

# APPROCHE SEMIOLOGIQUE DE L'IMAGE FIXE

## **BIBLIOGRAPHIE:**

- «La chambre claire», Roland Barthes, Paris, Gallimard, 1980.  
«Sémantique de l'image», B.Cocula et C.Peyroudet, Paris, Librairie Delagrave, 1986.  
«L'image et les signes», Martine Joly, Nathan, 1994.  
«Introduction à l'analyse de l'image», Martine Joly, collection 128, Nathan, 1993.

(Texte en rouge) : synchronisation avec le diaporama.

## **INTRODUCTION:**

A quoi peut nous servir de comprendre que l'image est en partie constituée de signes iconiques?

Le premier intérêt est de répondre au problème de la segmentation du message visuel: voilà un langage (un médium qui produit des significations) apparemment continu (à la différence du langage verbal qui est discontinu) dont il faut essayer d'isoler les éléments constitutifs, non seulement pour l'analyser et le décrypter plus consciemment, mais aussi pour en maîtriser plus correctement l'élaboration.

## **DEFINITIONS:**

### **Sémiologie:**

du grec *séméion* = signe, et *logos* = discours

A l'origine ( IVème s. av. J.C.Hippocrate), discipline médicale ( qui existe encore de nos jours), c'est une science qui consiste à interpréter les signes que sont les symptômes.

La sémiologie se caractérise par sa démarche: «discours sur», elle s'interroge sur le comment de la production de sens. Elle étudie les signifiants et les signifiés, et leur articulation.

La sémiologie s'intéresse à la nature de la relation signifiant/ signifié, au fonctionnement du signe dans son ensemble, qu'il soit linguistique ou non.

La sémio. moderne est attribuée à un logicien américain, Peirce, et à un linguiste français, Saussure.

### **Sémantique:**

La sémantique est une branche de la linguistique qui étudie les significations, non pas les systèmes de signes, ni les processus de signification et d'interprétation. Elle étudie le sens, son évolution, sa structure. La sémantique étudie les *signifiés*.

CONCLU.: la sémantique s'intéresse au produit d'un système sémiotique tandis que la sémiologie étudie le système en soi, ses éléments, leurs règles d'organisation, etc.

### **Sémiotique:**

Longtemps synonyme de «sémiologie», «sémiotique» est réservé maintenant, par l'usage à la linguistique, «sémiologie» s'attachant à l'étude des langages particuliers (image, cinéma, peinture, littérature, etc.).

### **LE SIGNE**

Pour Eco, le signe n'est signe que parce qu'il met en oeuvre un processus de signification, donc d'interprétation dépendant du contexte, de la culture du récepteur, de ses préoccupations.

C'est le récepteur qui établira le rapport entre le signe et sa signification.

ex: le blanc est couleur de pureté, de gaieté chez les occidentaux, et couleur de deuil, de douleur, et de recueillement pour les asiatiques.

- rapports d'identité tels que  $x = x$
- rapports d'équivalence: drapeau rouge + faucille + marteau = communisme
- rapport de déduction: il y a de la fumée, donc du feu
- rapports d'induction: il a un fusil, il peut tuer.

Pour Saussure, le signe est une entité à deux faces indissociables, le signifiant et le signifié, confrontés au référent (contexte). Cette structure triangulaire se retrouve chez Peirce.

ex: feu rouge, chien

### **TRILOGIE DE PEIRCE**

Trois grands types de signes sont mis en évidence: l'*icône*, l'*index*, le *symbole*.

- l'icône est le signe dont le signifiant a une relation de similarité avec ce qu'il représente, son référent.

ex: une carte postale (signifiant) représentant une plage de sable fin bordée de cocotiers (référent) est considérée comme une icône car elle reprend un certain nombre des qualités de son référent: formes, proportions, couleurs, etc. Cette icône aura des signifiés différents selon qu'elle sera lue par un citoyen occidental ou par un pêcheur des Caraïbes: pour l'un, exotisme, vacances, pour l'autre, quotidien, travail, pêche.

- L'indice est un signe caractérisé par une relation de causalité: les signes naturels.  
ex: la fumée pour le feu, les nuages pour la pluie, etc.

- le symbole entretient avec ce qu'il représente une relation arbitraire, conventionnelle.

ex: les drapeaux, les anneaux olympiques, les allégories (femmes aux yeux bandés pour la vérité).

