

Introduction à l'analyse de l'image

Titre(s) : Introduction à l'analyse de l'image

Auteur(s) : Joly, Martine (1943-....)

Autre(s) responsabilité(s) : Vanoye, Francis (Directeur de publication)

Editeur, producteur : Paris : A. Colin, DL 2005

Description matérielle : 1 vol. (128 p.) : ill. ; 18 cm

Collection : 128. Cinéma-images 44 1285-5987

ISBN : 978-2-200-34166-4

Appartient à la collection : 128. Cinéma-images 44 1285-5987

Note(s) : Numérotation dans la collection principale "128" : 44. - Bibliogr. p. 119-128. Notes bibliogr.
Index

Note sur le contenu : I. Qu'est-ce qu'une image ? : 1. La notion d'image : usages et significations ; 2. L'image et la théorie sémiotique. - II. L'analyse de l'image : enjeux et méthode : 1. Prémisses de l'analyse ; 2. L'image, message pour autrui. - III. Image prototype : 1. Images de pub ; 2. Exemple d'analyse d'une publicité. - IV. L'image et les mots : 1. Quelques préjugés ; 2. Interaction et complémentarité

Résumé ou extrait : Afin de permettre une lecture plus consciente de ce que l'image véhicule, cet ouvrage propose une analyse du message visuel fixe (tableau, photographie, affiche, etc.), nécessaire pour aborder celle des messages plus complexes (image en séquence, animée, etc.). Il s'interroge sur les diverses significations de l'image et les questions que celle-ci soulève quant à sa nature de signe. Il explore les résistances que son analyse peut susciter comme les fonctions que celle-ci peut remplir. Il montre enfin combien la lecture de l'image ainsi enrichie peut stimuler l'interprétation créative et devenir un gage d'autonomie. Les exemples méthodologiques sont longuement développés et servent de support à des rappels théoriques de bases. [4e de couv.]

Sujet(s) : Sémiotique

Communication visuelle

Illustrations, images, etc. Interprétation

Art publicitaire