

Analyse sémiotique de l'énonciation De l'affiche MDM de 1984

Jérôme Guibourgé

06/2005



AVANT-PROPOS

Par soucis de clarté nous avons choisi d'utiliser le terme d'affiche pour parler des objets de cette étude. La présente analyse fait partie d'une étude complète sur la communication de l'association.

FONCTIONNEMENT DE LA SÉMIOTIQUE

La sémiotique a pour objectif de comprendre comment le(s) sens est (sont) généré(s) par un énoncé ou un ensemble d'énoncés. L'énoncé est ici une affiche de l'association MDM. Il peut donc être purement littéraire, simplement visuel ou les deux.

Le sens s'acquiert par différence : pour comprendre telle chose, par exemple la lumière on l'oppose à l'ombre, etc. La sémiotique a repéré trois types de rapports entre éléments d'une même catégorie sémantique.

① L'opposition : ainsi dans la catégorie sémantique valeur, « mal » s'oppose à « bien »

② La complémentarité : « pas mal » c'est différent de « mal » et le complète

③ La négation : « pas bien » c'est la négation de « bien »

FONCTIONNEMENT DU SECTEUR HUMANITAIRE

Cette analyse n'a pas pour objectif d'établir un quelconque jugement ni sur les actions humanitaires entreprises ni sur la communication de l'entreprise. Nous n'avons aucune compétence pour cet exercice.

Un des objectifs des affiches humanitaires est d'obtenir des financements pour les diffé-

rentes missions réalisées. Dans ce cadre, trois parties sont présentes quoique pas toujours représentées : ① la population fragilisée, ② l'entreprise humanitaire dite le locuteur et ③ le donateur dit l'allocutaire.

La communication tente de sensibiliser l'allocutaire sans atteindre à la dignité ni au respect des trois parties. L'équilibre entre raison et émotion est alors une constante préoccupation pour le locuteur. Précisons que les affiches sont un travail d'équipe et pour cela nous ne différencions pas le destinataire de son agence que nous regroupons sous le terme de locuteur.

Dès lors, les affiches vont utiliser des constructions rhétorico-persuasives qui chercheront à préserver les parties et mettront en scène des thymies (sensations, émotions ou sentiments) délicates à manœuvrer comme par exemple la compassion ou le respect de l'être humain.

OBJECTIFS DE CETTE ANALYSE

L'étude de cette mécanique rhétorique, de ces thymies et de l'image de l'association (l'ethos du locuteur) fait partie de la sémiotique de l'énonciation. Le présent travail a consisté à mettre au jour les problématiques de l'énonciation avec notamment :

- **L'ethos du locuteur** : c'est-à-dire comment Médecins du Monde se donne à voir (son image, ses compétences et son caractère) ?

- **Les thymies de l'allocutaire** : Qu'elles sont les émotions... du destinataire que nous pouvons reconstruire à partir de la déconstruction des énoncés ?

- **Enfin, les opérations rhétorico-persuasives** mises en place pour convaincre l'allocutaire de faire un don (que celui-ci soit un renouvellement c'est-à-dire que l'allocutaire est déjà donateur ou qu'il s'agisse d'un premier don et dans ce cas l'allocutaire devient donateur) : Comment convaincre l'allocutaire de donner ?

OBJECTIF DE L'ÉTUDE COMPLÈTE

Après une première partie dans laquelle nous décrivons et analysons en détail chaque affiche, nous avons réalisé une synthèse afin de voir les récurrences et les différences entre les affiches. La mise à jour de valeurs récurrentes peut permettre de valider ou d'invalider celles-ci et de vérifier une certaine pertinence des affiches par rapport aux objectifs fixés : les valeurs montrées sont-elles celles que l'on désire ?

Les constructions rhétoriques dévoilées permettent de mieux comprendre les relations entre les trois actants (allocutaire, locuteur et personne à secourir) telles qu'elles apparaissent dans les affiches ; elles permettent également de mieux réaliser les objectifs que l'on assigne à l'affiche : quel sentiment, quelle émotion voire sensation veut-on transmettre aux allocutaires ? Veut-on provoquer une réaction

thymique ou idéologique chez l'allocutaire ?