## VERACITE ATTENDUE DE L'IMAGE

Le caractère fortement indiciaire nous installe dans une attitude de confiance: l'image montre le réel. (montagne de Magritte)

Mais la prolifération, la juxtaposition, les commentaires oraux ou écrits viennent parasiter l'image. le contrat est rompu.

Alors qu'on attend de l'image, plus que de tout médium, qu'on puisse la croire, puisqu'elle représente notre référent, la preuve a été faite que cette crédibilité était aléatoire et incertaine. C'est cette incertitude qui est insupportable parce qu'elle bouscule l'attente spécifique de justesse et de vérité. (demoiselles d'Olmo II de Baséwitz)

D'où le procès de la non figuration dans la peinture au début du siècle, ou celui de l'irréfrence de l'image médiatique contemporaine, où on dénonce la mort de la bonne image qui ne remplit plus sa fonction de signification, de vérité, d'accès au savoir.

## LA PHOTOGRAPHIE, IMAGE SPECIFIQUE

(2 photos)

Dès le début du XIXe s., la photo est considérée comme une imitation parfaite de la réalité. Cela tient à sa technique même, à son procédé mécanique et chimique, qui permet de faire apparaître une image de manière automatique, objective, sans qu'intervienne la main de l'artiste.

Cette première conception de la photo comme mimesis parfaite du réel la classe comme exemple type du signe iconique tel que l'a défini Peirce.

Roland Barthes, dans «la chambre claire» reformule la spécificité indiciaire de la photo.

Une photo propose une conjonction du réel et du passé. Ce qui est représenté a existé nécessairement et a imprimé sa propre trace lumineuse sur la pellicule: nous sommes obligés de croire à l'existence de l'objet représenté. (photo de la classe de Matisse)

Le référent adhère, la photo est une *trace*, sa ressemblance est un indice au sens Peircien du terme.

Non seulement la photo se distingue de l'art par ses aspects mécaniques et automatique, mais aussi par son aspect reproductible: elle perd l'unicité de l'oeuvre d'art.

L'oeuvre d'art mettra en évidence la nouvelle articulation au réel et à sa représentation que propose cette spécificité de la photographie, ainsi que la modification du statut de l'oeuvre d'art. (Joconde de A. Warhol, de F. Léger, de Duchamp)

De plus elle débarrasse l'art, et la peinture en particulier, de son obsession de la ressemblance. Une autre conception de la photo se met en place au XXe s., qui trahira la confiance que nous avons dans sa véracité. (Autoportrait de Picasso)

Mais la photo ne peut être qu'une preuve d'existence, pas une preuve de sens, qui, lui est construit avant, pendant, et après la photo. (photo départ vacances..)

Cette spécificité indiciaire qui nous pousse à une confiance démesurée en la photo se vérifie dans le fétichisme des photos de personnes chères disparues, dans l'imagerie médicale, satellitaire, par radar.

## LA RESSEMBLANCE CONFORME A NOTRE ATTENTE

Théoricien de l'art, Ernst Gombrich, «l'art et l'illusion».

Notre attente de vérité s'applique aussi au titre, à la légende qui accompagne l'image. Un tableau de paysage, par ex., ne sera jamais une représentation de la vérité (cadre, texture, composition, lumière..)

La confusion peut venir du titre du tableau que nous tenons pour une déclaration de ce qui est, en la comparant au contenu de l'image.

Lorsqu'on lit «Ferrare» sous une gravure représentant une ville, on pense qu'il s'agit de la représentation du lieu indiqué. La «tapisserie de Bayeux» nous apprend qu'une bataille a eu lieu à ...Hastings.

On a pourtant un sentiment de vérité. «ceci n'est pas une pipe» doit être considéré comme vrai.

Au XVe s. dans les débuts de l'imprimerie, un ouvrage qui est un récit de voyages nous montre la même gravure sous les noms de Damas, Ferrare, Milan, et Mantoue. Ni l'éditeur, ni son public ne se souciaient de la véracité de la légende au sens où nous l'entendons aujourd'hui. La gravure avait pour fonction de représenter le concept de ville.

