

L'interprétation des images dans le monde médiatique d'aujourd'hui : du signe au sens



CHATAIGNOUX Emma
Master 1 administration publique
Le 15 décembre 2023

Analyse de l'image

L'image a été choisie pour 3 raisons :

- La première est que c'est une image très artistique voir même poétique
- La deuxième est l'intentionnalité derrière l'image, c'est une photographie engagée, qui sensibilise « en douceur ». Elle attendrie plutôt qu'elle ne culpabilise.
- La dernière est que la cause animale est souvent oubliée ou minimisée. Pourtant, elle existe.

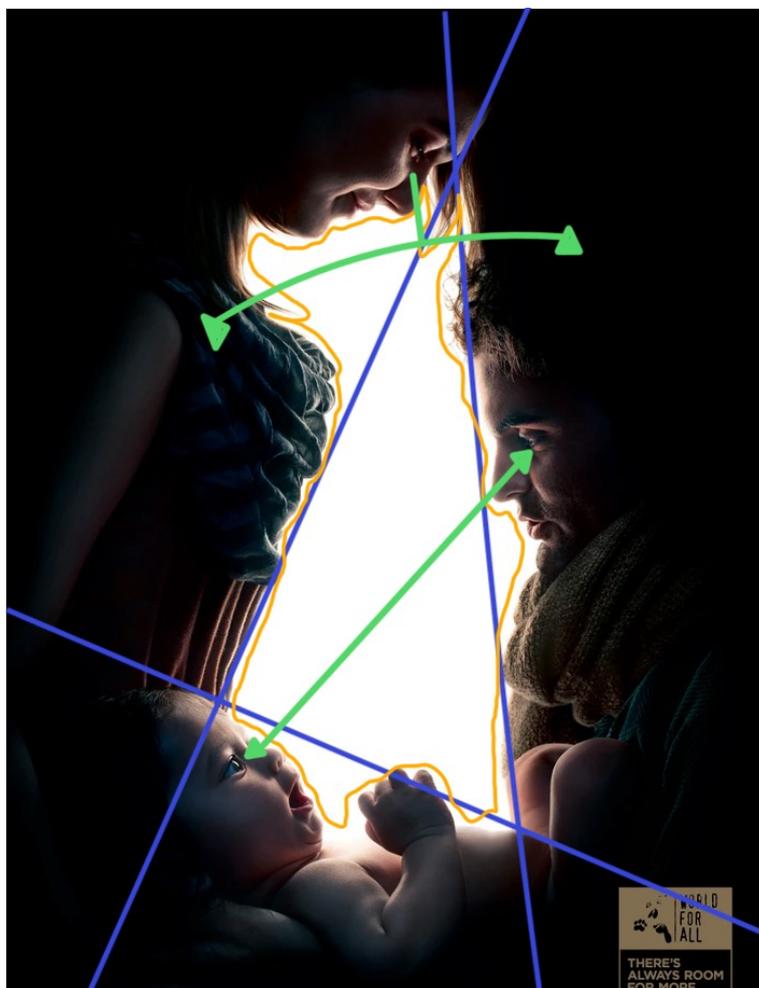
D) Analyse du plan syntaxique

L'image est une photographie au format rectangulaire en orientation portrait. Le plan de la prise de vue est centré. L'image est construite autour de trois lignes, qui encadrent un grand espace de lumière blanche.

Notre vue est ainsi orientée entre 3 personnes. D'abord le visage d'une femme en haut à gauche qui surplombe la scène globale. Son regard vers le bas nous oriente vers un bébé, allongé sur la partie basse de l'image, nu. Son regard est porté vers un homme, placé sur la droite, face à la femme. L'œil est ainsi guidé par les jeux de regards entre les 3 personnages, tous de profil. L'image repose sur une construction en triangle, voir pyramidale.

La lumière provient d'une lumière artificielle froide, au centre de l'image, de haute intensité. Elle jaillit du cadre sombre formé par les individus qui encadrent cette lumière.

Les personnages sont habillés et vêtus d'une écharpe, verte et beige, sauf le bébé qui est nu.



Lignes bleues = lignes directrices

Ligne orange = illusion d'optique, forme d'un chien apparaît

Lignes vertes = jeux de regards qui guident le regard du spectateur. Le regard de la femme surplombe le reste de la scène

L'ensemble des éléments qui constituent l'image sont au même plan. Il n'y a pas de jeu de perspective à part entière, mais une illusion d'optique entre le cadre sombre formé par les individus et l'espace très lumineux. Cet espace prend la forme d'un chien.

