



Tous droits réservés

ANALYSE de VISUEL
SÉMIOLOGIE

<Nom du Client>

<Visuel>

15/10/2010

Ce document de démonstration contient de nombreuses troncatures volontaires des remarques générales et de toutes mentions identifiant l'objet de l'analyse, par respect du droit d'auteur.

Principe de l'étude

Pourquoi une analyse *sémiologique* ?

L'étymologie nous enseigne qu'il s'agit d'étudier en quelque sorte le 'discours des signes'. La sémiologie vise donc à l'énumération et la distinction des différents types de signes, pour **analyser et comprendre sans omission tous les rouages signifiants d'un visuel**.

Elle distingue classiquement les **messages plastiques** ("sensuels"), **icôniques** ("cérébraux") et **linguistiques** (le texte). Si le principe de la perception des signes plastiques et icôniques est identique [R.1153], l'interprétation des signes icôniques engage un processus mental beaucoup plus conscient et évolué, voire totalement volontaire et réfléchi, que la perception des signes plastiques.

Selon la théorie, l'étude de ces messages relève d'une part du paradigme, relatif au choix des éléments et signes visuels : telle couleur plutôt que telle autre, un homme plutôt qu'une femme, etc L'autre dimension de l'image est le syntagme, qui décrit ce qui relie les signes visuels entre eux : on touche ici à la composition et à la cohésion de l'image elle-même, à la proximité spatiale de certains signes. Cet axe est étudié à part au chapitre V.

Note : dans la suite de ce document, les références notées [R.nnn] renvoient à la base de connaissances gérée par **A&C**. Les citations exactes des ouvrages concernés peuvent ainsi être obtenus sur demande.

I Présentation

L'étude se déroule ainsi selon le schéma : message plastique (ex : la couleur, les formes, la composition et la texture [R.1521]), message icônique, message linguistique. Cette classification est souple : ainsi certains signes peuvent relever à la fois du plastique et de l'icônique, selon par exemple qu'ils sont "lus" isolément par le lecteur, ou bien groupés avec d'autres signes en raison de leur proximité ou appariement, chromatique ou autre.

Chaque chapitre, rédigé sous forme de tableau, contient plusieurs rubriques qui sont les signes visuels analysés d'abord indépendamment (exemple: couleur, graphisme fermé). Les différents paramètres se rapportant au signe visuel sont pris en compte, afin d'assurer la meilleure exhaustivité possible. Chacun de ces chapitres se termine par une synthèse succincte.

Dans les tableaux :

- les phrases ou notes précédées d'une 'puce' sont des remarques générales
- les éléments de risque seront clairement mis en exergue en rouge.

II Synthèse

L'image proposée possède une grande cohésion. Sur deux pages, elle est inévitable et son accroche visuelle est excellente, de par l'effet de surprise, qui suscite l'interrogation. La cohésion quasi parfaite entre le plastique, l'icônique et le linguistique en est un autre trait marquant, qui donne toute sa force

au message global.

Cette publicité utilise des figures de style très évoluées. De ce fait, elle nécessite l'adhésion du lecteur qui doit aller au bout de la signification proposée. De même, l'absence de l'item "plante", ellipse considérable, suppose aussi que cette image s'adresse à un lectorat dont le côté écologie et "nature végétale" n'est pas forcément la priorité. Compte-tenu du contexte de parution de cette publicité, ces réserves ne sont que de principe.

Etude

I Contexte, lieu, support ; cible

La présente étude concerne la publicité presse magazine suivante :

Il s'agit d'une double page intérieure du <publication> de septembre 2010, sur papier de qualité standard. C'est une double publicité, pour <commanditaire> et plus discrètement <agence> qui, (...).

La marque a une image relativement lisse et peu iconoclaste, d'ailleurs cohérente avec le milieu de (...). L'attente du lecteur est donc assez "convenue".

Le public ciblé reste essentiellement féminin aisé ou bourgeois, même si cette presse est aussi lue par beaucoup d'hommes (env. 20%), en général conjoints ou parents des lectrices ¹. Ce n'est pas forcément anodin, car dans le milieu de (...) dans cette publicité, amateur ou professionnel, les hommes sont plus nombreux que les femmes.

S'agissant d'une double page, c'est la page de droite qui est perçue en premier, qui soulève immédiatement l'interrogation : cette trace rouge : du sang ? une fleur ? ...

Le décrochement de niveau horizontal observable en bas de page textuel nuit à sa lecture.

Note : Dans la suite, le terme 'lecteur' ou 'spectateur' s'entend masculin comme féminin, sauf stipulation contraire.

II Message plastique

Les signes présentés dans ce paragraphe sont qualifiés de "bas niveau", en ce sens que l'essentiel de leur perception est **sensible, primaire ou inconsciente**. D'où le grand intérêt que présentent ces signes en publicité [R.1113].

