

## RÉSUMÉS — *Summaries*

**John Durham PETERS, Eric W. ROTHENBUHLER, *Au-delà de la peur des images. La réalité de la construction***

A partir d'une réflexion sur la méfiance ou la réprobation à l'égard des images que manifestent plusieurs traditions philosophiques ou religieuses, notamment la Loi mosaïque, la théorie platonicienne, et la tradition des empiristes anglais Bacon, Locke, Hobbes, Hume, cet article propose une analyse plus générale de la nature de la communication et des discours qui s'y rapportent. Cette analyse s'appuie sur quelques exemples empruntés au domaine des médias, mais elle ne porte pas exclusivement sur ce domaine. Elle vise à démontrer que la production d'images à laquelle se livrent les médias, loin d'éliminer la possibilité d'une communication véritable, révèle en fait certaines des caractéristiques propres à toute communication. Ces caractéristiques étaient longtemps restées implicites. Avec l'événement des médias, elles émergent au grand jour, réactivant les craintes qui sous-tendent les grandes traditions iconoclastes. Ces caractéristiques renvoient à la thèse bien connue d'une construction sociale de la réalité. La position défendue ici est que, loin de devoir mener à un scepticisme généralisé, ou à une herméneutique du soupçon avant tout soucieuse de démasquer l'artifice ou la manipulation, le caractère construit des phénomènes sociaux ne s'oppose en rien à leur réalité. On peut alors parler non seulement d'une « *construction de la réalité* » mais aussi d'une « *réalité des constructions* », et soutenir avec Lewis Mumford, que ce qu'on baptise le « réel », n'est rien d'autre que le « résultat d'une multitude de transactions et d'échanges continus entre l'organisme humain et son environnement ».

### **The reality of construction**

*Stemming from a reflexion on the distrust or denigration of images that characterizes many philosophical or religious doctrines, from Moses' and Plato's condemnations, to empirist doctrines (Bacon, Locke, Hobbes, Hume), this paper proposes a general theoretical argument about the nature of communication and discourse about it. The argument is motivated by some issues in media studies, but is not limited to them. In fact, we suggest that the media, rather than ruining communication (via the manipulation of images), reveal something profound about communication that was easier to leave implicit in earlier times. Thus they reactivate some of the fears that were present in various iconoclastic traditions.*

*What is being revealed is closely related to the well-known thesis of the social construction of reality. Our argument, here, is that this constructed character does not entail any need for generalized scepticism, and does not call for a hermeneutics of suspicion intent on unmasking manipulation or artifice. In fact, the social constructedness of social phenomena is in no way antithetic to their reality. If one recognizes that there is a "construction of reality", one can recognize as well that there is a reality to the construction, and finally admit with Lewis Mumford that... "all that can be called 'real' is the outcome of a multitude of sustained transactions and interrelations between the human organism and the environment".*

### **Eliséo VERON, *De l'image sémiologique aux discoursivités. Le temps d'une photo***

De par sa volonté de devenir une discipline s'appropriant tous les systèmes de signes plutôt qu'une démarche particulière problématisant la production de sens au cœur de phénomènes dont s'occupent diverses sciences sociales, la sémiologie française se donna d'abord comme tâche la construction d'une sémiologie de l'image. Ce projet a échoué. D'où l'importance historique de la sémiologie du cinéma, qui s'est définie comme une recherche portant sur un média spécifique, et non pas sur l'image en général. Le cas de la photographie et de son histoire depuis le milieu du XIX<sup>e</sup> siècle est exemplaire pour illustrer l'évolution des usages d'un support technique travaillé par la société et la culture. L'intuition contenue dans *La chambre claire*, de Roland Barthes, sur la relation de la photographie avec le développement de l'individualisme, permet d'esquisser les fondements d'une démarche sémiotique, concernée par la complexité du fonctionnement des discours sociaux, par opposition à une sémiologie érigeant une matière signifiante (l'image) en prétendu objet d'une analyse immanente.

