Sémiotique et communication Du signe au sens de
Jean-Jacques Boutaud, L'Harmattan 1998,
318 pages, 160 francs

Hugues Hotier

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/2161>

DOI : 10.4000/communicationorganisation.2161

ISSN : 1775-3546

Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

Édition imprimée

Date de publication : 1 novembre 1998

ISSN : 1168-5549

Référence électronique

Hugues Hotier, « *Sémiotique et communication Du signe au sens* de Jean-Jacques Boutaud, L'Harmattan 1998, 318 pages, 160 francs », *Communication et organisation* [En ligne], 14 | 1998, mis en ligne le 26 mars 2012, consulté le 01 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/2161> ; DOI : 10.4000/communicationorganisation.2161

Ce document a été généré automatiquement le 1 mai 2019.

© Presses universitaires de Bordeaux

Sémiotique et communication Du signe au sens de Jean-Jacques Boutaud, *L'Harmattan 1998, 318 pages, 160 francs*

Hugues Hotier

- 1 Jean-Jacques Boutaud, professeur à l'Université de Bourgogne, est en train de devenir un, sinon le, spécialiste de la sémiotique du goût. Plus exactement, et il en parle dans cet ouvrage très récemment paru, il s'efforce de comprendre comment se construit l'image gustative. Ce n'est pas parce qu'il excelle dans ce domaine au point d'en devenir une référence reconnue qu'il faudrait l'enfermer dans cette spécialité par trop étroite. *Sémiotique et communication* nous propose une interprétation d'un champ autrement large. Qu'on en juge. La première partie, intitulée « Sémiotique et modélisation en communication » examine trois paradigmes essentiels : le paradigme du signal ou la fonction télégraphique de la communication, le paradigme du système ou la fonction orchestrale de la communication, le paradigme de la signification ou la fonction sémiotique en communication (*en* et non pas *de la*). La deuxième partie, « Un sens à construire », gravite autour des notions d'énonciation et de construction et coproduction du sens. La troisième partie traite des relations entre image et communication et pose la question du bien fondé d'une sémiopragmatique visuelle qui prendrait la place des sémiotiques visuelles. C'est dans la quatrième partie qu'est traitée la sémiotique du goût. Le goût est, en fait, présenté comme un terrain d'expérience où l'on peut observer la construction d'une représentation, l'image gustative.
- 2 Jean-Jacques Boutaud nous invite à la rencontre de deux disciplines qui, comme il le fait remarquer, ont toutes deux connu des difficultés à se dégager de leurs mères porteuses : la théorie de l'information pour l'une, la linguistique pour l'autre. Il y a chez cet auteur une heureuse aptitude à communiquer sa recherche et à communiquer sur sa recherche. Et quand le travail porte sur la communication, on sait ce que cela veut dire. Jean-Jacques Boutaud métacommunique bien, on se plaît à le relever. Point d'inféodation, point de querelle de chapelle, on est ici en présence d'une recherche distanciée même si on sent

parfois poindre la passion, positive, pour l'objet. Pas de discours péremptoire, pas de prétention à dire l'orthodoxie. C'est cadré, précis, honnête. Jean-Jacques Boutaud est un chercheur authentique. Il ne manque pas même la visée prospective qu'ouvrent les questions qu'il pose in fine.

- 3 On peut être érudit sans être cuistre. On peut être compétent sans être prétentieux. On peut être pédagogue sans être donneur de leçons. Voilà l'un des enseignements supplémentaires que l'on tire de la lecture de cet excellent ouvrage.