

TABLE DES MATIERES

AVANT - PROPOS

I	- SITUATION DE LA POETIQUE	1
	1 - <i>La sémiotique</i>	1
	2 - <i>La poétique et le style</i>	3
II	- LE MODELE LINGUISTIQUE	6
	1 - <i>Les différences négatives</i>	6
	2 - <i>La sémantique</i>	8
	3 - <i>L'originalité poétique</i>	11
III	- QUELQUES PROBLEMES ESSENTIELS	14
	1 - <i>La communication</i>	14
	2 - <i>La nature du signe</i>	17
	3 - <i>Le mouvement dans l'oeuvre</i>	17
	4 - <i>Le matériau</i>	18
	5 - <i>Le message</i>	20
IV	- ORGANISATION DE LA RECHERCHE	21

PREMIERE PARTIE

L'ART ET LE LANGAGE	23
CHAPITRE I : L'ALLEGORIE	25
INTRODUCTION	25
A - ASPECTS DES ALLEGORIES PICTURALES	27
1 - <i>L'allégorie et le langage</i>	27
2 - <i>L'allégorie et l'abstraction</i>	31
3 - <i>L'allégorie et le style</i>	36
4 - <i>Réflexions générales sur l'allégorie picturale</i>	43
B - LE TEXTE ET LE DESSIN	44
1 - <i>Un texte littéraire allégorique</i>	45
2 - <i>Un dessin allégorique</i>	47
3 - <i>Le ton dans l'allégorie : ironie ou harmonie</i>	54
C - POUR UNE SEMIOTIQUE DE L'ALLEGORIE	57
1 - <i>Incarnation et mise en situation de l'icone verbal</i>	57
2 - <i>Dans l'allégorie iconique : les figures de style et le titre</i>	59
3 - <i>Dans l'allégorie littéraire : le rôle du titre et sa nécessité</i>	61
4 - <i>Du verbal iconisé : classement des allégories selon leur degré de dépendance vis à vis du langage</i>	65
5 - <i>Renversement de la relation par rapport au langage : l'image perçue est manipulée par le langage et les figures de style</i>	72
CONCLUSION SUR L'ALLEGORIE	77
1 - <i>Réduction et univocité</i>	78
2 - <i>De l'abstrait au concret</i>	79
3 - <i>La référence</i>	80
4 - <i>Allégorie artistique et imagination</i>	81
ILLUSTRATIONS DU CHAPITRE I	84
CHAPITRE II : L'IMAGE PUBLICITAIRE	115
INTRODUCTION	115
A - L'INFLUENCE DU MODELE LINGUISTIQUE	118
1 - <i>Icone et texte dans l'image publicitaire</i>	118
2 - <i>Le discours de l'image publicitaire</i>	122
3 - <i>Images, signes, écriture</i>	134

B - LA RHETORIQUE DE L'IMAGE PUBLICITAIRE	137
1 - <i>Justification de la recherche d'une rhétorique spécifique</i>	137
2 - <i>Synesthésie</i>	141
3 - <i>L'allégorèse et la séduction</i>	145
4 - <i>L'allégorie et le message</i>	152
5 - <i>L'art de persuader</i>	160
C - L'ECRITURE "INSIGNE" DE L'IMAGE PUBLICITAIRE	163
1 - <i>La suppression des codes : l'emblème et l'image de marque</i>	163
2 - <i>Le jeu graphique</i>	165
3 - <i>Pictogrammes et idéogrammes</i>	167
4 - <i>Art et publicité</i>	171
CONCLUSIONS : <i>emblématique, référence, signe, écriture</i>	174
ILLUSTRATIONS DU CHAPITRE II	177

DEUXIEME PARTIE

ASPECTS DE LA MATIERE DANS L'OEUVRE D'ART .. 185

CHAPITRE I : LES MATIERES PREMIERES	187
A - LA RECHERCHE D'UNE MATIERE ORIGINELLE	187
1 - <i>La quête nostalgique d'une pure nature</i>	187
2 - <i>La nomination : le monde visible et le monde invisible</i>	191
3 - <i>Arts bruts</i>	195
B - LA CULTURE COMME MATIERE PREMIERE	197
1 - <i>Aspects concrets des produits culturels : matière graphique, matière sémantique</i>	197
2 - <i>D'un système à l'autre</i>	201
C - LES CHOSES	204
1 - <i>Les choses et les matières</i>	204
2 - <i>L'homme et les choses</i>	208
3 - <i>L'empreinte : le contact du monde et de l'imaginaire</i> ..	211
CHAPITRE II : LA PRODUCTION	219
A - LE CHOIX DES MATERIAUX	219
1 - <i>Matériels, matériaux, matières</i>	219
2 - <i>Recherche des matières</i>	221
3 - <i>Réalité et vérité</i>	227

