

UNIWERSYTET IM. ADAMA MICKIEWICZA W POZNANIU

SERIA FILOLOGIA ROMAŃSKA NR 22

TERESA TOMASZKIEWICZ

**Texte et image  
dans les communications  
aux masses**



POZNAŃ 1999

10 595

24

# TABLE DES MATIÈRES

---

|  |    |
|--|----|
| INTRODUCTION . . . . .   | 9  |
| I. COMMUNICATION . . . . .   | 15 |
| 1. Pourquoi communique-t-on ? . . . . .  | 15 |
| 2. Systèmes de signes: survol terminologique . . . . .                             | 20 |
| 3. Fondements de la réflexion: sémiologie de la communication . . . . .            | 27 |
| 3.1. Communication . . . . .   | 28 |
| 3.2. Notions de base de la sémiologie de la communication . . . . .                | 30 |
| 3.3. Conditions de la réalisation d'un acte sémique . . . . .                      | 34 |
| 3.4. Quelques critiques de cette approche . . . . .                                | 35 |
| 4. Pragmatique de la communication . . . . .                                       | 36 |
| 4.1. Bref rappel des notions de base . . . . .                                     | 36 |
| 4.2. Moyens de la communication quotidienne: interactions verbales . . . . .       | 38 |
| 4.3. Communications de masse . . . . .   | 40 |
| 5. L'information et le sens . . . . .  | 43 |
| 5.1. Les apports de la théorie de l'information . . . . .                          | 44 |
| 5.2. Signification – information – message – sens . . . . .                        | 46 |
| 5.2.1. Information et signification . . . . .                                      | 47 |
| 5.2.2. Message vs sens . . . . .   | 52 |
| 6. Sémiologie visuelle . . . . .   | 55 |
| 6.1. Commençons par un exemple . . . . .   | 55 |
| 6.2. Notions de base de la sémiologie visuelle . . . . .                           | 60 |
| 6.3. Caractéristiques de certaines classes de signes visuels . . . . .             | 68 |
| 6.3.1. Iconicité encore une fois . . . . .   | 70 |
| 6.3.2. Iconicité : petit bilan . . . . .   | 72 |
| II. LES SIGNES VISUELS ET LE TEXTE DANS LES COMMUNICATIONS AUX<br>MASSES . . . . . | 74 |
| 1. La graphique . . . . .  | 74 |
| 1.1. La définition . . . . .   | 74 |
| 1.2. Les graphiques: fonctions . . . . .   | 76 |
| 1.3. Critères pour des graphiques lisibles . . . . .                               | 84 |
| 1.4. Relations entre le verbal et les graphiques . . . . .                         | 88 |
| 2. Dessins . . . . .   | 90 |
| 2.1. Définitions . . . . .   | 90 |
| 2.1.1. Dessins par rapport aux graphiques . . . . .                                | 90 |
| 2.1.2. Dessins et images . . . . .   | 92 |