Les couleurs sont majoritairement froides. Composée de vert, bleu et blanc, seuls les cheveux roux de la femme apportent de la chaleur. Même les yeux du bébé et de l'homme sont d'un bleu froid. Les ombres sont importantes et seuls les visages sont éclairés.

Un texte est présent sur l'image en bas à droite, dans l'ombre, écrit en lettre capitale. Le texte comprend des symboles en formes de traces de pas d'animaux accompagnés de la mention « World for all » en noir sur fond beige. En dessous apparaît la mention de « there's always room for more. Adopt » en beige sur fond noir.

II) Analyse du plan sémantique : amour et compassion

L'interprétation sémantique de l'image s'articule autour d'un ensemble de choix artistiques qui évoquent une symbolique profondément liée à la famille et à l'amour. Le bébé nu, représentant l'innocence, apporte une douceur et une sincérité touchante dans l'image. La palette de couleurs, dominée par le bleu et associé au blanc contribue à créer une ambiance calme, sereine et empreinte d'innocence. Le choix de composition, accentué par le plan et la prise de vue, intensifie la scène, immergeant le spectateur dans l'intimité de la famille. Le cadre renforce cette notion d'intimité, ainsi que les jeux de regards emplis de compassion qui évoquent la chaleur et la proximité familiales.

La lumière au centre de l'image joue un rôle symbolique crucial. En prenant la forme d'un chien, elle suggère que la famille n'est pas complète tant que cet espace n'est pas occupé. Cette représentation s'inspire du principe du vase de Rubin, où la perception visuelle alterne entre deux interprétations, ici entre la lumière et la silhouette du chien. Ce procédé artistique incite le spectateur à réfléchir sur la notion d'incomplétude et d'un espace à combler au sein de la famille.

III) Analyse du plan pragmatique : l'adoption des animaux de compagnie

L'image semble utiliser une variété d'éléments visuels, allant des jeux de regards à la symbolique des couleurs et des ombres, pour transmettre un message émotionnel et persuasif. Le texte nous fait comprendre que l'image est en faveur de l'adoption d'animaux. La symbolique de la famille se lie au destin des animaux errants, sans famille. Cette image fait ainsi partie d'une campagne de sensibilisation plus large contre l'abandon d'animaux. Dans le cadre de cette campagne, trois autres images, reprenant le même principe d'illusion ont été créés :



Les images ont été dérivées avec la représentation d'un lapin et d'un chat. Cette campagne a été réalisée par l'ONG World for All à Mumbai en Inde. Selon le Washington Post, l'Inde comptait en octobre 2016 30 millions de chiens de rue. On estime plus largement que 100 000 animaux sont abandonnés dans le monde chaque année, pourtant considéré comme un acte de maltraitance.

En quoi s'agit-il d'une image trompeuse ?

Nous pouvons dire que l'image est trompeuse en raison de l'utilisation délibérée d'une illusion d'optique et de plusieurs éléments visuels qui peuvent induire en erreur le spectateur. En effet, au premier coup d'œil, ce que nous percevons est trompé par le jeu de lumière. Initialement, nous pensons qu'un chien est réellement présent au sein de l'image, avant de se rendre compte qu'il s'agit d'une construction visuelle. L'image crée ainsi une première impression qui ne reflète pas immédiatement la réalité. C'est une image en deux dimensions : le chien est à la fois absent de l'image, et présent. Cette approche trompeuse permet d'attirer l'attention et de marquer les esprits de manière ludique. Elle est utilisée dans ce cas précis à des fins artistiques et émotionnelles. Pour autant il est important de rappeler l'ambiguïté et la dangerosité que peut amener la production d'image trompeuse dans le cadre de deep-fake et de propagande visuelle avec l'arrivée des intelligences artificielles qui pour le moment, ne sont pas régulées. Il est donc important de développer une compréhension critique des images et de promouvoir des normes éthiques dans la création d'image et de campagne publicitaire ou de sensibilisation. C'est cette dernière considération

qui a guidé mon choix d'image à analyser : la campagne présentée a été entièrement créée par l'agence McCANN Worldgroup et par le photographe Amol Jadhav. C'est une vraie campagne artistique.