Leur énumération et description relèveraient de l'analyse lexicale pure, procédé critiquable car il élude le principe dit de proxémie [R.1137] (interaction perceptive entre deux signes proches). La prise en compte de ce phénomène amène donc à considérer un premier niveau de "grammaire" du visuel analysé.

Note : pour les graphismes non noirs, la couleur est un paramètre systématique

signe	paramètres	qualification
1. support physique	qualité, brillance, forme	papier classique sans éclat ni toucher particulier. Mais il s'agit d'une double page, elle est donc inévitable pour le lecteur.

1 Etude juin 2009 Bibliothèque Centre Pompidou – JF Barbier-Bouvet



2. couleur, contraste, lumière, éclairage	saturation, valeur, luminance, directivité, source	<ul style="list-style-type: none"> • la couleur et l'éclairage ont sur le spectateur ..." (Kandinsky) [R.1529][R.1553] • la saturation vaut ... [R.1314][R.1183][R.1182] • la qualité des contrastes permet ... [R.447][R.1015]. • la position de la source lumineuse influence [R.1486][R.1175]. • la directivité conditionne en partie ... [R.1572]. En lumière naturelle, elle situe ... [R.1573] . <p>La couleur dominante est grise, à luminance élevée.</p> <p>Le fond gris bleuté très pâle, assimilable à un blanc froid. (...) brun de cuir, et majoritairement gris et terreux. Le (...) est du plus beau vermillon. A noter le rouge du liseré (...).</p> <p>Le <u>gris brun</u> du (...) : le brun de la tradition et de la terre [R.7][R.421], le gris terreux qui en souligne le caractère usagé, et non ocre ou brun d'un cuir neuf.</p> <p>Le <u>gris très pâle</u> du fond : froid et neutre [R.357], presque feutré et confortable [R.512], indifférencié, il n'a aucune fonction précise, sauf le mérite de laisser apparent quoique discrètement les brins d'herbe et la terre.</p> <p>Le <u>rouge</u> : c'est la couleur emblématique (...), car on ne parle pas d'un violet (...) ou de toute autre couleur.</p> <p>Le contraste du rouge et du gris foncé (...) n'induit pas la violence qu'aurait le couple blanc/rouge. Il induit par contre un effet de relief dû au rouge [R.xxxx].</p> <p>L'éclairage est blanc diffus, par le dessus à gauche, donc de type naturel (soleil voilé ou ciel blanc), dans le sens de lecture. (voir discussion sur les signes indiciels en III.2)</p> <p>Les ombres sont dénuées de fonction d'index.</p>
3. graphisme. ouvert	dimension/épaisseur, orientation, position, répétition	<ul style="list-style-type: none"> • Schématiquement : ... [R.977] <p>Le (...) suit une ligne oblique invisible (cf ci-dessus : L'éclairage), qui coupe harmonieusement celle (...) avec un angle d'environ 150°. Cet angle est un indice d'énergie [R.1026], plus puissante qu'agressive [R.1299] [R.1441].</p> <p>Hormi ces lignes invisibles qui conduisent lumière et regard, on peut noter que (...) fournit des lignes ondulées assez douces, ce qui rappelle le monde féminin [R.xxx].</p>
4. graphisme. fermé	dimension, position, répétition, couleur	<ul style="list-style-type: none"> • la capacité d'une forme à attirer l'attention sur elle [R.1171]. • plus une forme ou un contour est fermé, plus il ... [R.1496]. • une forme fermée qui contient un autre élément ... [R.1497]. <p>Il n'y a pas de graphisme fermé autre que géométriques, traités au chapitre suivant.</p>
5. graphisme. index	dimension, position	<ul style="list-style-type: none"> • les index ... [R.1240]. <p>pas de cadre, pas de hors champ (il n'y a pas (...)). Cette absence de cadre augmente l'impression d'irréalité du plan sur lequel repose (...), puisque dépourvu de limite.</p>
6. cadrage, angle de vue	perceptions	<ul style="list-style-type: none"> • la perception d'une prise de vue de personnage en plongée dépend ... [R.1621]. • Le hors-champ est la trace ... [R.1339]. Voir 'Message icônique / signes indiciels' <p>Cadrage relativement large, car il reste beaucoup de place "vide" (...). Ceci permet à la marque en haut à gauche d'être parfaitement visible et même perceptible dès le premier instant.</p> <p>De plus, c'est elle (logo + texte) qui semble éclairer la scène de rayons obliques invisibles (voir les ombres (...)).</p> <p>L'angle de vue est légèrement plongeant pour bénéficier d'un aplat restituant un bel équilibre de lignes.</p>