(gravures)

Exemple intéressant puisqu'il explique un autre aspect de l'attente de vérité que nous avons des images. Cette attente est due au caractère *indiciaire* très proche du référent renforcée, ici, par une attente de *conformité* entre l'image et le dit sur l'image. (benetton)

Il faut relativiser cette idée que l'image se sert de signes naturels pour imiter la nature.

ex: deux récits de voyages de la même époque, avec une gravure représentant le même paysage, l'un par un écrivain chinois, l'autre par un anglais. (dessins)

- chinois: vaches bossues, tronc d'arbre contorsionné (bonzaï), vides, trait net et modulé.

- anglais: hachuré, ombré, détaillé...

Les images d'enfant ou de l'art préhistorique nous montrent que les images sont des concepts: un enfant représente une idée de maison plutôt qu'une maison particulière.

Tout le domaine de l'art, et par extension, de la fabrication d'image, procède de l'esprit de l'homme, et de ses réactions plutôt que de la perception du monde visible.

CONCLU:

On constate que l'image médiatique perpétue ce type d'attentes, ce qui explique qu'elle déçoit plus qu'elle ne satisfait.

Il semble que l'attente de vérité et de justesse de l'image est plus liée à son caractère de trace indiciaire, qu'à celui de la ressemblance, dans lequel on a d'abord reconnu la spécificité de l'image.

Ses deux spécificités se renforcent pour créer la fameuse impression de réalité, intensifiant la confusion entre visible / réel / vérité.

## **POLYSEMIE DE L'IMAGE**

Implicitement, on compare l'image au langage verbal. Cette comparaison ne tient pas longtemps, puisque l'image est polysémique, et pas le mot.

Le mot peut avoir plusieurs acceptions, mais replacé dans son contexte, il a un seul signifiant (cf. le jeu de mots= décalage du sens).

L'image est polysémique. (**napalm, militaire américain**)

La contextualisation comme la dé-contextualisation sont productrices de sens.

ex: Marcel Duchamp inventant les ready made: un objet usuel est promu à la dignité d'objet d'art par le simple choix de l'artiste: porte-bouteille, urinoir... (**Duchamp**)

Il joue sur le déplacement de contextes et d'attentes et sur ses conséquences.

## **SENS DETERMINE**

En publicité, la signification est intentionnelle .Elle réduit la polysémie le plus possible.

ex. célèbre de Roland Barthes: (**la pub Panzani**)

- signifié 1: le concept d'italianité, d'abord construit sur la consonnance du nom Panzani qui renvoie à la sonorité de la langue italienne.

- signifié 2: les couleurs: rouge, blanc, vert qui renvoient au drapeau national, le rouge tomate

- signi.3: les légumes méridionaux

- signi. 4: les pâtes et le parmesan

Tous ces événements viennent renforcer le concept.

## **SIGNES PLASTIQUES ET SIGNIFICATION**

EX. LA COULEUR:

(**Kandinsky**)

On sait que la perception de la couleur est culturelle.

Kandinsky écrit: « le vert est la couleur la plus calme qui soit [...], elle s'accompagne ni de joie, ni de tristesse ni de passion. Le vert est la couleur dominante de l'été [...]le blanc est la parure de la joie et la pureté sans tache, le noir celle du deuil, de l'affliction profonde, de la mort».

Que signifie le vert pour des esquimaux ou des tribus vivant dans un désert, que penser du blanc quand on sait que c'est justement la couleur du deuil et de l'affliction en Extrême-Orient?

Il n'y a pas de grille absolue d'interprétation des couleurs, mais il faut de la sensibilité à son entourage, à sa propre culture, à son histoire, mais aussi à celle des autres.

(attention aux moyens de diffusion planétaire des messages comme le Web)

Un peu de sensibilité suffit à comprendre qu'on attribue de la chaleur aux couleurs solaires, et de la froideur aux couleurs célestes ou aquatiques. On sait aussi que les couleurs dégagent une énergie, certaines sont reposantes, d'autres excitantes et par conséquent influent sur l'interprétation du spectateur installé dans un état psychologique particulier.

Ainsi, la plasticité des messages visuels constitue un niveau de signification à part entière, qui agit sur les autres niveaux, iconique, linguistique, et institutionnel pour produire le message global.

## EX LE CADRE

(l'évidence éternelle, Magritte)

Le cadre est un élément spécifique de l'image, comme la composition qui lui est liée. Il l'isole, la désigne.

Longtemps considéré comme une clôture isolant l'image de la surface environnante.

Le plus souvent rectangulaire (photo, écrans, peinture...) il est une limite qui sépare l'espace représenté et l'espace de la diffusion (hors-cadre).