### **From the semiotic image to discursivity : the time of a photo**

*Because its aim was to become a discipline englobing all systems of signs, instead of a particular approach examining the production of meaning within phenomena studied by different social sciences, French semiology decided to build a semiology of the image. This project was a failure.*

*Hence the historical importance of the semiology of cinema, defined as the investigation of a specific medium and not of images in general. The case of photography and its history since the middle of the 19th century is a good example to illustrate the evolution of social and cultural uses of a technical support. Roland Barthes' intuition in La chambre claire about the relation of photography to the development of individualism, allows us to sketch the foundations of a semiotic approach concerned with the complex functioning of social discourses, as opposed to a semiology that tries to make a kind of significant matter (image) the so-called object of an immanent analysis.*

**Igal BURSZTYN, *Le visage comme champ de bataille. Gros plans, visages d'acteurs et enjeux identitaires dans le cinéma israélien***

Cet article s'intéresse aux visages filmés entre 1911 et 1980, dans ce qui constitue maintenant l'Etat d'Israël. Que reste-t-il, si l'on s'en tient aux gros plans, et aux cadrages serrés, de près d'un siècle d'Histoire ? Peut-on, à partir de l'évolution des visages montrés par le cinéma hébreu, avant et après l'établissement de l'Etat d'Israël, dégager le va-et-vient qui s'instaure entre des choix idéologiques et des critères esthétiques ? Ces visages seront ici interrogés comme on utilise un miroir. Que disent-ils de la culture, qui, en les filmant, les a pris comme emblèmes ? La jeune culture israélienne est-elle capable de dire par le cinéma ce qu'elle est ?

**Face as battlefield**

*This paper discusses the faces of actors and non actors filmed between 1911 and 1980 in what now constitutes the state of Israel. What can one say about almost a century of close-ups? Does the evolution of the faces shown by the Hebrew cinema, before and after the creation of the state of Israel, help us understand the interaction between aesthetic criteria and ideological choices? Faces shown in close-up could be seen as so many mirrors. What do these faces say about the culture which, by selecting them, adopted them as its emblems? Has the young Israeli culture been able, so far, to address, in cinematographic terms, the question of its identity?*

**John David VIERA, *La propriété des images : l'exemple américain***

Dans quelles conditions un individu est-il propriétaire de sa propre image ? La question peut se poser aussi bien à des personnes anonymes qu'à des stars de cinéma. La jurisprudence américaine a tranché de diverses manières les conflits qui peuvent apparaître entre droit à l'information, droit à la vie privée et droits d'exploitation commerciale. Quelques principes et quelques cas concrets sont discutés ici.

### **Images as property : the American example**

*What claim does an individual have to his own image? The question arises both for ordinary people and for cinema stars. The American courts have taken different rulings in the conflicts that are liable to arise between the necessities of public information, rights to private life and commercial rights. Some principles as well as some concrete examples are discussed here.*

### **Dominique MEHL, La « vie publique privée »**

Les émissions de l'intimité qui affluent sur les écrans cathodiques français contribuent à remodeler les rapports entre espace public et espace privé dans les sociétés contemporaines. La psychologisation du jeu social et la mise en scène du relationnel nourrissent un processus de subjectivisation où le regard supplante le verbe, la monstration l'emporte sur la démonstration. L'exhibition des affects et la valorisation de l'expérience individuelle deviennent des prismes de lecture du monde social.

### **“Private public life”**

*French screenviewers are offered a host of programmes where the emphasis is on intimacy. Their effect has been to contribute to a remodelling of the balance between public and private space in contemporary societies. Social interplay is permeated by psychology and this, coupled with a staging of the relational, favours a process of subjectivisation where the eye replaces words, monstration being of greater import than demonstration. The exhibition of affects and the valorisation of individual experience become prisms for interpreting the social world.*

### **Dan HALLIN, Images de guerre à la télévision américaine : le Vietnam et le Golfe persique**

A l'occasion de la guerre du Golfe, Dan Hallin, reprenant les conclusions de sa recherche sur la guerre du Vietnam, rappelle que la télévision américaine n'a jamais joué un rôle moteur dans le déroulement du conflit. Ni porteurs d'un discours pacifiste, ni d'interventions subjectives, les médias audiovisuels américains n'ont fait qu'accompagner l'opinion américaine majoritaire. D'abord favorable à la guerre, celle-ci s'est progressivement opposée à la guerre à partir de l'offensive du Têt en 1968. La guerre du Golfe « courte et glorieuse » a elle aussi rencontré à la télévision la guerre du Vietnam : gageons que si elle avait duré plus longtemps, avec moins de succès, les choses auraient suivi la même évolution que dans le conflit précédemment étudié...