<p>7. composition , proportions, mise en page graphisme.es pace</p>	<p>esthétique, prévalence</p>	<ul style="list-style-type: none"> • la position centrale est [R.1164]. • la composition en Z n'a rien ... [R.1579]. • d'autres types de construction [R.1527]. • une construction séquentielle dynamique[R.1526]. • l'orientation de formes peut créer [R.1290]. • 5 règles caractérisent une scène visuelle facilement perceptible [R.1504.] • Le style correspond à la [R.1605]. • le bas, le haut , la droite, la gauche, l'horizontale, la verticale ont des significations attestées par plusieurs disciplines : graphologie, sémiologie de l'art, <p>La composition met en scène deux éléments principaux, (...) . Ils sont prévalents de par leur taille : c'est le coeur de l'accroche visuelle.</p> <p>L'éclairage issu d'en haut à gauche, l'orientation du contenu des bulles vertes forment des lignes obliques invisibles qui poussent le regard vers le message linguistique assez petit, mais fondamental pour appuyer les figures de style visuelles que sont (...) .</p> <p>Comme dit plus haut, c'est la marque <commanditaire> et son logo qui semblent éclairer la scène de rayons obliques, orientation suivie par (...) .</p> <p>D'un point de vue spatial : la surface immatérielle sur laquelle (...) , qui dans l'aplat photographique l'entoure totalement, rend quasi imperceptibles les deux paramètres d'horizontalité et de verticalité. Seules les positions et écritures des textes donne un peu d'horizontalité à la composition, sans que cela soit perceptivement interprétable.</p>
<p>8. graphisme. texture</p>	<p>perception tactile, relief</p>	<ul style="list-style-type: none"> • la texture est un code qui ... [R.1058] • induit un ... [R.1158]. • évoque la [R.1097]. • liée à la troisième ... [R.1160]. <p>Il y a contraste entre l'absence de texture de la surface lisse et immatérielle (...) , et le cuir et textile (...) , bourrus, qui ont du grain : c'est le côté râpeux et rustique du travail de la terre. Cet aspect râpeux ressort d'une sensation tactile et extrait donc l'image de son aspect purement visuel [R.1162].</p> <p>Par une opposition aussi, et qui relève du paradoxe, on trouve dans (...) un produit fini parfait, lisse et brillant d'un reflet : (...) .</p>
<p>9. perspective</p>	<p>perception</p>	<p><sans objet></p>

Synthèse du message plastique

Tournée vers la gente féminine, la photographie proposée contient plusieurs éléments de douceur, comme l'éclairage et les courbes induites par les objets présents, conforté par l'aspect "flottant" de la composition dont le support est évanescent. Quelques antithèses ou contrastes viennent néanmoins animer la scène -essentiellement de texture, et éveiller l'attention, si les objets présentés n'y suffisaient pas.

III Message icônique

Les signes étudiés dans ce paragraphe relèvent de la syntaxe et de la sémantique, donc qualifiés de "haut niveau". A chaque signe pourrait être substitué une phrase : ils sont tout à la fois perçus et interprétés ou associés à un référent² visuel mémorisé. Cette **interprétation cérébrale ou consciente**

2 Cette notion de référent ne relève pas que de la pure théorie sémiologique ; elle est avérée également en neurophysiologie [R.1128].

de la part du lecteur-spectateur est discutée ici.

Les catégories de signes et éléments visuels qui supposent une interprétation délibérée de la part du lecteur sont repérés par un fond **vert** dans les tableaux. Ils présentent intrinsèquement un risque puisque leur interprétation complète dépend en grande partie de l'acceptation du lecteur-cible.

Note : pour les signes, la couleur est un paramètre en cas de non conformité avec le référent.