Nous allons beaucoup développer les opérations de manipulations dans cette étude ce qui, dans le secteur de l'humanitaire, peut heurter certains. Telle n'est pas notre intention ; notre intention est d'analyser les mécanismes sémiotiques afin de permettre une meilleure adéquation entre le locuteur, le moyen de communication et l'allocutaire. Ces manipulations qui sont l'objet de cette étude n'ont rien à voir avec les intentions qui les sous-tendent et qui, elles, ne constituent en rien l'objet de ce travail. Ce qui veut dire qu'il ne faut pas craindre l'utilisation du terme mais veiller aux intentions sous-jacentes.

CORPUS ANALYSÉ

1984

1993



1998 à 1999



2000 à 2004: ces affiches existent également sous forme d'affichettes (A3) avec du texte ajouté dans le bandeau noir (voir en annexe)



2005 — teasing: ces affiches existent également au format presse (voir annexe). La photo a été prise en 1994 au Rwanda.



PROBLÉMATIQUE

**QUELLE IMAGE ET QUELS RAPPORTS AUX DESTINATAIRES,
L'ASSOCIATION ENTRETIENT-ELLE À TRAVERS LES AFFICHES DE 1984 À 2005 ?**

POUR RÉPONDRE : 3 OBJETS D'ÉTUDE

1

**L'ETHOS
DU LOCUTEUR**



1 ACTANT
LE LOCUTEUR

2

**LES OPÉRATIONS
RHÉTORIQUES**



ENTHYMÈME
PROLEPSE, PARADOXE

3

**LE DESTINATAIRE
ET SES PASSIONS**



2 ACTANTS
ALLOCUTAIRE/ANTI-ALLOCUTAIRE

1

L'ETHOS DU LOCUTEUR : 3 ASPECTS

LE SUJET DANS LE MONDE

tous les discours accumulés et actualisables
l'identité sociale et les mœurs réelles

L'ÊTRE DANS LE MONDE

l'explicite et le montré
logotype, appellation

LE LOCUTEUR

l'implicite, le sous-entendu
sans description ni désignation



UNE DIALECTIQUE ENTRE :
LE MÉDECIN SOIGNANT / LE MÉDECIN POLITIQUE

L'ETHOS DU LOCUTEUR EN 1984



l'ethos du locuteur en 1984	
résumé	médecin et petite fille noire
rôle	médecin généraliste
compétence & performance	
endogène à la médecine	⊕ compétence ⊕ performance
exogène à la médecine	⊖ compétence ⊖ performance
référence	
aux missions	présente via le généraliste
aux valeurs	absente
ethos	
⊕ sujet ⊕ être ⊖ locuteur	
le sujet dans le monde	



AFFICHE DE 1984

1 DESCRIPTION :

L'affiche est composée de trois zones : ① un bandeau vertical à gauche avec l'accroche et le logo MDM; ce bandeau n'est pas réellement marqué, il est signifié par la typographie de l'accroche et le logo. ② La photographie avec les personnes et qui passe sous la typographie et le logotype. ③ Enfin, en partie basse un bandeau blanc contenant le locuteur et son adresse. La zone ② nous intéresse spécialement en elle-même et dans sa relation avec la zone ①.

1.1 ZONE ②

Sur un fond noir deux êtres humains; une petite fille noire est assise sur les genoux d'un homme blanc assis (type caucasien). La main droite de l'homme soutient le dos de la petite fille sans lui tenir la taille. La main gauche est posée au niveau des tibias de la fille et tient un stéthoscope. Les deux personnes sont habillées simplement sans signe distinctif du genre uniforme ou autre. La petite fille est en robe et l'homme en T-shirt bleu et pantalon sombre du type blue-jean.

D'après le fond noir et les éclairages utilisés nous pouvons dire qu'il s'agit vraisemblablement d'une photographie couleur réalisée en studio. L'éclairage principal vient de la droite; l'éclairage secondaire permet de ne pas avoir d'ombre trop forte et de percevoir le modelé des corps. Il n'est pas dû à un flash intense comme lors d'une prise de vue de nuit. Nous pouvons penser qu'il ne s'agit pas d'une photo de reportage (les zones d'ombres auraient été plus profondes et la photographie plus contrastée) mais d'une photo posée en studio. Nous pouvons percevoir assez bien les deux corps (sans zone d'ombre).

