



**ÉTUDE SÉMIO-LINGUISTIQUE SUR LES TITRES ET LES
IMAGES DES COUVERTURES DE ROMAN DE LA
LITTÉRATURE FRANÇAISE
(THÉORIES, MÉTHODES ET ANALYSES)**

Nezihe KARA

Décembre 2022

DENİZLİ

**ÉTUDE SEMIO-LINGUISTIQUE SUR LES TITRES ET LES
IMAGES DE COUVERTURE DE ROMAN DE LA LITTÉRATURE
FRANÇAISE (THÉORIES, MÉTHODES ET ANALYSES)**

**Université de Pamukkale
Institut des Sciences Sociales
Thèse de Doctorat
Département de Langue et Littérature Françaises**

Nezihe KARA

Directeur : Doç. Dr. Ertan KUŞÇU

Co-directeur : Prof. Dr. Selim YILMAZ

Décembre 2022

DENİZLİ

ETİK SAYFASI

Bu tezin tasarımı, hazırlanması, yürütülmesi, arařtırmalarının yapılması ve bulgularının analizlerinde bilimsel etięe ve akademik kurallara özenle riayet edildiđini; bu çalıřmanın doğrudan birincil ürünü olmayan bulguların, verilerin ve materyallerin bilimsel etięe uygun olarak kaynak gösterildiđini ve alıntı yapılan alıřmalara atıfta bulunulduđunu beyan ederim.

İmza :

Öđrenci Adı Soyadı :

Nezihe KARA

*A la mémoire de mes chers parents, ma mère et mon père,
mes principales valeurs, le trésor inoubliable de ma vie,
mes deux premières images ornées qui existeront éternellement
au fond de mon âme et de mon cœur jusqu'à mon dernier souffle!...
Quel bonheur et chance d'avoir eu des parents comme vous!...*

N.K.



(cf. <http://wikipédia>)

@Tous droits sont réservés

(@Her hakkı saklıdır)

REMERCIEMENTS

Je tiens ici à remercier tout particulièrement et honorablement mon co-directeur de recherche M. Selim YILMAZ, Professeur à l'Université de Marmara à Istanbul (Turquie) pour avoir avant tout accepté aimablement de co-diriger ma thèse de doctorat. M. le Professeur Selim YILMAZ n'a pas manqué de me soutenir de façon effective depuis la précision de la thématique jusqu'à l'organisation textuelle et interprétative de mes analyses des images, depuis le début jusqu'à la fin de ma thèse, avec sa détermination, sa finesse, son expérience profondément scientifique et son grand caractère humain... Je salue donc avec tous mes respects mon professeur, qui a tout donné en se consacrant sans limites de durée et de temps, et sans sa présence cette thèse n'aurait sans aucun doute vu le jour.

Je remercie également et profondément mon Directeur de Recherche M. Ertan KUŞÇU, Maître de conférences à l'Université de Pamukkale à Denizli (Turquie), qui m'a soutenu avec toute sa gentillesse et ses qualités scientifiques et humaines tout au long de ma rédaction de thèse de doctorat. Mes plus vifs remerciements respectueux s'adressent également à M. Mustafa SARICA, Professeur à l'Université de Adnan Menderes à Aydın (Turquie), et Mme Nurten SARICA, Professeur à l'Université de Pamukkale à Denizli (Turquie), qui m'ont honoré en me soutenant chaleureusement avec toutes leurs qualités et valeurs aussi bien scientifiques qu'humaines. J'adresse aussi mes remerciements respectueux à M. le Professeur Ertuğrul İŞLER, Directeur du Département de Langue et Littératures Françaises de l'Université de Pamukkale et à Mme Songül ASLAN KARAKUL, Maître de conférences l'Université de Adnan Menderes à Aydın (Turquie), pour ses précieuses remarques et suggestions durant l'élaboration et la rédaction du contenu textuel de ma thèse. Bien entendu, mes vifs remerciements vont aussi sans oublier à tous mes professeurs du Département de Langue et Littérature Françaises de l'Université d'Atatürk à Erzurum (Turquie) qui m'ont beaucoup appris aussi bien au niveau académique qu'humain durant mes années de licence.

Enfin, je voudrais aussi et surtout ne pas manquer de remercier du fond du cœur toute ma Famille, en la mémoire et au nom de mes Parents, mes frères, mes sœurs, leurs enfants ainsi que tous les autres membres de la famille...

Merci aussi à tous ceux et celles dont je n'ai pu ici citer le nom!...