Le hors-cadre a pour particularité d'être un espace variable, qui change depuis le moment de la conception de l'image (plateau de tournage, nature ou atelier, lieu de reportage...) à celui de sa présentation (musée, magazine, journal télé..)

(ex Myriam en cours)

L'interaction du hors-cadre et du cadre jouera donc sur la signification et sur l'interprétation du message global. En tant que contexte institutionnalisé, le hors-cadre infléchira la lecture de l'image en déterminant certains types d'attente du spectateur.

(photo)

A l'inverse, l'absence de cadre, en faisant se confondre les limites de l'image avec le bord du cadre (pub, presse, photo...) ouvre le champ de l'image sur le hors-champ: on a l'impression qu'on en verrait plus si le champ de représentation était plus grand.

Cet oubli du cadre correspond à une conception de l'image culturellement très marquée. Il tend à vouloir faire de l'énoncé visuel le monde même.

## EX ECHELLE

( tympan de Vézelay)

Avant la Renaissance, ce qui était grand dans la représentation visuelle, c'est ce qui était sacré, ou hiérarchisé dans un monde créé par Dieu. (le Christ plus grand que Marie...ou dans la tapisserie de Bayeux, les seigneurs plus grands que les serfs...)

Dans la représentation en perspective, ce qui est grand c'est ce qui est près de l'observateur? Ce qui est petit est loin (scandale de **la flagellation de P. della Francesca**).

Ici le regard de l'homme signifie que l'homme remplace Dieu dont l'organisation du monde ne dépend plus. Ce renversement de valeur correspond à un recentrement de la civilisation autour des valeurs humaines.

Considérer l'image en perspective comme naturelle relève d'une méconnaissance de l'histoire de la représentation visuelle occidentale, et nous empêchent de comprendre les autres types de cultures et leurs systèmes de représentations.

ex: **l'estampe chinoise** qui représente la montagne et se qui se trouve derrière; alors que pour nous, la montagne constituerait un masque!

Il est donc très important de savoir dans quel type de référent (culture, époque..) on se trouve avant d'engager l'analyse sémiologique.

## **AUTRES SIGNIFIANTS PLASTIQUES SPECIFIQUES**

*LE CADRAGE:*

(**pyramide visuelle**)

Il a un rapport très étroit avec le centrage du sujet: réflexe de composition, de lisibilité, c'est un point de vue documentaire.

Le DECADRAGE: déplacer ce qu'on attend au centre de l'image; proposer des champs vides, d'où s'échappe l'objet du tableau. (**Degas...**) Contre-pied de l'attente qu'on a d'une composition équilibrée, voire symétrique et qui génère un sens qui renforce celui déjà spécifié par les autres signifiants...le cadrage établissant une relation entre l'oeil, sommet de la pyramide (celui du peintre, de la caméra, de l'appareil photo...) et le champ visuel.

L'image cinématographique existe dans le temps et permet la mobilité du cadre: le cadrage, qui vient induire la position du spectateur. Un cadrage à hauteur d'homme se fait oublier, une plongée ou une contre-plongée déstabilise et met ainsi l'accent sur la position particulière du spectateur.

(**«la collectionneuse» Rohmer, 1967**)

Le SURCADRAGE se rencontre beaucoup en photo et de plus en plus au cinéma. On repère un cinéma de style classique (académique) par son point de vue essentiellement centré. Surcadrage par la présence d'un cadre dans le cadre, miroir, fenêtre...)

A l'inverse, il existe, des styles fondés sur le refus du centrage: cela provoque un décentrement actif et volontaire qui visent à souligner certaines valeurs du cadre ( plus visible dans le mouvement de la séquence), et attire l'attention sur le non-dit de l'image ou discours de son hors-champ

. (**«non réconciliés» Straub et Huillet, 1965**)

ICI, le décadage vise établir un rapport fort entre le personnage et le lieu, en cassant le rapport plus traditionnel, plus attendu centré sur ce personnages et d'autres personnages.

Le cadre est l'instrument du rapport entre le spectateur et l'image, le décadage fait travailler ce dispositif, il est un principe qui met en jeu le rapport du spectateur à l'image et à son cadre.