B - LA MISE EN FORME	232
1 - <i>Le système et la clôture</i>	232
2 - <i>La visualisation de l'énoncé</i>	235
3 - <i>La formule</i>	237
4 - <i>La répétition</i>	243
C - LE FORMALISME DYNAMISE	244
1 - <i>La mécanique des formes</i>	244
2 - <i>Les polysystèmes et l'espace</i>	248
3 - <i>L'espace-temps retrouvé</i>	250
4 - <i>La rupture</i>	255
CHAPITRE III : LA CREATION	259
A - LES SOURCES D'ENERGIE	259
1 - <i>Accumulation</i>	261
2 - <i>Animisme</i>	266
3 - <i>Fission</i>	271
B - L'ACTION DE L'ARTISTE	277
1 - <i>Comprendre</i>	277
2 - <i>Maîtriser</i>	281
3 - <i>Ecriture, peinture</i>	286
4 - <i>La réactivation du signe</i>	306
C - METAMORPHOSES	312
1 - <i>Echanges, osmose</i>	312
2 - <i>Du matériau à la matière</i>	316
3 - <i>Matière et énergie</i>	320
4 - <i>Synesthésie et valeur du signe</i>	322
5 - <i>Moyens matériels, moyens conceptuels</i>	325
D - LE STYLE	329
1 - <i>L'art et le style</i>	329
2 - <i>Le plaisir du sens</i>	333
3 - <i>Les signes vifs</i>	336

TROISIEME PARTIE

LE MESSAGE DE L'OEUVRE D'ART

CHAPITRE I : LES ASPECTS DE LA FORME	343
A - ASPECTS THEORIQUES	343
1 - <i>La "forme" en linguistique</i>	343
2 - <i>La "valeur" et l'idée de synthèse</i>	344
3 - <i>Substance, forme, matière</i>	345

B - LES JEUX DE LA SUBSTANCE	348
1 - <i>La substance dans le poème "Hérodiade" de</i>	
<i>S. Mallarmé</i>	349
. Du matériel verbal à la matière sensible.....	349
. Les mots fertilisés : substance et synesthésie	352
. Destruction du lexème : le jeu de la forme	
et de la substance	356
. Conclusions sur les mots et les couleurs	358
2 - <i>La substance dans le tableau : "Salomé" de</i>	
<i>G. Moreau</i>	361
. Les couleurs	361
. Signes et contours	364
. Conclusion sur l'idée de "substance" dans le	
tableau	369
<i>Conclusion générale : la substance dans l'oeuvre</i>	
<i>artistique</i>	371
C - LES STRUCTURES SIGNIFIANTES	373
1 - <i>Les structures signifiantes du poème</i>	375
. Syntaxe	375
. Formes verbales	377
. Possessifs	377
. Substantifs	379
2 - <i>Les structures signifiantes du tableau</i>	381
. Forces	
. Existence du matériau	
. Geste	
<i>Conclusion</i>	383
D - LES ENSEMBLES SENSIBILISANTS	384
1 - <i>Rythme, souffle, sonorités</i>	386
2 - <i>Jeu visuel, tactile, gestuel</i>	393
<i>Conclusion générale</i>	399
. Représentation figurative	
. Structures et matière sensible	
. Matériau et substance	
. Valeur	
. Forme	
E - ETUDE DE LA PASSANTE DE SCEAUX (R. CHAR).....	404
1 - <i>Isomorphismes ; le sens des structures</i>	406
. Triangle	406
. Front	408
. Mouvement	411
. Divergences	413
2 - <i>Aspects du style : illusion , écriture, espace</i>	416
. Acteurs	416
. Action	417
. Laconisme	420
. L'espace et le temps	422