AVANT – PROPOS

*L'image est le meilleur moyen de
s'évader ailleurs au lointain par la pensée.*

(S. Yilmaz)

Qui dit “image” dit “visage”: tel sujet de thèse thématique de recherche mérite tel commencement avec une expression adaptée spécialement à l'image. En effet, il ne serait pas injuste de dire que l'image est à priori le vrai visage du roman et de son auteur. À vrai dire, la première face de l'œuvre qui engendre son écrivain. C'est comme le miroir d'un livre, d'un ouvrage (et de son créateur) quel que soit le domaine dans lequel il a été écrit. L'*image littéraire* qui nous intéresse plus ici est en quelque sorte une forme de présenter, d'exposer divers problèmes sociaux en les ornant avec ses sentiments, ses expériences, ses vécus, ainsi que ceux de tous les autres humains du monde. Cependant, il convient de se poser la question ou le questionnement suivant: *Est-ce que toutes les pages de couverture reflètent le roman et/ou l'auteur? Même question posée autrement: La stylistique de l'image de couverture renvoie-t-elle au style et à la créativité de l'écrivain? L'écrivain est-il toujours le seul créateur unique de l'image de couverture?*

A cet instant, bien entendu je ne suis pas en mesure d'y répondre (hormis les prédictions et perceptions), par contre je voudrais ici tout de suite et sans perdre de temps annoncer sur l'hypothèse fondamentale sur laquelle se basera ma thèse de doctorat: Couverture et auteur ne peuvent guère être -de par leur nature- indépendants; ceci est sans aucun doute indéniable, voire incontestable. Ce qui revient à dire que ces deux notions sont sûrement en relation au niveau du roman. *Mais quel peut être ce type de relation? Genre diachronique, pragmatique, stylistique, littéraire, extra-linguistique, et/ou autre? Ou bien faut-il plutôt parler d'un type de relation de dépendance de nature interdisciplinaire, voire multidisciplinaire?*

Ces questions primordiales sont certes à étudier profondément tout au long de cette présente recherche doctorale. À présent, je me contenterais de noter que la conclusion de

cette thèse fera sûrement l'affaire. En revanche, je suis seulement en mesure de pouvoir dire pour l'instant que la *stylistique de l'image*, chaque auteur –selon son époque- le courant littéraire dans lequel il produit ses écrits, ainsi que l'histoire de son roman, détient *son propre style* qui lui est particulier, sa manière d'exposer la couverture de son œuvre devant les yeux du lecteur. Comme le dit traditionnellement une expression turque bien connue: "Her yiğidin bir yoğurt yiyişi vardır"; cela veut dire par une traduction littérale mot-à-mot (bien que ce n'est point conseillé): "Tout héro a sa propre façon de manger le yağourt." Autrement dit, afin de souligner le caractère individuel, personnel et subjectif de chaque couverture littéraire, on peut transposer cette expression par la suivante: chaque personne (auteur) agit selon sa vision du monde ou bien tout individu (littéraire) détient naturellement sa propre manière de voir les choses...

Il y a également le *côté esthétique*, la brillance, la *visualité attirante et frappante* (ou peu) de l'image de couverture; c'est-à-dire la beauté de sa forme, le charme de son style, la richesse de son expression... Oui, l'auteur s'exprime en premier lieu et au premier abord à travers la page de couverture- sur divers questionnements concernant la société et l'humanité mondaines. Effectivement, c'est presque devenu une *méthodologie analytique et réflexive* sans les mots, mais avec une *parole silencieuse/muette* qui réside dans la structure profonde de l'image littéraire. Reste à savoir et à démontrer avec des analyses fines et détaillées à travers différentes couvertures de roman, comment se réalise cette merveilleuse stylistique de l'image qui nous emporte au lointain de l'imagination aux yeux de chaque lecteur.

Avant de terminer cet avant-propos, je voudrais souligner que cette étude a été menée à l'Université de Pamukkale à Denizli, sans avoir besoin d'aucune autorisation éthique, scientifique ou autre. Comme la recherche ne nécessite aucun coût spécifique ou dépense particulière, elle n'a donc reçu aucun soutien financier de nulle part du début jusqu'à la fin de cette étude doctorale. Sans oublier, je voudrais aussi souligner que Denizli est certes l'une des villes splendides, attirantes et naturelles de *la Région d'Egée de notre Pays magnifique*, la Turquie; la Belle au bois dormante!... J'y ai passé en effet des années inoubliables avec tous mes professeurs et mes amis pendant tout au long de mes années d'études doctorales...