### **Images of war on American television : Vietnam and the Persian Gulf**

*At the outbreak of the Gulf war, Dan Hallin refers to the conclusions of his research on the Vietnam war to affirm that American television has never acted as a "driving force" in the conduct of war. American audiovisual media are bearers neither of pacifist discourse nor of subjective interventions; they simply accompany the opinion of the American majority. Although initially in favour of the war, American public opinion gradually began to oppose it as of the 1968 Têt offensive. The "short and glorious" Gulf war also encountered the Vietnam war on television, in fact the odds are that had it lasted longer and been less successful, things would have followed a course similar to that of the previously studied conflict...*

### **Marc FERRO, Dominique WOLTON, *Guerre et déontologie de l'information***

L'un et l'autre, chacun auteur du livre écrit « à chaud » sur la manière dont les médias se sont emparés de la guerre du Golfe, reviennent sur les quelques « slogans » qui ont scandés le déroulement de ce conflit.

Guerre en direct ? Triomphe de l'information ? Diplomatie médiatique ? Qu'en était-il véritablement avec le recul, se demandent Marc Ferro et Dominique Wolton dans une discussion à bâtons rompus ?

### **War and the ethics of information**

*The two authors of this article having both written books "in the heat of the moment" on the way the media seized on the Gulf War, reconsider the various "slogans" that emerged in the course of the conflict : War broadcast live, the triumph of information, Media diplomacy ? Marc Ferro and Dominique Wolton informally discuss the conflict, now that they are able to stand back from events, in an attempt to discover the truth of the matter.*

### **Daniele CARAMANI, Véronique MOTTIER, William OSSIPOW, *La guerre du Golfe et la presse genevoise***

Ce texte expose les résultats d'une analyse comparative portant sur la présentation de la guerre du Golfe dans quatre quotidiens suisses (genevois). Les auteurs ont pris en compte différentes dimensions : les aspects techniques et discursifs de la présentation de l'information, la dramatisation de l'événement, la présentation des acteurs du conflit ainsi que l'engagement des quotidiens. Cette démarche permet de distinguer trois types de traitement de l'information.

### **The Gulf War and the Geneva press**

*This article presents the results of a comparative analysis of news coverage with regard to the Gulf War in four Swiss (Geneva) daily newspapers. The authors have considered several dimensions : technical and discursive aspects of the information, dramatisation of the event, presentation of actors taking part in the conflict, as well as the attitude of each newspaper towards the war. This study identifies three types of news coverage in the Geneva press.*

### **Kurt R. HESSE, *Télévision et révolution. L'influence des médias occidentaux sur le changement politique en RDA***

Dès les premières lignes, l'auteur prévient qu'il n'est pas question, malgré ce que laisserait supposer son sous-titre « *L'influence des médias occidentaux sur le changement politique en RDA* », de réduire les transformations politiques fondamentales dans ce pays à une « *télé-révolution* ». Ce préalable posé, il cherche à repérer les fonctions des médias audiovisuels occidentaux et le rôle joué par cette présence constante, massive des chaînes de télévision de l'Ouest dans un pays communiste. Kurt Hesse distingue plusieurs époques, avant la *Glasnost*, lorsque l'opposition politique n'a pas droit de cité en RDA, pendant et au moment de la chute du régime. Plusieurs théories se sont confrontées, disant la plupart du temps une chose et son contraire. Seule certitude : la complexité encore une fois, de distinguer l'influence des images sur les changements politiques et sociaux.

### **Television and revolution. The influence of western media on political change in the German Democratic Republic**

*The author cautions from the start against interpreting the subtitle : "The influence of Western media on political change in the GDR", as implying that the radical political transformations in the GDR were a mere "tele-revolution". Having established this point, he then tries to identify the functions of Western audiovisual media and the role played by the constant and massive presence of television channels from the West in a communist country. Kurt Hesse distinguishes three periods : before Glasnost, when political opposition in the GDR was nonexistent, during and at the fall of the regime. The theories put forward are mostly contradictory, but one thing remains certain and that is that measuring the influence of images on political and social change is once again an operation of great complexity.*

### **Dan HALLIN, Paolo MANCINI, *Rencontres au sommet : vers une sphère publique internationale ?***

Les nouvelles formes de diplomatie télévisée que représentent les rencontres au sommet, comme celles qui réunirent Ronald Reagan et Mickhaïl Gorbatchev, en 1985 à Genève, en 1987 à Washington, en 1988 à Moscou, peuvent se lire dans plusieurs perspectives. L'une renvoie au

paradigme des cérémonies télévisées qui se construit sur une théorie durkheimienne de l'intégration en faisant appel à l'anthropologie du rituel de Victor Turner. L'autre renvoie aux recherches sur la constitution de la sphère publique et notamment à des formulations inspirées par Habermas. Présentant l'une et l'autre perspective, cet article, en insistant sur la seconde, pose la question de savoir si, à travers de tels événements, on assiste véritablement à l'émergence d'une sphère publique internationale.