signe	paramètres	qualification
10. signes icôniques	dimension, position	<ul style="list-style-type: none"> • un signe ... [R.1509]. <p>Il y en a trois : (...) -qui vient donc de servir- et le (...).</p> <p>L'absence de (...) indique la volonté de détacher ces trois éléments icôniques du monde réel, de sorte qu'ils apparaissent un peu "flottants" ce qui renforce leur cohésion et leur force de conviction.</p> <p>Entre le (...) de peau fatigué et le (...), il y a aussi un rapport de sensualité, le (...). De plus, la "main" que (...) (voir ci-après III.6 métaphores) est en position d'offrande, ainsi (...) est-il offert, geste auquel les lectrices seront sensibles.</p>
11. signes indiciels	dimension, position	<ul style="list-style-type: none"> • l'indice mène à la ... [R.1629]. ... • Les traces, indices et autres hors-champs sont des signes visuels qui nécessitent ... <p>Hors texte, l'image proposée est une photographie : pour preuves les ombres portées sur le plan sont iso-orientées, correspondant à la position de la source lumineuse que l'on déduit comme étant en haut à gauche notamment en raison du reflet sur le tube inox (...).</p> <p>En tant que photographie, ce sont des traces, donc des indices [R.1609] : il s'agit bien d'un (...), même si -évidemment- ils ne sont pas <i>réellement</i> présentés au lecteur.</p> <p>Pour théorique qu'elle apparaisse, cette discussion révèle néanmoins que pour le lecteur, ce statut d'indice a une valeur de preuve et de vérité. Ce qui diffère d'une image de synthèse, d'un dessin ou d'une image composite.</p>
12. signes connotatifs	dimension, position	<ul style="list-style-type: none"> • le dénoté est le ... [R.1519]. • la connotation vient d'un signe qui ... [R.1600]. <p>Le lecteur peut voir dans (...) une connotation (...) de façon évidente, mais qui limite totalement l'interprétation de l'image : s'il s'y arrête, le lecteur va comprendre que la marque s'est lancée dans le jardinage.</p> <p>Restera à élucider la (...) : le rapport direct n'existe pas et l'image reste incompréhensible à ce niveau, ce qui prouve qu'il s'agit plus d'un rapport métaphorique -ou plus exactement métonymique entre les deux. (voir cette rubrique).</p>
13. graphisme géométrique ³	dimension, orientation, position, répétition, couleur	<p>Deux cercles pleins se font écho, par la forme, la position gauche, la couleur de fond, et l'orientation de leur contenu : le logo (...) à gauche de la marque <commanditaire>, de taille modeste inhérente à sa nature de logo, et le macaron qui rappelle la collaboration avec <agence> et le prix obtenu. Le texte dans ce dernier l'oblige à une certaine dimension qui attire l'oeil ; il a la même orientation que la (...) dans le logo.</p> <p>Par répétition et augmentation dans l'orientation générale de l'image, il y a connivence forte entre ces deux signes plastiques.</p> <p>Leur forme circulaire, outre qu'elle a la préférence des femmes [R.200], est protection [R.593][R.874], renvoie au référent oeuf, ventre maternel [R.1309], forme parfaite [R.1152]., Autre forme géométrique : l'incontournable cylindre (...), qui s'oppose à la forme molle et indécise (...).</p>

3 Les graphismes géométriques s'entendent fermés. Ils se rapprochent tantôt des symboles dont ils partagent le caractère conventionnel du sens (exemple : le cercle ramène à l'oeuf et au ventre maternel), et tantôt du signe plastique dont la perception est inconsciente (exemple : le cube est stable)

14. symboles	dimension, position	<ul style="list-style-type: none"> • le symbole entretient avec ... [R.1511]. • le symbole se distingue du signal ... [R.799]. <p>Les symboles sont essentiellement utilisés pour atteindre à des valeurs ou concepts abstraits : il n'y en a pas ici.</p>
15. métaphore métonymie ellipse paradoxe	dimension, position	<ul style="list-style-type: none"> • la métaphore remplace un signe [R.1618] . • la métaphore n'est jamais [R.1598]. <p>Il y a ici <u>métonymie</u> visuelle : le (...) est montré à la place du jardinier, sa "prolongation" professionnelle. Il est déjà usagé, preuve d'un travail, et vient de "cueillir" (...) : c'est tout à la fois un <u>paradoxe</u> et une deuxième métonymie, qui fait passer du jardinier au travail de la terre et de celui-ci au (...) .</p> <p>C'est un effet de surprise pour le spectateur, qui n'a d'autre solution que jouer le jeu s'il veut interpréter l'image. Le texte vient éclaircir la double figure de style.</p> <p>De plus, cette lecture du texte peut le conduire à trouver des (...) rouges dans la bordure droite du gant. Hasard ou volonté, une certaine sensualité se dégage de la partie droite de l'image.</p> <p>Le fait <u>que le lecteur accepte de suivre ces prolongations sémantiques n'a rien d'absolument évident</u>, en particulier s'il ne fait pas l'effort de lire le texte. Le concepteur s'appuie donc probablement sur une étude socio-économique des lecteurs du <publication> qui les classe parmi les CSP+.</p> <p>De même il y a une quasi-absente : la plante. Il n'y a que deux petits éléments qui l'évoquent : les (...), l'autre est textuel et relatif aux termes (...) . Cette <u>ellipse</u> est à la fois vaste et forte ; <u>elle peut occasionner une certaine gêne dans la compréhension du message</u>.</p> <p>C'est ici un paramètre de risque; qui semble assez faible au demeurant.</p>

Synthèse du message icônique

La composition relativement simple en apparence cache de nombreuses astuces visuelles. L'image respire ainsi la véracité sans pour autant se doter d'une connotation bucolique. Il se dégage aussi une certaine sensualité de l'ensemble. La cible est éminemment féminine. Les figures de style utilisées sont de haut niveau ; la pleine signification de l'image suppose l'adhésion du lecteur.