Le regard de la petite fille n'est pas exactement centré sur le même point que celui de l'adulte. L'adulte regarde le photographe ou du moins l'objectif de l'appareil et légèrement sur la droite; l'enfant regarde légèrement à gauche de l'objectif. Ce qui donne l'impression qu'elle regarde un peu en arrière par rapport à l'adulte.

1 LE FOND NOIR :

Le fond noir ne réalise aucune réalité, pas de décors. Il suspend les personnes de la photo; il les place hors d'un temps et d'un espace définis. Il est vide et sert de surface d'expression pour la typographie blanche et les personnes. Comme surface d'expression des personnes, tout en les rendant réelles, définies et certaines, il devient incertain et indéfini.

2 LES ÊTRES HUMAINS :

Il s'agit d'un enfant et d'un adulte; d'une petite fille et d'un homme mûr. D'une noire et d'un blanc. Les relations entre ces deux mondes (enfant et adulte) sont délicates à traiter dans le secteur du social et de l'humanitaire (problème de la victimisation notamment). Leurs attitudes ne sont pas équivoques et leurs corps sont organisés pour qu'aucune incertitude ne subsiste.

La petite noire n'est pas dans une pose décontractée (hauteur des épaules) supposant être dans une relation familière voire amicale avec l'homme blanc; cette impression est renforcée par l'alignement du bras au premier plan, de la robe et des jambes. L'ensemble marque une diagonale, une ligne tendue; un enfant familier de cet homme serait dans une pose plus détendue marquée par des courbes et les angles des membres. Le bras le plus visible de l'enfant est tendu vers la main de l'adulte qui tient le stéthoscope désignant ainsi la profession de l'adulte.

Par ailleurs, ni la tenue vestimentaire de l'enfant ni son corps ne font référence à une quelconque activité économique; nous pouvons penser qu'il ne s'agit pas d'une enfant qui travaille (victime de conditions de vie si difficiles qu'elle doit travailler ou se prostituer) ou l'intention n'est pas de la montrer comme victime.

Le médecin n'est pas désigné par une blouse voyante mais par un stéthoscope tenu dans la main gauche dans une zone non spécialement éclairée. Le stéthoscope apparaît alors comme un élément secondaire. L'enfant n'apparaît pas comme victime et l'homme comme médecin. Tous



deux apparaissent plus comme deux êtres humains à deux âges différents, avec deux couleurs de peau différentes; l'un soignant l'autre dans le respect.

1.2 ZONE ①

① L'ACCROCHE: MA VIE C'EST SA VIE

L'accroche sur trois lignes permet de segmenter la phrase par groupe d'unités de sens. Ainsi nous lisons trois groupes [ma vie] [c'est] [sa vie]. La phrase établit deux types de rapport entre ces groupes d'unités:

① un rapport de l'ordre du même: vie/vie; vie/c'

Ce rapport d'identité entre ces deux vies établit un rapport entre le texte et l'image. Deux vies écrites et deux montrées; entre la vie de l'adulte et celle de l'enfant.

Traditionnellement, la parole exprimée sur une affiche mettant en scène un adulte et un enfant revient à l'adulte sauf si le texte est marqué spécifiquement (bulle associée à l'enfant, calligraphie enfantine, etc.). Nous pouvons supposer que le groupe [ma vie] est associé à l'adulte et [sa vie] à l'enfant.

Le texte associé à l'image laisse entendre que l'adulte et l'enfant recouvrent plusieurs entités.

- L'adulte: l'adulte ①, le blanc ②, le nanti ③, l'indépendant ④, le médecin ⑤, l'homme ⑥, le père ⑦.

- L'enfant: l'enfant ①, la fille ②, la noire ③, la défavorisée ④, la dépendante ⑤, la fille de ⑥.

Si le mot vie n'a qu'une façon de s'écrire, les deux vies ne sont pas pour autant identiques; ce que montre la photographie.