La réponse est négative car, si l'on en juge par ce premier niveau de réception que constitue la couverture de l'événement par un certain nombre de télévisions nationales (italienne, russe, américaine), deux constatations s'imposent : 1) Le compte rendu de l'événement est toujours offert dans une perspective propre à chacun des espaces publics nationaux ; 2) A l'intérieur de ceux-ci, le discours étatique constitue invariablement une référence privilégiée par rapport au discours civil. Si la perspective durkheimienne permet de décrire l'ambition universaliste de l'événement, il faut alors tenir compte des versions particularisées qui s'en donnent dans les différents espaces publics.

**Summits and the constitution of an international public sphere.  
The Reagan /Gorbachev meetings as Media events**

*Recent forms of television diplomacy — the Reagan/Gorbachev meetings of 1985, 1987, 1988, for example — can be interpreted in two perspectives. The “media events” paradigm, is built on a Durkheimian theory of societal integration, and on Victor Turner’s theory of rituals. The “public sphere” paradigm, is largely derived from the work of Jürgen Habermas. Using both perspectives, but stressing the latter, the authors focus on a specific question : Do media events of this type entail an internationalization of the public sphere? The answer is negative. Taking the coverage of the summits — by Italian, Russian, American television — as an example of how the event is received in each country, the authors offer two conclusions : 1) The account of the event displays characteristics that are specific to each of the national public spaces. 2) Within each of these spaces, statist discourse is always given priority over that of civil society. Thus, if a Durkheimian perspective seems helpful concerning the universalist ambitions of the event, one must nevertheless stress that each public space produces a particularist version of the same event.*

**Marie-Françoise LÉVY, Les représentations sociales de la jeunesse à la télévision française, dans les années soixante**

Dans les années soixante, la famille s'affirme comme un des thèmes récurrents de la télévision française de service public. Dans ce contexte, la jeunesse devient un enjeu non négligeable de la production : un sujet qui dorénavant s'inscrit dans les grilles de programmes. Deux genres

s'assignant des fonctions distinctes sont repérables : le magazine et la série documentaire assurant la gestion des faits familiaux et des modes de vie en famille ; le magazine d'actualités informant sur des mouvements sociaux latents. Ces émissions traduisent des logiques d'intervention éclairant ainsi une pluralité de fonctions de la télévision : celle de sa participation à la production des normes contribuant au processus de régulation des personnes et des familles ; celle d'accompagnement ou d'anticipation de l'évolution des mœurs ; celle de symptôme d'un malaise social.

#### **Social portraits of the young on French television in the sixties**

*In the 1960's, the family was one of the recurring themes on French public television. Within this context, the young were a topic of considerable production interest, in other words, a subject that was taken into account in program scheduling. Two types of television program with their own distinctive functions stood out : the documentary magazine and series, which collaborated in the organization and outlining of family developments and lifestyles ; news magazines, which informed viewers about underlying social movements. Those programs conveyed attitudes that demonstrate the multiple functions of television, how it plays a part in the production of standards that contribute to individual and family regulatory processes ; supports and anticipates the evolution of custom and behaviour and reflects social discontent.*

#### **Arnaud MERCIER, L'institutionnalisation de la profession de journaliste**

Parmi les multiples facteurs explicatifs du traitement des informations télévisées, cet article développe la notion d'identité journalistique, à partir de l'idée que la délimitation d'un espace professionnel reconnu et autonome contraint les journalistes, aujourd'hui encore, à respecter certaines valeurs et pratiques pour obtenir un statut social et juridique valorisant. C'est donc un retour sur les sources de l'identité journalistique qui est proposé, au moment de l'institutionnalisation de la profession, dans les années 1920-1930. Il s'agit d'étudier les réseaux de soutien, les répertoires de légitimité, les stratégies de clôture du groupe utilisés par le Syndicat national des journalistes, principal artisan de l'obtention du statut professionnel des journalistes, grâce à la loi de 1935.