IV Message linguistique

Le message linguistique est composé de deux éléments, l'un de bas niveau, simplement perçu : la typographie, l'autre évidemment de haut niveau : le contenu et le sens du texte lui-même.

Au sujet de l'interaction du texte et de l'image, on peut garder à l'esprit que :

- Si un mot est plus vite lu qu'une image n'est nommée, la catégorisation (interprétation-classification) de l'image est plus rapide que celle du mot textuel. [R.1500].
- Le texte peut faire interpréter l'image dans un sens plutôt qu'un autre, et peut pallier des carences de l'image (exemple: expression de la temporalité et de la causalité . [R.1533].

signe	paramètres	qualification
typographie	couleur, taille, police	<ul style="list-style-type: none"> • une fonte ronde peut ... [R.1077] <p>Droite, simple et aérée dans la partie supérieure gauche : c'est le style typographique de la mention "(...)" qui se veut extrêmement lisible, le décalage horizontal par rapport à la marque rend immédiatement lisible les deux derniers mots -qui sont les plus importants et sont la marque déposée.</p> <p>La suite, en-dessous et globalement à droite de la photo, est en majuscules, ce qui</p>

		imprime déjà une certaine solennité.
contenu	(style de comm, registre)	<p>Hormi la marque et la mention sus-citée, le texte se décompose en deux phrases.</p> <p>Premièrement, trois mots qui ancrent le message visuel : (...) . C'est une véritable déclaration, appuyée par sa typographie, qui explicite que <commanditaire> récolte le produit de la terre pour obtenir des plantes qu'il transforme en produit cosmétique et vend dans ses propres magasins. A noter que le terme "(...)" aurait été plus authentique que "(...)" qui n'implique pas du tout le fait de cultiver soi-même, et surtout remplaçait la plante dans le message. Mais le terme -facilement péjoratif- pouvait déranger dans le lectorat ciblé, ou alors impliquait une redondance avec l'expression de la ligne suivante : "(...)" .</p> <p>Ensuite un message au ton humoristique, dont les termes collent avec l'image proposée : "(...)" pour l'ancrage historique, "(...)" fait référence évidente au gant, "(...)" : c'est une métonymie à deux niveaux, analogiquement à celle décryptée au niveau de l'image, puisque pour parvenir au prix, il faut (...) pour fabriquer un produit industriel, qui lui a réellement un prix. On observe un parallèle elliptique rigoureux avec le message visuel qui fait disparaître presque totalement la plante.</p> <p>Enfin, au moment où l'oeil lit le mot "(...)" qui termine le texte publicitaire en lui-même, il se trouve attiré par la forme rouge du liseré (...), qui dessine une sorte de sourire très pulpeux. Hasard ou message délibéré ? Cette connivence visuelle n'est soutenue par aucune verticalité dans la composition.</p> <p>En terme de <u>style</u> de communication : plutôt dépouillé, au vu du faible nombre d'éléments visuels à percevoir [R.1123].</p> <p>Le <u>registre</u> incitatif / indicatif est utilisé, en totale cohérence avec le but recherché : persuasif (la "déclaration" qualifiée ci-dessus), l'humour et une forme de jeu auquel le lecteur est convié pour comprendre. Ceci dit, le lecteur fait ce qu'il veut du message, qui ne lui préconise aucun achat particulier, ce qui relève bien du registre indicatif [R.1117].</p>

Synthèse du message linguistique

La marque se déclare en quelque sorte maître de la totalité de la chaîne de production, en adoptant un ton tour-à-tour déclaratif à la limite de la solennité, puis humoristique pour finalement vanter l'avantage consommateur du prix. On note un parallélisme quasiment idéal dans les figures de style utilisées visuellement et linguistiquement. Ce critère technique est d'une grande efficacité expressive.

V Interactions globales

Ces interactions sont relatives à la cohésion globale, à la composition générale du visuel. Dans celui-ci, on *représente* des objets (le plan du contenu), et on *exprime* des valeurs (le plan de l'expression) [R.1546].

Il s'agit, selon la théorie sémiotique, de l'axe syntagmatique de l'image, qui qualifie la perception d'ensemble du visuel. Cet axe est déjà pour partie étudié sous le paramètre de position dans l'espace visuel.

A ce titre, le rythme (répétitions d'au moins 3 signes) ne peut être traité que dans ce chapitre dédié à la globalité du message. C'est un signe de dynamique, au même titre que certains paramètres de graphismes dans l'espace plan.