Je vous laisse donc découvrir cet inconnu profond, ce visuel qui nous est tant étrange qu'étranger; ce lointain imaginaire de *l'image romanesque* en faisant un long voyage

littéraire tout en survolant sur chaque page de couverture (comme sur un tapis volant) vivante, stylistique, littéraire, mais surtout pragmatique. Comme le disait bien Descartes: “Je pense, donc je suis...” ; disons alors ici pour faire le point : “Je travaille, donc je suis...” Comme le dit bien Baudelaire : “Image, ma seule, mon unique passion”.En vous souhaitant une bonne lecture d’image littéraire!...

ÖZET

FRANSIZ EDEBİYATI ROMAN KAPAKLARINDAKİ BAŞLIK VE İMGENİN GÖSTERGEBİLİM VE DİLBİLİM AÇISINDAN İNCELENMESİ (KURAM, YÖNTEM VE ARAŞTIRMA)

KARA Nezihe

Doktora Tezi

Fransız Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı

Tez Yöneticisi: Doç.Dr. Ertan Kuşçu

İkinci Danışman: Prof.Dr. Selim Yılmaz

Aralık 2022, XXIV + 267 sayfa

Tezimizde, göstergebilim/dilbilim alanında Fransız edebiyatının roman kapaklarının başlıkları ve imgeleri üzerine çözümleyici ve yorumlayıcı bir çalışma yapmayı amaçlıyoruz. Tanım olarak, imge, iletişim ve anlatı durumlarını gösterebilen bir ifade aracıdır. Bir duyguyu, bir düşünceyi, bazen kelimelerin ve sözün yetersiz kalıp aktaramadığı betimleyici bir durumu ifade edebilir. Dolayısıyla, sözcük ve imgelerin bir bağlılık ilişkisi içinde birbirini tamamlayıcı olduğunu söyleyebiliriz. İmge hayatı yansıtır ve görselliği insanoğlunun duygu ve düşüncelerini aktarır; bu nedenle iletişimsel bir anlatı aracı olarak değerlendirilebilir. Öte yandan imgenin görselliğini doğal bir şekilde okuyabiliriz. Araştırmamızda, yazınsal imge okumalarının anlama ve anlamlandırma sürecini açıklamaya çalışacağız. Çağdaş yaşamda iletişim sayesinde, ileti aktarımı düzeyinde imgeleri etkili bir şekilde inceleyebilir ve anlayabiliriz. Bu nedenle temel amacımız, başlık ve imge görseli arasındaki ilişkiyi incelerken, ileti verme olasılığı yüksek olan yazınsal imgeyi daha iyi okumaya ve anlamaya çalışmaktır. Tezimiz, genel olarak 3 ana bölümden oluşmaktadır: 1) Göstergebilimde kuramsal ve yöntemsel çerçeve, 2) Genel olarak imgenin değeri ve işlevi, 3) Yazınsal imgenin başlıkla ilişkisinin göstergebilimsel açıdan incelenmesi ve yorumlanması. Bu üç temel bölümün altında tamamlayıcı ve açıklayıcı alt başlıklar tanımladık. Son bölüm özellikle yazınsal ve biçimsel imgelerinin göstergebilimsel açıdan derinlemesine araştırma ve incelenmesine ayrılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Göstergebilim, roman kapağı, imge, Fransız edebiyatı, başlık.

RÉSUMÉ

ÉTUDE SEMIO-LINGUISTIQUE SUR LES TITRES ET LES IMAGES DE COUVERTURE DE ROMAN DANS LA LITTÉRATURE FRANÇAISE (THÉORIES, MÉTHODES ET ANALYSES)