#### **Institutionalization of the professional journalist**

*This article examines one of the many factors explaining the treatment of televised news — the notion of journalistic identity — on the assumption that the existence of a recognized autonomous professional sphere forces journalists to respect certain values and practices, even today, in order to gain a reputable social and juridical status. Going back to the beginnings of journalistic identity and*

*the institutionalization of the profession in the 1920-30's, it studies the support networks, repertoires of legitimacy and group closure strategies employed by the National Trade Union of Journalists, the main body responsible for winning recognition of the profession with the law of 1935.*

**Peter DAHLGREN, *L'espace public et les médias : une nouvelle ère ?***

Pour décrire l'espace public à l'ère des nouveaux médias, Peter Dahlgren part du modèle élaboré par Habermas. La critique de celui-ci consiste d'abord à remettre en cause un de ses présupposés, celui de l'espace public idéal du XVIII<sup>e</sup> siècle. Celui-ci ne relèverait-il pas plutôt d'une utopie normative ? L'auteur propose ensuite d'enrichir ce modèle par les connaissances empiriques accumulées depuis les années cinquante. Ainsi, sans faire disparaître totalement les inquiétudes du philosophe, il sera possible de dépasser l'idée de décadence de l'espace public au cœur de la théorie de Habermas.

**The public sphere in the new Media age**

*Peter Dahlgren sets out to describe the public sphere in the new media age, his first step being to critically examine the model evolved by Habermas. This brings him to question the presupposition of an ideal 18th century public sphere, surely more appropriately considered as a normative utopia. Were this model enlarged to include the mass of empirical knowledge acquired since the 1950's, as the author suggests, then, without totally eliminating the philosopher's doubts, it would be possible to advance beyond the core concept of a decadent public sphere.*

**Jean MOUCHON, *L'information politique en champ et contre-champ***

Les progrès de l'électronique, le bouleversement des modes de diffusion par les satellites et la place prépondérante de la télévision dans l'information de masse accentuent le pouvoir de l'image. Mais, parallèlement, les nouvelles formes de présentation comme le direct, le continu ou le spectaculaire transforment le fonctionnement du système informatif. Le journaliste est de plus en plus soumis à la logique des pouvoirs dominants (politique, économique, militaire) et, l'image d'information court le risque de devenir un élément de gestion des opinions publiques.

**Political information in shot — reverse shot**

*Parallel to the greater power the image has acquired due to progress in the field of electronics, revolutionary changes in modes of diffusion by satellite, and the predominant role of television in mass news transmission, the new forms of presentation (direct, non-stop or the spectacular for*

*instance) result in functional transformations in the informative system. The journalist finds himself increasingly subjected to the logic of the dominant (political, economic and military) powers, the risk for the news image being its possible use as a tool to manage public opinions.*

**Michel GHEUDE, *La réunion invisible***

Cet article étudie la télévision sous l'angle de la réunion et de la participation, à partir d'un paradoxe constitutif, l'image télévisuelle rend le monde visible, mais ceux qui se réunissent pour la voir, restent invisibles les uns aux autres. Ce paradoxe structure la dualité de l'attitude du citoyen à l'égard de la télévision. D'une part, il apprécie la télévision parce qu'elle le fait participer activement au monde. D'autre part, il la suspecte de le manipuler en le faisant participer à des groupes qu'il n'a pas choisis.

**The invisible reunion**

*This article examines television from the angle of reunion and participation, its starting point being a constituent paradox. Televised images make the outside world visible yet those who gather to watch remain invisible one to the other. Hence a dual attitude to television: one of appreciation for the active participation in the world that television allows, and another, marked by the suspicion that the spectator is being manipulated when he participates in groups he has not chosen.*

**Agnès CHAUVEAU, *Un idéaltype : la communication du Premier ministre Laurent Fabius, juillet 1984-mars 1989***

La communication du Premier ministre Laurent Fabius constituait à bien des égards un cas d'école car elle intégrait *de facto* toutes les techniques, tous les paramètres alors désignés comme indispensables et s'érigait en modèle : celui d'une *bonne communication politique moderne*. Elle était le reflet d'une nouvelle culture politique et témoignait de l'engouement pour un prototype spécifique et novateur de communication politique : le modèle *marketing*. Pourtant ce modèle n'était pas sans faille et le débat Chirac/Fabius du 27 octobre 1985 en révéla toutes les faiblesses. La machine des interprétations *a posteriori*, qui avait jusqu'alors si bien servi le « jeune Premier ministre », se retourna brusquement contre lui et vint altérer durablement son image. L'histoire de la communication de Laurent Fabius permet d'illustrer les effets pernecieux d'un système. Laurent Fabius se révèle en effet victime des *chimères de son temps*.