Note : ce chapitre se limite aux interactions qui ne relèvent pas du principe de proxémie, déjà étudiées pour chaque élément.

signe	paramètres	qualification
-------	------------	---------------



1. dynamique rythme	dimension position orientation	<ul style="list-style-type: none">• répétition d'au moins ... [R.1172].
2. Accroche visuelle	couleur proportion	<ul style="list-style-type: none">• par ordre décroissant d'attractivité [R.1488].• les jonctions ... [R.1227][R.1494][R.1542] .• Dominance d'une couleur = ... [R.1313].• la discrimination spatiale est ... [R.1493].• style synthétique : ... [R.1124].• stylisation : une description [R.1192].• en lumière diurne, la couleur [R.407].• sur fond noir, le jaune est devant [R.1555].• les parties imprévisibles d'un visuel ont le plus ... [R.1547] . <p>L'accroche visuelle tient principalement au style utilisé, très synthétique (très peu d'éléments visuels) et au caractère imprévu de ceux-ci. Elle est très forte néanmoins, et ceci d'autant plus que cette publicité s'étale sur une double page.</p>
Eléments de cohésion	proportion	<ul style="list-style-type: none">• on parle d'éléments congruents [R.1584] . <p>Citons ici : "(...)" .</p> <p>Par ailleurs une très grande cohésion de figures de style entre le visuel et le linguistique (métonymie double, paradoxe, ellipse), qui produit un renforcement du message.</p>
Eléments d'opposition	proportion	<p>Il tient essentiellement dans le paradoxe qui met au creux de (...) -milieu dur et rustique- l'objet cosmétique délicat qu'est (...) .</p> <p>Loin d'être une faiblesse, ce paradoxe renforce considérablement le message, en créant un effet de surprise, contraire à l'attente.</p>



Annexes

I Bibliographie

Ref_Bib	Auteur	Editeur	Année	Titre	Domaine
MAV.1	Albert-Vanel Michel, Zighera Chantal	Education Nationale	>1982	Des Couleurs pour nos écoles	couleur
JAT.1	Aumont Jacques	Armand Colin	2005	L' Image	technique visuelle
GBD.1	Beauchataud Gabrielle	Guy le Prat	1982	Apprenez la Graphologie	graphologie
DBI.1	Béréni Delphine	IDIM Université de Corse	2003	De la sensibilité environnementale des consommateurs à la communication des entreprises	marketing
DBK.1	Beresniak Daniel	Jacques Grancher	1997	ABC des Couleurs	histoire
WBN.1	Berton William	Couleur Energie / L'Age du Verseau	1995	La Vie Energie	énergétique
FBN.1	Birren Faber	Editions de l'Homme	1998	Pouvoir de la couleur	couleur
MBT.1	Boucart Muriel	Presses Univ Grenoble	1996	La reconnaissance des objets	psycho-neurologie
DBE.1	Boulogne Daniel	Alternatives	1985	Les raisons de la Couleur	couleur
EBD.1	Brémond Elisabeth	Albin Michel	2001	L'Intelligence de la Couleur	couleur
FEL.1	Brun C.	Info Buro Mag	2004	article p.28	ergonomie
ABG.1	Buttler Greenfield Amy	Autrement	2007	L'extraordinaire histoire du rouge	histoire
TCE.1	Chancogne Thierry		2007	Technologie de la Communication	communication
LCN.1	Cheskin L.	Color Research Institutue of America		Le système de Cheskin	couleur
JGT.1	Chevalier J., Gheerbrant A.	Robert Laffont	1982	Dictionnaire des Symboles	symbolique
CCN.1	Colo Catherine , Pinon Jacqueline	Expansion scientifique française	2002	Dynamique de l'écriture	graphologie
MCE.1	Cunelle M.		1999	L'Architecture et nos sens	médecine
BCK.1	Cyrułnik Boris	Hachette littératures	1989	Sous le signe du lien	sociologie
HDN.1	Davison H.J.	The Modern Hospital	1918	The effect of color on mental and physical wellbeing - A study in psychological reaction	psychologie
MDE.1	Déribéré Maurice	Dunod	1955	La Couleur dans les Activités Humaines	couleur
EUN.1	Encyclopédie Universalis	Universalis	2004		(divers)
JFR.1	Fillacier Jacques	Dunod	1986	La Pratique de la Couleur	couleur
HFG.1	Frielling Helmut		1964	Influence psychique et dynamique des couleurs dans les intérieurs	couleur
GGT.1	Gachet Gilles	Info Buro Mag	2004	article p.28	ergonomie
NGO.1	Gardin Nanon, Olorenshaw Robert	Larousse	2005	Petit Larousse des Symboles	symbolique
EGN.1	Grandjean Eric		1985	Précis d'ergonomie	ergonomie
RGY.1	Gregory Richard L.	De Boeck université	2000	L'oeil et le cerveau, la psychologie de la vision	neurophysiologie
GRM.1	Groupe mu	Seuil	1992	Traité du signe visuel	sémiologie
AJS.1	Joannès Alain	Dunod	2008	Communiquer par l'image	communication
MJY.1	Joly Martine	Armand Colin	2006	L'analyse de l'image	sémiologie du visuel
MJY.2	Joly Martine	Nathan	2002	L'Image et les signes	sémiologie du visuel
MJY.3	Joly Martine	Armand Colin	2009	Introduction à l'analyse de l'image	sémiologie du visuel