## **SIGNIFIANT SPECIFIQUE**

### *LE POINT DE VUE:*

*Il est l'incarnation du regard dans le cadrage; reste à savoir à qui il appartient ( producteur de l'image, au personnage, aux formes narratives)*

Angle perçu comme naturel de face et à hauteur d'homme, il se spécifie en tant que regard en se déplaçant vers l'oblique; il peut utiliser les stéréotypes comme la plongée écrasante ou la contre-plongée magnifiante...

### *LA POSE DU MODELE*

Le personnage est de face, ses yeux cherchent ceux du spectateur qui se trouve impliqué: prégnance maximale, etc.(pub, Hitchcock).

### CONCLU:

La puissance des outils plastiques est souvent plus déterminante dans la production de sens global que le champs iconique vers lequel on a tendance à polariser son attention. Il ne faut pas se réfugier dans la *reconnaissance*.

Plastique et iconique entretiennent une relation de *circularité* dont l'analyse est indispensable pour comprendre le processus de signification et décrypter les subtilités.

Toutefois l'iconique et le plastique interagissent aussi avec le linguistique dont la présence est quasi permanente dans les messages visuels. (typo)

Le rôle de la plasticité des textes dans l'élaboration est à observer soigneusement, bien connu et exploité qu'il est par les graphistes.

La démarche sémiotique permet de comprendre combien la spécificité de l'image est d'être hétérogène, de mêler plusieurs systèmes de signes entre eux, de ne pas se réduire à la seule analogie.

## **INTERPRETATION:**

### **LA TENTATION ICONIQUE**

L'aspect plastique des messages visuels comme inducteur de signification et d'interprétation est beaucoup plus puissant que l'on veut bien le reconnaître, à cause de la tentation iconique dont nous sommes victimes.

La tentation iconique c'est ce besoin que nous avons, dès que nous sommes devant un message visuel, de chercher à reconnaître les objets du monde. Nous sautons immédiatement dans le contenu iconique du message, en oubliant ses dimensions plastiques et son pouvoir d'expression. Dire «c'est ceci ou cela», et avoir l'impression facile et fausse de comprendre l'image.

En effet, plus l'image s'éloigne de sa vocation iconique ou figurative, plus elle suscite l'incompréhension. Scandale des premières peintures abstraites, au début du siècle, qui ne montraient que leurs outils plastiques (profs du Bauhaus). Incompréhension d'un public habitué à la représentation figurative. (Mondrian, Malévitch)

(inverse de Duchamp qui conserve l'iconique, et supprime le geste plastique)

Picasso, qui est resté dans la peinture figurative, avec le geste pictural, encore de nos jours, est incompris, malmené parce qu'il a déconstruit la représentation classique en peinture.

(la femme qui pleure.Picasso)

IDEE de femme

(la Joconde:représentation)

## OBSTACLES A L'ANALYSE SEMIOLOGIQUE

- se laisser gagner par ses émotions, l'interprétation naturelle et non réflexive d'un document iconique, dû à notre perception apparemment instantannée, AVANT l'analyse systématique des signifiants.

- vouloir plier le signifié des indices relevés au sentiment premier que l'on a eu de l'image.

- négliger le référent: toute image n'a de sens que dans son contexte!

(rappel trilogie: signifiant-référent-signifié)

APPLICATION: handcuffs de benetton

ex: affiche benetton

photo, slogan, fusion discours et son contraire

jeu de mots: United colors of USA

présence commune et égalitaire noir/blanc

égalité vestimentaire

distribution spatiale cadrée, symétrique

menottes, lien, attache, dépendance

égalité devant la loi

métonymie image (slogan)

- Champ/hors-champ: toute l'ambiguïté: 2 détenus, ou 2 militants apartheid, ou 1 policier mais lequel?

- 2 niveaux de discours, dépendance: menottes, contrainte, perte de liberté

scène de répression ou accompagnement d'un détenu?

- Eléments indiciaires supplémentaires: le policier garde libre sa main principale: gauche ou droite?

l'homme blanc est légèrement en avant-plan:

domination?

- La force du hors-champ comme inconscient: ambiguïté sémantique, neutralité pleine de malentendus, thématique raciste étouffée
- Constatation: la campagne s'adresse à une population européenne blanche s'inscrit dans une neutralité positive communication de marque

## **HISTORIQUE DU RAPPORT A L'IMAGE**

### **LOGOSPHERE ou L'image-idôle:**

- de la grotte à l'église, des peintures préhistorique jusqu'au XVème s.

l'image n'est pas une représentation de la réalité, mais d'une idée, à laquelle sont associés des pouvoirs surnaturels DU FAIT DE SA FIGURATION IMAGEE. Il y a là une dimension de l'ordre du magique attribuée à l'image. (peintures rupestres, peintures et objets mortuaires égyptiens, allégorie des divinités grecques)

IMAGE ET MAGIQUE ont la même racine.

