

Analyser une image

Méthode d'analyse (à adapter en fonction de l'image à analyser)

1. La dénotation

Elément invariant et objectif de la signification d'un mot, par opposition à «connotation» qui renvoie à des significations variables, secondaires, subjectives de ce mot.

Propriété d'un terme en tant qu'il désigne l'ensemble des objets auxquels s'applique un concept.



Pablo Picasso, *La casserole émaillée*

-> **Analyser une image** nécessite d'abord de **faire l'inventaire** le plus objectivement possible des composants de cette image sans l'interpréter : c'est ce qu'on appelle la dénotation.

Pour faire une dénotation la plus **objective** possible, imaginez que vous décriviez par téléphone une image à quelqu'un qui ne la voit pas : il doit pouvoir l'imaginer précisément.

- Présentez le sujet : origine et destination de l'image (magazine, affiche, illustration...)
- Décrivez le sujet : personnages, objets, décors (en général et dans le détail de ces éléments)
- Analysez les différents composants plastiques en mettant en évidence les effets de contrastes et de dominantes de toutes sortes :

a. Composition et organisation de la page :

- Format à la française, à l'italienne... cadrage, plan général, plan américain, gros plan ... angle de vue... premier plan, arrière plan ...
- Ligne(s) de force horizontale, verticale ascendante ou descendante, oblique, triangulaire, en spirale convergente ou divergente...point fort
- Hiérarchie des éléments qui composent la page, pleins/vide, fond/formes...
- symétrie, perspective, rythmes...



Magritte, *La trahison de l'image*

b. Graphisme :

- Ligne souple, anguleuse, orthogonale...
- Trait haché, hésitant, affirmé, gestuel, rigoureux, rectiligne...
- Formes souples, rigides, fermées ouvertes, mouvementées, éclatées...rectangle, carré, cercle, triangle, cube, sphère, pyramide...
- Volumes et valeurs : espace, profondeur, ombre, lumière, clair/obscur, noir/blanc...
- Couleurs : primaires, secondaires, chaudes, froides, complémentaires, vives, toniques, lumineuses, ternes, pastels, rabattues...
- Matières : aplat, dégradé... surface et effet moucheté, granité, froissé, rugueux, lisse, brillant, métallique...

c. Typographie :

- centrée, justifiée, ferrée, en habillage....
- expressive, fine, grasse, lourde....

2. La connotation

Sens secondaire d'un mot ou d'une expression.

-> **Analyser une image**, c'est ensuite **interpréter et donner du sens** à ce qui n'est que dénoté : c'est ce qu'on appelle la connotation.

- Toute connotation doit s'appuyer sur un ou plusieurs éléments dénotés.
- Indiquez l'annonceur et la cible (le public visé, le destinataire) du message publicitaire.

Interpréter une image, c'est chercher ses significations possibles, qui sont multiples. Ces significations dérivent les unes des autres, sont d'abord immédiates puis s'entraînent et s'enchaînent, de plus en plus subtiles.

Essayez de vous mettre à la place du photographe ou du publicitaire qui a conçu l'image.

- •Recherchez des références dans différents domaines.
- •Donnez votre interprétation en vous appuyant sur une description précise.

-> Vous pouvez utiliser les mots suivants :

(élément dénoté) symbolise ...

ex : signifie

la forme souple ... suggère

le personnage isolé ... donne l'impression que

la dominante de bleu ... exprime un sentiment de

le graphisme anguleux ... fait référence à

le rythme saccadé rappelle

le thème de l'eau ... évoque

l'équilibre de noir et blanc ... produit l'effet de

la typographie employée ... accentue l'effet de

l'importance du texte ... minimise l'effet de