

# Les images

Arthur Garnier

## 1 Définition

- Système de signes complexes
- Notion de polysémie
- Image et communication ?
- Fonctions diverses de l'image (Explication, représentation, faire passer une émotion, dénoncer, ...)

## 2 Typologie des images

Il existe deux types d'images :

- Les images mentales
  - Subdivisées en images conscientes et inconscientes
- Les images perceptives
  - Subdivisée en images naturelles et images matérielles

## 3 Réception des images

- Text  $\neq$  image
- Comment fonctionne le regard ?
- L'image peut être comprise sur deux plans : le **sens**, et l'**émotion**
- Importance du contexte de réception
- Instabilité de la réception (influence des réactions nous entourants)

## 4 Décrire une image

Identifier :

- La nature de l'oeuvre
- Le support (vidéo, affiche, ...)
- Le titre
- Le contexte
- Le sujet abordé et les thèmes

Deux phases d'analyse :

- S'interroger sur l'effet produit et relever les différents types de signes
  - Visuels → Distinguer le “dit” et le “non-dit”
    - \* Monosémie/Polysémie
    - \* Dénotation/Connotation
  - Textuel: Notions d'ancrage et de relais
  - Iconiques : Motifs faisant ressembler l'image au réel

→ Valeur **Symbolique** ←

#Interpréter l'image

- L'image, manipulation du réel
- Identifier le pouvoir de l'image
  - Bénéfique et maléfique à la fois
- Être attentif aux **significations implicites**
- Savoir analyser un détournement d'image

## 5 Image et publicité

- Objectif du discours publicitaire ?
- Pour cela, la publicité s'appuie sur les techniques de matraquage (direct, semi-direct, indirect)
- Deux types d'argumentation publicitaire
  - Publicité informative
  - Publicité symbolique
- Projection et identification
- Stratégie argumentative de la publicité : AIDA