

2. L'image-signe

En même temps qu'elle est réellement un objet autonome, l'image renvoie le regardant à la réalité qu'elle signifie. Les aspects **sémiologiques** de l'image concernent les codes sociaux, les connotations, les références culturelles et symboliques, la rhétorique des signes.

Repérage des codes sociaux

Toute image a été réalisée dans certaines conditions socio-économiques, elle en porte les traces.

Exploration des connotations

Polysémique, l'image offre, au delà du sens dénoté, un vaste champ de connotations qui dépendent, d'une part du lecteur, de sa mémoire, de sa culture, de sa pratique sociale, de son inconscient, de son imaginaire. Elles dépendent aussi de la répartition des signes dans l'espace de représentation.

Références culturelles et symboliques

Il s'agit de reconnaître les codes gestuels propres à une culture : codes techniques et ornementaux du corps (vêtement,...) et de l'espace (architecture,...); les codes symboliques (consulter par exemple Chevalier, 1982) (emblèmes,...), typographiques et les signalisations (code de la route,...). Certaines images-citations renvoient à des modèles connus.

Toute image exprime une certaine conception de la représentation du réel, s'inscrit dans un courant artistique, dans l'histoire de l'art.

Rhétorique des signes

L'image, même fixe, peut suggérer, voire créer le mouvement.

Les messages iconiques sont disposés selon des figures telles que métaphore, personnification, antithèse, parallélisme, chiasme, métonymie, mise en abyme, etc.

3. L'image-communication

« Le support est peut-être ce qui se voit le moins et ce qui compte le plus. »

R. DEBRAY

Objet et signe, l'image ne prend son sens que par l'œil d'un regardant. Entre eux une relation particulière s'établit.

L'**identification primaire**, technique, fait que le spectateur devient l'œil de l'objectif ou du dessinateur, oublie la médiation réalisée. Il est, par conséquent, intéressant d'étudier l'effet de réel produit par une image (réalisme, semi-réalisme, abstrait, surréalisme).

L'**identification secondaire** à un personnage ou à une situation est la preuve d'une participation active. Elle peut être encouragée par certains procédés ainsi, le point de vue frontal (axe y-y, les yeux dans les yeux), possède une force prescriptive puissante.

On parle de **projection** lorsque le spectateur se focalise individuellement sur un personnage, une scène, un élément de situation, y trouvant une occasion

d'extérioriser une préoccupation personnelle (en ce sens, parler d'une image, c'est autant parler de soi que de ce qui est représenté.)

On peut donc, devant chaque image, s'interroger sur la façon dont elle interpelle le regardant. Chaque image propose un moment d'un récit que le spectateur est invité à reconstruire en imaginant une situation initiale et une situation finale. D'ailleurs, le temps (époque et durée) y est représenté, au même titre que l'espace, de multiples façons.

L'image et le texte

Enfin l'on peut s'interroger sur la relation entre l'image et le texte (titre, légende,...) qui exerce

- tantôt une fonction d'**ancrage** lorsqu'il impose parmi la masse de significations possibles, un sens unique de lecture;
- tantôt une fonction de **relais** lorsqu'il apporte ce que l'image ne dit pas.
- Parfois le texte est décalé par rapport à l'image, il acquiert à ce moment une valeur poétique et incite le lecteur à un effort d'imagination ("Ceci n'est pas une pipe " Magritte).



La trahison des images (1929)

Une des nombreuses versions de la célèbre pipe de Magritte.

J. PIERRE, Magritte, France Loisirs, 1984

Lecture méthodique de l'image fixe

Grille d'analyse

1 - Nature de l'image

On distinguera au préalable différents types d'images qui détermineront le choix de critères d'analyse spécifiques.

Parmi les principaux types d'images fixes, on retiendra essentiellement : le tableau (œuvre picturale), la gravure, le dessin (artistique ou journalistique) et l'image publicitaire (photographique ou graphique, B.D...).

L'identification du type se révélera fondamentale du point de vue de l'interprétation : la finalité d'une image publicitaire, par exemple, est distincte de celle d'un dessin humoristique ou d'un tableau.

L'analyse de l'image sera donc orientée en fonction du critère de réception de celle-ci, c'est-à-dire de la recherche de l'effet produit sur le public.

On distinguera deux grandes étapes de lecture de l'image

- analyse de la composition ;
- perspectives d'interprétation.

2 - Outils d'analyse

a) *Composition de l'image*

1) *Organisation d'ensemble*

La réception d'une image s'effectue de façon globale et non linéaire comme celle d'un texte. C'est pourquoi l'œil repère d'emblée de grands principes d'organisation parmi lesquels on peut retenir :

-Les lignes de force : horizontales, verticales, diagonales et courbes. Les lignes de force permettent de structurer l'espace en se combinant. La diagonale oriente le sens de lecture de l'image, car en créant le mouvement, elle emporte le regard.