REFLEXIONS SEMIOTIQUES	424
. Le signe	424
. La production du sens	427
. Les lectures	429
CHAPITRE II : LE SYMBOLE	435
INTRODUCTION	435
1 - <i>Un lieu à la surface</i>	435
2 - <i>Problèmes de définition</i>	436
. Le symbole utilisé comme signe	438
. Le symbole utilisé comme indice	439
A - LE SYMBOLE DANS LE POEME <i>BRISE MARINE</i> (S. MAILLARME).....	443
1 - <i>Aspects tropologiques et linguistiques</i>	443
. Icone, symbole, métonymie	444
. Signe iconique	445
. La perte de la référence	447
2 - <i>L'entrée en force de l'imaginaire</i>	450
. Le passage du symbole culturel au symbole poétique : étude du titre	451
. Métonymie et généralisation	451
. La métaphore ; le rôle des qualificants ; dénotation, connotation	458
3 - <i>Le symbole poétique</i>	462
. Niveaux de lecture	462
. Isotopies et archétypes	470
. Représentations schématiques	474
<i>Conclusion : le symbole dans le poème</i>	477
B - LE SYMBOLE DANS LE TABLEAU <i>MEDEE FURIEUSE</i> (E. DELACROIX) ..	479
1 - <i>L'importance des symbolismes</i>	479
. Le symbole littéraire	479
. Les symbolisations de l'univers	482
. Importance du symbolisme dans l'histoire de l'art ..	485
2 - <i>Le texte pictural et le langage</i>	489
. Vocabulaire, métonymie iconique, titre	489
. Les codes de reconnaissance	494
. Dénotation et lexicalisation ; du signe à l'indice..	496
3 - <i>Le rôle de l'imaginaire dans la perception</i> <i>symbolique</i>	499
. Une relative libération par rapport au langage : les isotopies du contenu	499
. Isotopies et message qualificatif	501
. Le "poignard" et les indices	506
. Le symbole	510
. L'art et le figuratif ; symbole et style	512
<i>Conclusion sur le symbole dans l'oeuvre picturale</i>	515

CONCLUSION : <i>Le symbole et l'oeuvre d'art</i>	519
1 - <i>Contenu et situation ; lecture globale et niveaux de lecture</i>	519
2 - <i>Aspects du symbole</i>	521
3 - <i>Peinture et poésie : variations</i>	524
CHAPITRE III : LE MYTHE	527
INTRODUCTION : <i>Symbole, allégorie, mythe</i>	527
A - LE RECIT DE LA TRADITION CULTURELLE	531
1 - <i>Références culturelles</i>	531
2 - <i>Originalité de "Salomé", de G. Moreau</i>	536
3 - <i>Du récit dramatique au poème : "Hérodiade" de S. Mallarmé</i>	542
<i>Conclusion</i>	546
B - L'INCONSCIENT COLLECTIF	546
1 - <i>Un fonds d'images communes : les stéréotypes</i>	547
2 - <i>Aspects de la femme : les forces de l'inconscient</i>	550
3 - <i>Le message du Mythe</i>	557
. <i>La "femme" et le mythe de Salomé</i>	557
. <i>Pouvoirs et théogonies</i>	561
CONCLUSION : <i>Le rôle du Mythe dans la création artistique</i>	565

CONCLUSION

DE LA RHETORIQUE A LA POETIQUE	569
A - L'EMPIRE DE LA RHETORIQUE	569
1 - <i>Entre le formalisme et la sémanalyse</i>	569
2 - <i>Ecriture, lecture</i>	571
3 - <i>Linguistique et poésie</i>	572
4 - <i>Place de la poésie dans la "nouvelle rhétorique"</i>	573
5 - <i>La "Poétique" d'Aristote et la recherche de critères esthétiques</i>	575
B - POESIE ET METAPHORE	579
1 - <i>Considérations tropologiques</i>	579
2 - <i>La métaphore et l'analogie chez Aristote</i>	580
3 - <i>La métaphore poétique selon Aristote</i>	583
4 - <i>Fonction esthétique de la métaphore : le risque et le don</i>	585

C - IMPASSES	587
1 - <i>La transcendance</i>	587
2 - <i>Le dualisme</i>	589
3 - <i>Le signe</i>	592
4 - <i>La logique</i>	595
5 - <i>La rhétorique</i>	600
D - PERSPECTIVES POUR LA POETIQUE	606
1 - <i>Intégrations dynamiques</i>	606
2 - <i>Le point de vue analytique</i>	611
3 - <i>Rupture</i>	613
4 - <i>L'aventure et la synthèse</i>	617
BIBLIOGRAPHIE	625
INDEX DES NOMS PROPRES	643
INDEX DES NOTIONS	649
TABLE DES ILLUSTRATIONS	663
TABLE DES MATIERES.....	667