WKY.1	Kandinsky Wassily	folio	1997	Point et ligne sur Plan	art / sémiologie
LKT.1	Kent Leonore	(Montreal)	1952	La puissance de la couleur, vol.1 (Montréal, 1952)	couleur
PKE.1	Klee Paul	folio	2002	Théorie de l'art moderne	art / sémiologie
PMN.1	Martin Patrick	(thèse, Lille)	1977	De l'influence des couleurs dans le milieu du travail	médecine
EKA.1	McKenna Eugène		1994	Business Psychology & Organisationnal Behaviour (21600B)	psychologie
INR.1	Méreau P., Marquet M.	Edition INRS (Institut National de Recherche et de	1998	Les rayonnements optiques et les couleurs : faits et effets	couleur
YMD.1	Mermilliod Yves			Notes & Remarques (A&C)	communication
YMD.2	Mermilliod Yves			Analyses marketing	communication
CML.1	Morel Corinne	l'Archipel	2005	Dictionnaire des symboles, mythes et croyances	symbolique
APQ.1	Passebecq André	Dangles	1977	Qui ?	graphologie
MPU.1	Pastoureau Michel	Bonneton	1999	Dictionnaire des couleurs de notre temps	histoire
FPL.1	Portal Frédéric		1837	Des couleurs symboliques dans l'Antiquité, le Moyen Age et les Temps Modernes	histoire
SPY.1	Pressy S.L.	American Journal of Psychology	1921	The influence of color upon mental and motor efficiency	médecine
MPR.1	Pulver Max	Stock	2001	Le symbolisme de l'écriture	graphologie
CRI.1	Renucci Claude	Thèse de doctorat de médecine, Lyon	1958	Influence de la couleur sur le psychisme	médecine
SRR.1	Rieunier Sophie		2002?		marketing
GRY.1	Romey Georges	Albin Michel	1995	Dictionnaire de la symbolique, le vocabulaire fondamental des rêves	psychologie
FSN.1	Saint-Martin Fernande	Presse Université de Québec	1987	Sémiologie du langage visuel	sémiologie du visuel
ASN.1	Sigman Aric	(Lexmark)	2001	Réponses émotionnelles aux oeuvres picturales	psychiatrie
JSO.1	Sperandio Jean-Claude	PUF	1908	La Psychologie en ergonomie	ergonomie
MWS.1	Wells, M.M.		2000	Office Clutter or meaningful display: The role of office personalisation in employee and organisational well-being	comportement

II Citations

Par souci de transparence, le tableau ci-dessous donne le début des citations référencées [R.nnn] à l'appui des considérations générales exposées dans ce document. Ces citations sont extraites de la base de données gérée par **A&C**.

Sur demande, la même liste peut être obtenue pour les références spécifiques à la présente étude.

Réf	Ref_Bib	Citation
407	INR.1	Lorsque l'oeil est adapté à la lumière, la couleur jaune est ...
447	EGN.1	Les taches de couleur contrastant fortement avec l'environne ...
799	EUN.1	le symbole, adhésion libre à un pacte, s'oppose au signal, p ...
977	YMD.1	Source : étude de Gloria Moss, Business School Glamorgan, su ...
1015	BCK.1	En neurophysiologie, une seule stimulation répétée, sans dif ...
1058	AJS.1	La texture est un code qui fournit le degré de réalisme ou d ...