-Les points forts : correspondent aux zones qui captent particulièrement le regard et guident la lecture. Taches claires et/ou lumineuses, effets de contraste lumineux ou colorés, intersections des lignes de force.

2) *perspective*

La division de l'espace selon plusieurs plans distincts de plus en plus éloignés crée l'illusion de la profondeur. Cet effet de « troisième dimension » a été découvert par les artistes de la renaissance italienne. L'effet de perspective est créé par le dessin, les couleurs et les lignes de fuite. Celles-ci sont constituées de segments de droites suivant la même orientation. En se rejoignant, ces segments reconstituent une droite imaginaire qui aboutit à un ou plusieurs points de fuite, situés sur la ligne d'horizon. Ces points de fuite peuvent se trouver dans ou hors de l'image

3) plans et angles de vue

On appelle plan le rapport de proportion entre le sujet représenté et le cadre de l'image. On distinguera ainsi :

-Le plan général ou de grand ensemble (embrasse l'ensemble du champ visuel).

- Le plan large (représente le décor sur lequel se détachent les personnages ou les objets).

- La vue de pied ou plein cadre (représentation globale du personnage ou de l'objet situé au premier plan).

- Plan moyen (portrait en buste).

-Gros plan (focalisation sur le visage ou l'objet).

-Très gros plan (focalisation sur un détail).

Les angles de vue correspondent au rapport entre l'œil et le sujet regardé. La perception du spectateur ne s'effectue pas nécessairement au même niveau que le sujet.

- Vue de face : elle privilégie la fonction phatique, c'est-à-dire le contact entre le regardant et le regardé.

- Vue de dos ou de profil : atypiques, elles suscitent le mystère ou l'effet de menace.

- Vue au niveau du sujet : la plus courante et la plus neutre.

- La plongée et la contre-plongée (vue de haut ou de bas) : ces angles de vue permettent de suggérer un rapport de domination entre le regardant et le regardé, essentiellement quand il s'agit de personnages. Mais les effets sont variables s'agissant de personnages, d'objets ou de paysages.

4) Couleurs et lumières

Le contraste des couleurs souligne et organise la perception des éléments de l'image.

- Contraste clair / obscur : répartition et équilibre des zones claires et foncées. Cet effet participe à la mise en perspective. Cette technique est utilisée aussi bien dans le noir et blanc que dans l'image colorée.

- Contraste chaud / froid : on appelle couleurs chaudes les couleurs proches du rouge (jaune, orange, violet) et couleurs froides les couleurs proches du bleu-vert (jaune-vert, vert, bleu, bleu-violet, violet). Cette opposition résulte d'expériences sensorielles qui ont mis en évidence les effets produits par les couleurs sur le système nerveux.

- Le contraste couleurs froides / chaudes peut également contribuer à la mise en relief ou à l'effet de profondeur.

- Les effets de lumière : l'intensité et la direction de la lumière (directe, diffuse, de face, des trois-quarts, contre-jour) modèlent les contours de l'objet représenté, le détachent ou au contraire le fondent dans l'arrière-plan. Le choix des effets de lumière influe sur l'interprétation dramatique de l'image.

b) Interprétation de l'image

La démarche d'analyse partira du sens dénoté de l'image pour aller vers les sens connotés.

La dénotation comprend les éléments de référence au réel (ce que représente une image figurative) et les éléments de composition présentés ci-dessus. Il convient ensuite d'analyser les effets produits par les procédés utilisés et les diverses connotations. Celles-ci font appel aux implicites culturels autant qu'aux résonances personnelles induites par l'image. Ainsi, la symbolique des couleurs joue un rôle important dans l'élaboration du sens d'une image. Le rouge par exemple pourra selon le contexte signifier le désir, la violence, l'interdit etc.

A l'instar d'un texte, l'image est polysémique et son interprétation fait implicitement intervenir la référence à d'autres images qui entretiennent un rapport d'analogie ou d'opposition avec celle-là du point de vue du contenu, de l'époque, de l'esthétique mise en œuvre, etc.

On s'interrogera également sur la relation entre une image et un texte qui lui est associé (article de presse, slogan publicitaire, légende, titre d'un tableau ou d'une photographie). Ce texte peut se charger d'une valeur référentielle (désignation du référent), explicative (commentaire informatif ou descriptif du contenu), interprétative (proposition d'un sens de lecture qui oriente l'interprétation de l'image).

En outre, l'analyse interprétative pourra se fonder notamment sur les significations induites par les zones de l'image, dont les schémas ci-dessous donnent un bref aperçu.

LES ZONES DE L'IMAGE SELON LES CRITÈRES OCCIDENTAUX

