétation par ce spectateur. Le spectateur produit du sens, et participe à la création de la signification, à partir d'une œuvre filmique, mais le sens est cependant différent pour chaque spectateur, même quand l'œuvre est identique. Une œuvre filmique n'acquies son sens qu'au moment de sa réception par celui qui la découvre.

Ainsi, il ne peut être, à notre sens, un film cinématographique qu'une œuvre filmique reçue, perçue et interprétée, autrement, ce n'est qu'un énoncé filmique. Le film cinématographique est l'étape ultime du processus sémiotique dont la signification se voit complétée par le rapport du spectateur à l'œuvre filmique. De ce fait, on peut avoir, à partir de la même œuvre filmique, autant de films que de spectateurs.