② un rapport de l'ordre de l'autre: ma/sa; ma/sa/c'

En dehors du caractère possessif des pronoms, [ma] et [sa] rendent compte d'un rapport à l'autre, d'une différence. Cette différence rentre pourtant dans un rapport d'égalité par l'intermédiaire du verbe [est]. [ma vie] est [sa vie].

Alors que la phrase [ma vie est sa vie] revêt un caractère plus littéraire voire philosophique, plus distant, l'introduction du [c'] fait référence au français parlé; le [c'] prenant la valeur de [ma vie] comme une répétition simplifiée (anaphorisation).

Associée au logotype et aux êtres humains photographiés (avec toutes les différences décrites plus haut) la phrase [ma vie c'est sa vie] semble attester d'un engagement certain.

Mais l'allocutaire en lisant [ma vie] peut devenir lui-même parti prenante dans la mesure où [ma vie] devient sa vie.

② ANALYSE:

2.1 LES ISOTOPIES

Le tableau ci-contre permet de visualiser les isotopies figuratives internes à cette affiche que nous avons relevées.

Au niveau thématique on peut réaliser que les postures des personnes ainsi que la façon de les traiter mettent en jeu les notions de respect et de compassion plus que d'irrespect et de pitié. La petite fille n'est pas présentée comme une victime avec des traces de coups ou de malnutrition par exemple; mais elle est clairement identifiable comme une personne. C'est à cela que nous faisons référence quand nous parlons de respect.

De même l'affiche ne nous demande pas de nous apitoyer sur le sort de la fille (aucun élément ne réduit la petite fille à autre chose qu'elle-

isotopies figuratives	
au niveau des personnes	noir/blanc
	enfant/adulte
	fille-femme/homme
	inactif/actif
	soignée/soignant
au niveau du graphisme	blanc/noir
	texte/image
au niveau du fond et des personnes	vide/plein
	indéfini/défini
	incertain/certain
isotopies thématiques	
spécifique	irrespect/respect
	pitié/compassion
générique	solitaire/solidaire
	être social/être humain
isotopies axiologiques	
ignorance — > connaissance	
non-engagement — > engagement	
aphorie — > euphorie	



même) mais nous propose une prise de conscience humaine. Nous pourrions dire que les attributs de la petite fille signifiant « être humain » sont préservés alors même que les attributs signifiant « docteur » sont minimisés. L'expression générale favorise la relation entre deux êtres humains et non pas entre deux statuts sociaux différents.

Ce rappel de l'essence même de notre nature (être humain) place l'allocutaire sur un pied d'égalité; il est lui-même un être humain en dehors de son statut social. Il peut donc se montrer solidaire.

2.2 LES OPÉRATIONS RHÉTORIQUES

Ces isotopies sont organisées dans un parcours narratif utilisant comme opération rhétorique le paradoxe: paradoxe entre les formes et le fond. Les formes (les textes et l'image, les personnes, leurs traits distinctifs; mais également, le locuteur et l'allocutaire, l'homme blanc et le destinataire) qui s'opposent pour traiter un même contenu.

À travers le parcours narratif, cette opération rhétorique cherche à faire basculer l'allocutaire de l'ignorance à l'engagement via un procédé elliptique en plusieurs étapes:

- ① le blanc est mieux armé pour la vie que le noir
- ② les hommes Médecins du Monde sont engagés
- ③ en les soutenant vous vous engagez

Ce procédé elliptique fonctionne au départ sur un lieu commun (le blanc > au noir) enchaîné sur un second (la vocation médicale) pour parvenir à un raisonnement d'équivalence d'actes: l'engagement des uns vaut l'engagement des autres: [ma vie c'est sa vie].

2.3 L'ETHOS DU LOCUTEUR

Parallèlement au procédé rhétorico-persuasif de paradoxe, l'affiche construit l'ethos du locuteur.

L'ethos du locuteur est surtout représenté par trois éléments en interaction: l'accroche ①, la fille & l'homme ② et le logotype ③.