**An ideal type : the communication strategy of the French prime minister Laurent Fabius, from July 1984 to March 1989**

*In many respects the communication strategy of the French prime minister, Laurent Fabius, was a textbook example since it incorporated de facto the many techniques and parameters that were considered indispensable at the time and set itself up as a model of good modern political*

*communication. It mirrored a new political culture, attesting to the craze for an innovative specific prototype of political communication known as the marketing model. The model was not without its shortcomings however, as became apparent during the Chirac/Fabius debate of October 27, 1985. The a posteriori interpretation machine which, until then, had served the "young prime minister" so well, suddenly turned against him, causing lasting damage to his image. The story of Laurent Fabius' communication serves to illustrate the pernicious effects of a system. In fact, Laurent Fabius fell victim to the wild dreams of his time.*

**Michael SCHUDSON, *Politique et mythologie télévisée***

L'auteur revient sur les trois exemples les plus célèbres à l'origine de la « telemythology » : le débat Kennedy-Nixon, la guerre du Vietnam et la popularité du Président Reagan. Contrairement à ce qui a été beaucoup dit, l'image, dans ces trois événements, n'aurait pas joué le rôle qui lui a été prêté généralement.

**Politics and Telemythology**

*The three best-known examples of "telemythology", as it later came to be known, are the Kennedy-Nixon debates, the Vietnam war and President Reagan's popularity. The author reconsiders these events and, in opposition to current opinion, asserts that images did not play the role they are generally supposed to have played.*

**Philippe MARION, *L'émotion télévisée : les funérailles du roi Baudouin***

La mort du roi Baudouin, souverain discret, a profondément bouleversé la population belge. Bousculés eux aussi — et solidaires de l'émotion populaire — les médias ont adopté, dans leur couverture de l'événement, une sorte de crescendo dans l'affect. A un point tel que le véritable événement semble être progressivement devenu cette émotion elle-même, dans son ampleur imprévisible. Après avoir posé le « récit médiatique » en tant que cadre conceptuel de référence, le texte propose une analyse du traitement journalistique de l'émotion. Comparant, dans un premier temps, la couverture des différents médias d'information, l'attention se porte principalement sur la représentation télévisuelle. En privilégiant massivement les micro-trottoir et les mises en scène de proximité avec la foule en émoi, la relation télévisuelle du deuil national s'est placée dans une attitude d'intense contiguïté avec l'affect collectif. Reflétant, prolongeant, exacerbant tout à la fois celui-ci.

### **Television and affect. The death of Baudouin the First**

*The Belgian people were deeply moved by the death of Baudouin the First, their quiet but greatly appreciated King. Following the mood of the people, the media covered the event with increasing emotion, to the point where, gradually, the unforeseen magnitude of the people's emotion became a significant event in its own right. This paper analyses the journalistic handling of mass emotion, using the "mediatic story" as a conceptual reference framework.*

*Comparing the coverage of the various media, attention is focused particularly on the manner in which the event was represented by TV. The TV reports on the funeral ceremonies and national mourning indeed aimed at highlighting the emotions of the masses, by extensive use of "sound bits taken from passers-by" and with images of the emotional crowds in the background of the TV comments. This simultaneously mirrored, extended and intensified the mourning.*

### **Kim Christian SCHRØDER, *Discours critique ou marketing. Les enjeux d'une sémiotique de la publicité***

L'auteur observe la crise de la sémiotique dans les années quatre-vingt. Le marketing ayant « récupéré » les techniques des sémioticiens, ces derniers se retrouvent dans une position ambiguë et le discours critique est en porte-à-faux. Quel est donc leur nouveau rôle social ? Aider les annonceurs à vendre ? ou continuer à travailler au milieu de l'« anarchie » des connotations ? Travailler sur la réception des messages publicitaires et étudier les nouvelles formes prises par la publicité, telles sont les nouvelles voies qu'il conviendrait dorénavant d'explorer selon Kim Ch. Schrøder.

### **Marketing or Semiotics as a challenge to critical Semiotics**

*The author examines the crisis of semiotics in the 1980's. Semioticians recognized the ambiguity of their situation when they realized that the marketing professions had "recuperated" their techniques. Critical discourse began to waiver. A new social role needs to be defined for the semiotician. Should it be to help the salesman sell or rather to continue research amidst the "anarchy" of connotations? For Kim Schrøder future efforts need to be directed to research on the reception of publicity messages and to studying the emergence of new forms of publicity.*