La relation au sacré est permanente jusqu'à la fin du Moyen-âge:

figurations de scènes bibliques chrétiennes, icônes des orthodoxes auxquelles ils prêtent un pouvoir divin (elles ne sont esthétiques mais des accès à la divinité, animées au sens propre), lois iconoclastes des islamistes: l'image répète l'oeuvre du Créateur, elle l'imité tellement qu'on est proche de la substitution, et par cette approche, sa véracité est blasphématoire, elle fait peur.

L'idôle vise à refléter le temps immobile, l'éternité d'un message.

### **GRAPHOSPHERE ou l'image autonome**

- de l'imprimerie à la télévision en couleur.

L'imprimerie va favoriser la diffusion en nombre des idées, mais aussi la diffusion d'écrits autres que religieux. Ecrits qui ne sont plus choisis ni remaniés par les moines copistes, le pouvoir religieux détenait le monopole de la diffusion des livres, et donc des idées. C'est la Renaissance des écrits des grands philosophes grecs, et de textes païens avec toute une imagerie sur les mêmes thèmes qui va se développer en parallèle.

L'art pictural devient une esthétique, qui véhicule des messages témoins de leur siècle.

La photo reprend à son compte ce rôle de témoignage.

L'art est lent, mais il montre des figures en mouvement.

L'art ne vit plus que pour l'expressivité de ses propres moyens d'existence: Duchamp et Picasso l'annoncent. Suit la peinture abstraite comme limite extrême de l'émancipation du message visuel.

### **VIDEOSPHERE ou l'image de consommation**

- Du cinéma au numérique.

Le cinéma s'installe d'emblée dans la fiction, la télé reprend à son compte le reportage documentaire-témoignage à travers ses outils d'informations, les images s'accroissent de plus en plus. la spéculation s'empare des marchés de l'art, l'art devient éphémère (installations, emballages de Christo, oeuvre virtuelle sur Internet) renouvelable et jetable après spéculation et consommation.

Le flux des images s'accroît.

L'image de synthèse n'est plus une empreinte du réel, comme l'image photographique. Elle n'a plus de référent direct.

On peut produire à partir d'un logiciel d'ordinateur, une image sans lentille, sans lumière et sans objet. Rien ne nous permet de distinguer cette image d'une image enregistrée à partir du réel. Cela détruit notre rapport de confiance à l'image comme preuve d'existence.

Là ne se pose plus la question de la religion, de l'esthétique de l'image, mais de sa morale.

Au départ, l'image tirait son pouvoir de Dieu, puis du réel, maintenant elle tire son pouvoir de nous, seulement.

Jusqu'où peut-on aller dans le trucage, la manipulation? Une nouvelle éthique doit se former. Problème que posent les images sur Internet: nous faisons confiance aux images diffusées, pire au contenus textuels, alors que rien ne permet d'en vérifier l'exactitude.

## Apports du Gestaltisme

On désigne par «Gestaltisme» ou «théorie de la forme» (allemand «Gestalt»: forme, structure) un ensemble de recherches sur la perception et l'intelligence conduites par des psychologues de langue allemande à partir de 1911.

*Les Gestaltistes minorent le rôle de l'attention et de la culture dans la fonction perceptive. Pour eux, le monde et les images imposent leur structure au sujet regardant.*

### 1. Rapports dialectiques du tout et des parties:

✓ Les gestaltistes ont montré que la perception d'une image *est immédiate et intuitive, à la fois sensible et cognitive*

On a donc une prédisposition naturelle à lire le message de façon globale et immédiate, sans passer par le filtre de l'analyse systématique de ces éléments signifiants, ni par la confrontation au contexte social, culturel, historique, politique, qui viennent infléchir la lecture première.

✓ *Toute perception est globale*: le sujet perçoit une structure dont il ne détaille pas les éléments. Ce qui apparaît, par exemple, dans le jeu des erreurs où sont présentées deux images perçues comme identiques mais dont quelques éléments diffèrent. Ces différences ne peuvent être repérées que par un balayage visuel systématique et ordonné.

