

sans laquelle précisément le discours ne serait pas possible. Ceci nous ramène au message 2, ou image dénotée. Dans la publicité *Panzani*, les légumes méditerranéens, la couleur, la composition, la profusion même surrissent comme des blocs erratiques, à la fois isolés et sertis dans une scène générale qui a son espace propre et, comme on l'a vu, son « sens » : ils sont « pris » dans un syntagme qui n'est pas le leur et qui est celui de la dénotation. C'est là une proposition importante, car elle nous permet de fonder (rétroactivement) la distinction structurale du message 2 ou littéral, et du message 3 ou symbolique, et de préciser la fonction naturalisante de la dénotation par rapport à la connotation ; nous savons maintenant que c'est très exactement le syntagme du message dénoté qui « naturalise » le système du message connoté. On encore : la connotation n'est que système, elle ne peut se définir qu'en termes de paradigme ; la dénotation iconique n'est que syntagme, elle associe des éléments sans système : les connotateurs discontinus sont liés, actualisés, « parlés » à travers le syntagme de la dénotation : le monde discontinu des symboles plonge dans l'histoire de la scène dénotée comme dans un bain lustral d'innocence.

On voit par là que dans le système total de l'image, les fonctions structurales sont polarisées ; il y a d'une part une sorte de condensation paradigmatique au niveau des connotateurs (c'est-à-dire en gros des « symboles »), qui sont des signes forts, erratiques et l'on pourrait dire « réifiés » ; et d'autre part « coulée » syntagmatique au niveau de la dénotation : on n'oubliera pas que le syntagme est toujours très proche de la parole, et c'est bien le « discours » iconique qui naturalise ses symboles. Sans vouloir inférer trop tôt de l'image à la sémiologie générale, on peut cependant risquer que le monde du sens total est déchiré d'une façon interne (structurale) entre le système comme culture et le syntagme comme nature : les œuvres des communications de masse conjuguent toutes, à travers des dialectiques diverses et diversement réussies, la fascination d'une nature, qui est celle du récit, de la diégèse, du syntagme, et l'intelligibilité d'une culture, réfugiée dans quelques symboles discontinus, que les hommes « déclinent » à l'abri de leur parole vivante.

COMMUNICATIONS

novembre 1964

La cuisine du sens

Un vêtement, une automobile, un plat cuisiné, un geste, un film, une musique, une image publicitaire, un amueblement, un titre de journal, voilà en apparence des objets bien hétéroclites. Que peuvent-ils avoir de commun ? Au moins ceci : ce sont tous des signes. Lorsque je me déplace dans la rue – ou dans la vie – et que je rencontre ces objets, je leur applique à tous, au besoin sans m'en rendre compte, une même activité, qui est celle d'une certaine lecture : l'homme moderne, l'homme des villes passe son temps à lire. Il lit d'abord et surtout des images, des gestes, des comportements : cette auto me dit le statut social de son propriétaire, ce vêtement me dit avec exactitude la dose de conformisme ou d'excentricité de son porteur, cet apéritif (whisky, pernod ou vin blanc-cassis) le style de vie de mon hôte. Même lorsqu'il s'agit d'un texte écrit, il nous est donné sans cesse de lire un second message entre les lignes du premier : si je lis en gros titre : *Paul VI a peur*, cela veut dire aussi : *si vous lisez la suite, vous saurez pourquoi*.

Toutes ces « lectures » sont trop importantes dans notre vie, elles impliquent trop de valeurs sociales, morales, idéologiques, pour qu'une réflexion systématique n'essaie pas de les prendre en charge : c'est cette réflexion que, pour le moment du moins, nous appelons *sémiologie*. Science des messages sociaux ? des messages culturels ? des informations secondes ? Saisie de tout ce qui est « théâtre » dans le monde, de la pompe ecclésiastique à la coiffure des Beatles, du pyjama de soirée aux joutes de la politique internationale ? Peu importe pour le moment la diversité ou le flottement des définitions.

Ce qui compte, c'est de pouvoir soumettre une masse énorme de faits en apparence anarchiques à un principe de classement, et c'est la signification qui fournit ce principe : à côté des diverses déterminations (économiques, historiques, psychologiques), il faut désormais prévoir une nouvelle qualité du fait : le sens.

Le monde est plein de signes, mais ces signes n'ont pas tous la belle simplicité des lettres de l'alphabet, des panneaux du code

router ou des uniformes militaires : ils sont infiniment plus retors. La plupart du temps, nous les prenons pour des informations « naturelles » ; on a trouvé une mitrailleuse tchèque aux mains des rebelles congolais : c'est là une information incontestable ; cependant, dans la mesure même où l'on ne rappelle pas en même temps le nombre d'armes américaines en usage chez les gouvernements, l'information devient un signe second, elle *affiche* un choix politique.

Déchiffrer les signes du monde, cela veut toujours dire lutter avec une certaine innocence des objets. Nous comprenons tous le français si « naturellement » qu'il ne nous vient jamais à l'idée que la langue française est un système fort compliqué et fort peu « naturel » de signes et de règles : de la même façon, il faut une secousse incessante de l'observation pour accommoder non sur le contenu des messages, mais sur leur facture : bref le sémiologue, comme le linguiste, doit entrer dans la « cuisine du sens ». C'est là une entreprise immense. Pourquoi ? Parce qu'un sens ne peut jamais s'analyser d'une façon isolée. Si j'établis que le blue-jean est le signe d'un certain dandysme adolescent, ou le pot-au-feu, photographié par une revue de luxe, celui d'une rusticité assez théâtrale, et si même je multiplie ces équivalences pour constituer des listes de signes comme les colonnes d'un dictionnaire, je n'aurai rien découvert du tout. *Les signes sont constitués par des différences.*

Au début du projet sémiologique, on a pensé que la principale tâche était, selon le mot de Saussure, d'étudier la vie des signes au sein de la vie sociale, et par conséquent de reconstituer des systèmes sémantiques d'objets (vêtements, nourriture, images, rituels, protocoles, musiques, etc.). Cela est à faire. Mais en avançant dans ce projet déjà immense, la sémiologie rencontre de nouvelles tâches ; par exemple, étudier cette opération mystérieuse par laquelle un message quelconque s'imprègne d'un sens second, diffus, en général idéologique, et que l'on appelle *sens connoté* : si je lis dans un journal le titre suivant : « A Bombay règne une atmosphère de ferveur qui n'exclut ni le luxe ni le triomphalisme », je reçois certes une information littérale sur l'atmosphère du Congrès eucharistique ; mais je perçois aussi un certain stéréotype de phrase, fait d'un subtil balancement des négations, qui me renvoie à une sorte de vision équilibrante du monde ; ces phénomènes sont constants, il faut dès maintenant les étudier en grand avec toutes les ressources de la linguistique.

Si les tâches de la sémiologie s'agrandissent sans cesse, c'est qu'en fait nous découvrons toujours mieux l'importance et l'étendue de la signification dans le monde ; la signification devient le mode de penser du monde moderne, un peu comme le « fait » a constitué précédemment l'unité de réflexion de la science positive.

LE NOUVEL OBSERVATEUR
3-10 décembre 1964