|   |     |
|---|-----|
| 2.2. Compréhension des images . . . . .   | 93  |
| 2.3. Niveaux d'analyse des images . . . . .                                       | 95  |
| 2.4. Approche comparative du texte et de l'image . . . . .                        | 100 |
| 2.4.1. Bref historique . . . . .  | 100 |
| 2.4.2. Les noms et les images . . . . .   | 101 |
| 2.4.3. Les prédicats et les images . . . . .                                      | 107 |
| 2.4.4. Les propositions et les images . . . . .                                   | 108 |
| 2.4.5. Les descriptions et les images . . . . .                                   | 110 |
| 2.4.6. Conclusion . . . . .   | 111 |
| 2.5. Fonctions des dessins dans la communication . . . . .                        | 111 |
| 2.5.1. Dessins: source de l'information . . . . .                                 | 112 |
| 2.5.2. Relations entre l'image et le texte . . . . .                              | 124 |
| 2.5.2.1. Signification en contrepoint (parallèle) . . . . .                       | 127 |
| 2.5.2.2. Complémentarité . . . . .  | 130 |
| 2.5.2.3. Relation interprétative . . . . .  | 132 |
| 2.5.2.4. Relation d'équivalence . . . . .   | 135 |
| 2.5.2.5. Relation de contradiction . . . . .                                      | 136 |
| 2.6. Conclusion . . . . .   | 139 |
| 3. Photographies . . . . .  | 140 |
| 3.1. Définitions . . . . .  | 140 |
| 3.2. Compréhension des photographies . . . . .                                    | 141 |
| 3.2.1. Les photographies par rapport aux dessins . . . . .                        | 142 |
| 3.2.2. Photographies en tant que moyen de communication . . . . .                 | 144 |
| 3.3. Rôle des photographies dans le processus de communication . . . . .          | 145 |
| 3.3.1. Les photographies- illustrations . . . . .                                 | 146 |
| 3.3.2. Les photographies de presse . . . . .                                      | 147 |
| 3.3.3. Les photographies publicitaires . . . . .                                  | 151 |
| 3.3.4. Photoromans . . . . .  | 153 |
| 3.3.5. Conclusion partielle . . . . .   | 157 |
| 3.4. Relations entre la photographie et le texte . . . . .                        | 157 |
| 3.4.1. Signification en contrepoint . . . . .                                     | 158 |
| 3.4.2. Complémentarité . . . . .  | 159 |
| 3.4.3. Relation interprétative . . . . .  | 161 |
| 3.4.4. Relation d'équivalence . . . . .   | 162 |
| 3.4.5. Relation de contradiction . . . . .  | 164 |
| 3.5. Conclusion . . . . .   | 165 |
| 4. L'image filmique . . . . .   | 166 |
| 4.1. Définitions . . . . .  | 166 |
| 4.2. Compréhension du film . . . . .  | 167 |
| 4.2.1. Caractéristiques du film par rapport aux autres systèmes visuels . . . . . | 167 |
| 4.2.2. Image filmique en tant que moyen de communication . . . . .                | 169 |
| 4.3. Rôle du film dans les communications de masse . . . . .                      | 172 |
| 4.3.1. Les fonctions du verbal au cinéma . . . . .                                | 173 |
| 4.3.2. Les fonctions du film par rapport au texte . . . . .                       | 175 |
| 4.4. Relations entre l'image filmique et la parole . . . . .                      | 177 |

|  |            |
|--|------------|
| 4.5. Conclusion . . . . .  | 178        |
| 5. Bilan et hypothèses . . . . .   | 179        |
| <b>III. RÔLE DES IMAGES DANS L'ÉCONOMIE DISCURSIVE . . . . .</b>   | <b>183</b> |
| 1. Communications endolingues . . . . .  | 183        |
| 1.1. Définitions . . . . .   | 183        |
| 1.2. Finalités de ces communications . . . . .   | 185        |
| 1.3. Notion d'économie discursive . . . . .  | 186        |
| 1.4. Rôle des images en vue d'une économie discursive . . . . .  | 190        |
| 1.4.1. Les images: source unique des informations . . . . .  | 191        |
| 1.4.2. Informations qui se prêtent mieux à être visualisées . . . . .  | 193        |
| 1.4.3. Visualisations: support de l'information verbale . . . . .  | 194        |
| 1.4.4. L'information véhiculée communément par l'image et le texte . . . . .   | 196        |
| 1.4.4.1. Fonctions rhétoriques de l'image . . . . .  | 196        |
| 1.4.4.2. Fonctions symboliques . . . . .   | 200        |
| 1.4.4.3. Conclusion partielle . . . . .  | 202        |
| 1.4.5. Le visuel et le verbal: sources de la même information . . . . .  | 202        |
| 1.4.6. Le visuel en contradiction au verbal . . . . .  | 203        |
| 1.5. Bilan . . . . .   | 204        |
| 2. Communications exolingues . . . . .   | 205        |
| 2.1. Définitions . . . . .   | 205        |
| 2.2. Rôle des images dans des communications exolingues . . . . .  | 208        |
| 2.2.1. Communications qui visent le récepteur étranger . . . . .   | 208        |
| 2.2.2. Communications prévues pour les récepteurs ressortissants de plusieurs con-<br>textes linguistico-culturels . . . . . | 211        |
| 2.2.3. Communications qui visent le récepteur indigène . . . . .   | 213        |
| 2.2.4. La traduction dans les mass-médias . . . . .  | 219        |
| 2.2.4.1. Critères de la hiérarchisation de l'information au cinéma . . . . .   | 223        |
| 2.2.4.2. Bilan partiel . . . . .   | 228        |
| •2.3. Rôle des images dans les communications exolingues: bilan . . . . .  | 229        |
| <b>CONCLUSION . . . . .</b>  | <b>230</b> |
| <b>OUVRAGES CITÉS . . . . .</b>  | <b>231</b> |
| <b>TEKST I OBRAZ W KOMUNIKACJI ADRESOWANEJ DO MASOWEGO ODBIORCY<br/>  (streszczenie) . . . . .</b>                           | <b>240</b> |