Il n'y a là qu'une perception du message iconique. L'interprétation n'est que subjective, et donc aléatoire et incomplète.

✓ *Le tout domine et hiérarchise les parties*. Cette loi rend possible le dessin discontinu (Impressionnistes, caricature...)

(scann. p.14)

✓ *Le tout ne peut être assimilé à la simple addition de ses parties*:

- si on ôte un élément d'un ensemble, on obtient un ensemble différent et non le même ensemble moins un élément

- si on ôte un élément d'un ensemble pour le transférer dans un autre ensemble, cet élément prendra des significations nouvelles, voire différentes...

**Les relations entre éléments sont plus importantes que l'élément lui-même.**

«La Joconde», Marcel Duchamp, 1919: (Gestalt, 1911)

Il introduit trois éléments au célèbre tableau de Vinci: une fine moustache, une barbichette, et le titre L.H.O.O.Q. L'observateur ne voit pas la même Joconde avec trois éléments en plus, mais une image aux significations très nouvelles: la Joconde se transforme en homme, elle devient dérisoire, ridicule, désacralisée, et certains ont crié au sacrilège.

Man Ray ajoute deux éléments au tableau de Vinci: un cache qui supprime son regard (look, qui rappelle L.H.O.O.Q.) et une étiquette qui fait passer le Louvre pour une entreprise de peinture à l'huile: «vacuum oil company». L'élément essentiel, le sourire, disparaissant, la Joconde tombe dans l'anonymat, l'étiquette lui donne un rôle publicitaire et le Louvre est désacralisé.

Lorsque Andy Warhol reprend cette image dans les années 70, et la multiplie sans rien en changer, il exprime à nouveau la dérision et la désacralisation mais par l'idée de la reproduction industrielle, la multiplication à l'infini d'un original qui s'y dilue, tout en brisant le sacrilège de Duchamp en jetant (illusoirement) son image sous les rotatives.

Lorsque Jumbo utilise la Joconde pour vendre ses voyages, elle est transformée en mannequin, en pin up aux jambes nues ou en femme en tenue de soirée: selon les préférences, donc les interprétations de chaque Gestalt, le publicitaire offre trois types de voyages.

Les «Joconde» de Duchamp et de Man Ray sont en fait des collages. Ce procédé, inventé par Picasso et repris par les cubistes et les surréalistes, s'inspirent des données gestaltistes sur les rapports des éléments dans un tout. Ainsi Max Ernst crée une image à

partir d'éléments découpés dans des gravures différentes: le connu est utilisé dans la découverte de l'inconnu, le rationnel d'un élément préexistant s'annule dans l'irrationnel de la nouvelle Gestalt.

## 2. Le fond et la forme:

- ✓ *Tout champ perceptif se dissocie en un fond et une forme.* Dans un message visuel, une forme se détache sur un fond. Elle paraît légèrement en avant par rapport au fond qui à l'air d'être, lui, sous la forme et, dans le cas de l'image, semble déborder du cadre.
- ✓ *La nature du fond peut influencer sur les caractères de la forme.* Peinture, photographie, arts graphiques en tiennent le plus grand compte. Cette influence du fond explique bon nombre d'illusions perceptives.

(scann. p. 15)

- ✓ Un ensemble d'éléments est perçu comme une forme en raison des lois suivantes:
  - *Loi de petitesse:* une petite forme se démarque d'un fond plus large.
  - *Loi du contour:* une forme à contour fermé se démarque mieux qu'une forme non clôturée.
  - *Loi de simplicité:* la forme simple l'emporte sur la forme compliquée.
  - *Lois de régularité et de symétrie:* il s'agit de la répartition régulière ou symétrique des éléments d'une forme.
  - *Loi de différenciation:* une forme à structuration originale se démarque mieux.

On voit l'importance de ces lois pour la conceptions d'affiches politiques, de messages publicitaires, et même d'images à l'ordinateur.

- ✓ *Les lois de ségrégation des unités complètent les précédentes,* notamment en ce qui concerne les signes non figuratifs.
  - Des éléments sont perçus comme constitutifs d'une forme selon trois critères:
    - critère de proximité: la série de points A s'impose comme divisée en deux groupes;
    - critère de ressemblance: la série de points B s'impose comme divisée en groupes alternatifs de points et de cercles;
    - critère de continuité: les pointillés en C sont perçus comme des lignes.

(scann.p.16)