On ne peut exclure cependant le fait que l'allocutaire puisse avoir une connaissance de l'ethos préalable du locuteur. On peut supposer que cet ethos social jouissait alors d'image plutôt positive dans la mesure où son président Bernard Kouchner était connu (et en vogue) et que l'association ne souffrait pas de scandale passé. Cependant le secteur humanitaire bien que porteur de valeurs euphoriques (comme aider son prochain) subissait alors le scandale de l'association ARC dont le président était parti avec la caisse. Il est à noter que depuis le mot d'ordre dans ce secteur est la transparence...

La considération apportée aux deux personnes (représentée par leurs postures et le style de la photo) associée à l'accroche et au logotype laisse une impression de sérieux et d'entité responsable.

Le traité rigoureux presque « désocialisé » de la photographie valorise d'autant plus l'engagement humain. L'ethos MDM apparaît comme profondément égalitaire.

2.4 LA POSITION DE L'ALLOCUTAIRE

L'allocutaire est positionné comme un spectateur. Il regarde l'affiche et n'est sollicité que par l'accroche [ma vie c'est sa vie]. En effet, par l'intermédiaire du pronom possessif [ma] il peut s'identifier à l'homme de l'affiche. L'engagement de l'homme-médecin de l'affiche est médiatisé par l'accroche. Le procédé est peu invasif pour l'allocutaire et relève plutôt de la concomitance entre l'engagement du médecin et celui de l'allocutaire; autrement dit, le chemin à parcourir qui va de la présentation de soi via la dimension éthique à l'intention de donner, est proportionnellement inverse à l'intensité de l'engagement chez l'allocutaire: quand la distance croît l'intensité décroît. Il nous semble alors que la probabilité est faible que l'enthymème utilisé par l'affiche se transforme en intention chez l'allocutaire. L'affiche semble trop « large »: le seul dénominateur commun aux différents raisonnements combinés texte/image semble être l'engagement; rien de plus ciblé, de plus personnel. Partant, l'allocutaire semble être un spectateur (impression renforcée par l'aspect photographie en studio) regardant le locuteur via la présence du médecin dans l'affiche.

La forme	
ma] — homme blanc adulte — européen actif...	sa] — fille noire enfant — africain inactive...
Le contenu	
être humain — respect	
opération rhétorique: le paradoxe	

position de l'allocutaire	
La forme	
via le visuel	via le texte
homme blanc médecin	[ma]
Le contenu	
l'engagement	
position de spectateur	

LES THYMIES DE L'ALLOCUTAIRE

① LES ANNONCES PRÉSUPPOSENT DES PERSONNES EN ÉTAT DE FAIBLESSE

...> secteur humanitaire + logotype.

② CE CADRE HUMANITAIRE LAISSE DEUX NOTIONS À L'INITIATIVE DES ANNONCES :

...> l'urgence et son opposé le travail à long terme.

— propagandes MDM : long terme et intemporalité(valeurs)

③ LES THYMIES DE L'ALLOCUTAIRE PASSENT PAR :

• La mise en scène du corps des personnes à secourir : le corps dévoilé, abîmé ou protégé

...> question de distance : étendue entre le corps de l'allocutaire et celui de la personne affaiblie.

• L'expression du visage de ces personnes : visage marqué par la peur, la souffrance, l'apathie, etc.

...> question d'intensité

LES THYMIES DE L'ALLOCUTAIRE

- LE LOCUTEUR A PRIS SOIN DE NE PAS SUREXPOSER VOIRE EXPOSER LES CORPS DES PERSONNES À SECOURIR

- IL A PRÉSERVÉ L'EXPRESSION DES VISAGES

- L'étendue comme l'intensité sont au centre des préoccupations du locuteur pour la mise en forme des passions

- volonté de neutraliser la force des passions générées par les corps : le respect et la projection permise

- Les autres passions de l'allocataire résultent donc des textes et des discours étant donné que tout aspect sensationnel est écarté

- les sentiments ; ils sont des états passionnels conscients qui peuvent provoquer des actions plus que de la sidération

- MDM entraîne la conscience de l'allocataire dans un mouvement orienté vers des valeurs

- qui vont permettre à leur tour l'adhésion de l'allocataire à son ethos

- mais le locuteur oriente également l'allocataire à faire des dons uniquement si

- sa conscience puis sa croyance sont emportées par ce mouvement