1077	AJS.1	... des lettres rondes dans un cadre anguleux renforcent l'i ...
1097	AJS.1	Les textures évoquent des matières sans prétendre les représ ...
1124	AJS.1	Style synthétique : une représentation synthétique est orien ...
1128	AJS.1	(d'après JP Changeux) Quand un objet mental nouveau (ndlr: p ...
1137	GRM.1	(...) : le principe de proximité, entrevu déjà par les psych ...
1153	GRM.1	le signe plastique signifie sur le mode de l'indice ou du sy ...
1158	GRM.1	(...), c'est le rythme qui fait la texture. ...
1160	GRM.1	(...) il apparaît que la texture est liée, directement ou in ...
1164	GRM.1	la position centrale, où la tension est la plus faible (les ...
1171	GRM.1	Chaque forme détient, en effet, individuellement, un capital ...
1172	GRM.1	Le rythme est un phénomène qui mobilise la répétition d'au m ...
1175	GRM.1	Kansaku travaille, lui, sur des paires de couleurs (...). Il ...
1183	GRM.1	Une couleur saturée peut signifier énergie et force, sans do ...
1192	GRM.1	Les deux opérations (ndlr: suppression et exagération des tr ...
1227	TCE.1	Dans le cas d'une image regardée sans visée (ce qui au fond ...
1233	TCE.1	(...) le gradient d'éclairement (...) donne des indications ...
1240	TCE.1	Il conviendrait de distinguer les indices, signes involontai ...
1254	TCE.1	(cit M.Joly et P.Fresnaut-Deruelle) La mise en scène de la p ...
1255	TCE.1	La pose de face, le visage tourné vers le spectateur, est la ...
1290	TCE.1	(cit. groupe Mu) Il en va ainsi des formes orientées qui peu ...
1313	TCE.1	(cit. groupe Mu) c'est la dominance de la couleur qui engage ...
1314	TCE.1	(cit. groupe Mu) La saturation engage des valeurs liées à l' ...
1339	YMD.1	Le hors-champ est la trace laissée sur le visuel par un élém ...
1486	RGY.1	Le point important réside que la lumière tombe normalement d ...
1488	YMD.1	Par synthèse, on trouve par ordre décroissant d'attractivité ...
1493	MBT.1	(...) ils (ndlr: cit. Rivest et Cavanagh) ont montré que la ...
1494	MBT.1	Les jonctions en forme de flèche ou de Y fournissent égaleme ...
1496	MBT.1	Moins la cible apparaît comme une structure fermée, moins el ...
1497	MBT.1	Les auteurs (cit. Weisstein et Harris) avaient observé qu'un ...
1500	MBT.1	Le temps de lecture du mot est toujours plus court que le te ...



1505	MBT.1	(...) l'environnement spatial et sémantique d'un objet influ ...
1509	MJY.1	L'icône correspond à la classe des signes dont le signifiant ...
1511	MJY.1	Enfin le symbole correspond à la classe des signes qui entre ...
1519	MJY.1	(...) au-delà du message littéral ou dénoté, mis en évidence ...
1521	MJY.1	Enfin on désignera sous le terme de signes plastiques les ou ...
1526	MJY.1	Une construction séquentielle dynamique d'abord : l'orientat ...
1527	MJY.1	(cit. Georges Péninou) (les types de construction : focalisé ...
1529	MJY.1	(...) la couleur et l'éclairage ont sur le spectateur un eff ...
1533	MJY.1	La fonction d'ancrage consiste à (désigner) le bon niveau de ...
1539	JAT.1	Les surfaces perçues étant habituellement inclinées par rapp ...
1542	JAT.1	(...) notre oeil est équipé pour voir la luminosité et la co ...
1545	JAT.1	(cit. L. de Vinci 'Traité de la peinture') il faut peindre l ...
1547	JAT.1	Les parties non redondantes de l'image sont les parties ince ...
1553	FSN.1	Percevoir une couleur, ou ressentir une sensation chromatiqu ...
1555	FSN.1	(cit. J.Itten) Quand six teintes, le jaune, l'orangé, le rou ...
1558	YMD.1	FSN entérine que le regard d'identification des objets diffè ...
1572	MJY.2	L'éclairage directionnel donne l'impression que l'image est ...
1573	MJY.2	Enfin, si l'on a affaire à une lumière naturelle, l'éclairag ...
1579	MJY.2	C'est (ndlr: la composition en Z) une composition qui n'a ri ...
1582	MJY.2	La pose de face, le regard tourné vers le spectateur, est l ...
1598	MJY.2	(...) le symbole se distingue fondamentalement de la métapho ...
1600	YMD.1	Si le dénoté est synonyme de référent (MJY.2.1593), le conno ...
1605	YMD.1	(ref: AJS.1). Le style correspond à la composition globale d ...
1606	YMD.1	(ref: AJS.1) Le registre caractérise le mode d'interaction e ...
1618	MJY.3	la métaphore (substitution par parallélisme qualitatif) (... ...
1621	YMD.1	La prise de vue en plongée , si elle met en scène un personn ...
1629	YMD.1	A partir d'un indice, deux processus mentaux sont possibles, ...

Table des matières



Principe de l'étude.....	2
I Présentation.....	2
II Synthèse.....	2
Etude.....	3
I Contexte, lieu, support ; cible.....	3
II Message plastique.....	3
Synthèse du message plastique.....	5
III Message icônique.....	5
Synthèse du message icônique.....	7
IV Message linguistique.....	7
Synthèse du message linguistique.....	8
V Interactions globales.....	8
Annexes.....	10
I Bibliographie.....	10
II Citations.....	11