KARA Nezihe

Thèse de Doctorat

Département de Langue et Littérature Française

Directeur: Doç.Dr. Ertan Kuşçu

Co-directeur: Prof.Dr. Selim Yılmaz

Décembre 2022, XXVI + 267 pages

Dans notre thèse, nous visons à faire une étude analytique et interprétative en sémio-linguistique sur les titres et les images des couvertures de roman de la littérature française. Par définition, l'image est un moyen d'expression pouvant illustrer des situations de communication et d'énonciation. Elle peut exprimer un sentiment, une pensée ou un cas descriptif que les mots et la parole, parfois insuffisants, ne peuvent transcrire. Ainsi, nous pouvons dire que les mots et les images sont complémentaires dans une relation de dépendance. L'image reflète la vie et sa visualité transmet les idées des êtres humains; elle est de ce fait un moyen d'expressivité communicative. D'autre part, nous lisons les images de manière naturelle. Notre recherche tente de contribuer à expliquer le processus de compréhension et de signification des lectures d'images. Grâce à la communication dans la vie moderne, nous pouvons analyser et comprendre les images au niveau de la *transmission des messages*. De ce fait, notre objectif principal sera de tenter de lire afin de mieux comprendre l'image susceptible de transmettre des messages tout en analysant la *relation entre le titre et le visuel*. Notre thèse se compose de 3 chapitres principaux qui sont globalement les suivants: 1) Cadre théorique et méthodologique en sémiotique/sémiologie, 2) Valeur et fonction de l'image en général, 3) Analyse et interprétation sémiotique de l'image littéraire en rapport avec le titre. Nous avons bien entendu défini des sous-titres complémentaires sous ces trois chapitres dont le dernier sera particulièrement consacré aux analyses interprétatives et sémiotiques des images tant stylistiques que littéraires.

Mots-clés: Couverture de roman, image, littérature française, sémiotique, titre.

ABSTRACT

A SEMIO-LINGUISTIC STUDY OF NOVEL TITLES AND COVER IMAGES IN FRENCH LITERATURE (THEORIES, METHODS AND ANALYSIS)

KARA Nezihe

Doctoral Thesis

French Language and Literature Department

Adviser of Thesis: Assoc. Prof. Ertan KUŞÇU

Assoc. Adviser: Prof. Dr. Selim YILMAZ

December 2022, XXVI+ 267 Pages

The aim of our thesis is to make, from a semiotic and linguistic perspective, an analytical and interpretive study of the titles and images of novel covers in French literature. By definition, the image is a means of expression that can illustrate situations of communication and enunciation. It can define a feeling, a thought, or a particular situation that words and speech cannot adequately express. It can thus be suggested that there is a dynamic interplay between words and images in a complementary relationship. The image reflects life and its visuality communicates the ideas of human beings and is therefore a means of communicative expressiveness. The images can also be interpreted in more of a natural way. This research seeks to help explain the process of interpretation and signification of literary images. Thanks to various means of communication in modern life, we can effectively analyze and make sense of images that convey a message. Therefore, the main goal of this study is to try to develop a greater lecture and understanding of the literary images that have the potential to convey messages, while analyzing the relationship between the novel titles and cover images. Our thesis consists of 3 main chapters: 1) The theoretical and methodological framework in semiotics/semiology, 2) The value and function of the image in general, 3) The analysis and interpretation of the relationship between literary image and the title, from a semiotic point of view. It is worth stressing that complementary and explanatory subtitles have been defined under these three main chapters, the last of which will be particularly devoted to the interpretive and semiotic analysis of stylistic and literary images.

Keywords: Novel cover, image, French literature, semiotics, title.

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS	iii
AVANT – PROPOS	iv
ÖZET	vii
RÉSUMÉ.....	viii
ABSTRACT	ix
TABLE DES MATIÈRES	x
INDEX DES FIGURES	xvi
INDEX DES TABLEAUX.....	xix
INDEX DES IMAGES.....	xx
ABRÉVIATIONS ET SIGNES.....	xxiv
INTRODUCTION.....	1

CHAPITRE I

ASPECTS SÉMIOLOGIQUES ET SÉMIOTIQUES DE L'IMAGE ET DU TITRE

1.1. Présentation du chapitre I.....	7
1.1.1. À propos de la sémiologie et la sémiotique.....	8
1.1.2. Les diverses perspectives sémiotiques.....	12
1.2. Le concept d'image comme signe visuel	15
1.2.1. L'image et le système de communication	18
1.2.2. L'image comme moyen de communication	18
1.2.3. La dénotation dans l'image.....	20
1.2.4. La connotation dans l'image.....	20
1.3. Le concept de signe	21
1.4. Le titre et les mots composants	25
1.4.1. Le titre comme notion théorique.....	26
1.4.2. L'étymologie du mot « titre ».....	26
1.4.3. L'étude du titre	27
1.4.4. Les fonctions principales du titre.....	28
1.4.4.1. La fonction conative	29
1.4.4.2. La fonction désignative.....	29

1.4.4.3. Les principaux types de titre	30
1.4.4.3.1. Le titre objectif	31
1.4.4.3.2. Le titre subjectif	31
1.5. La titrologie et la sémio-sémantique	31
1.5.1. L'écrivain, le titre et le lecteur	33
1.5.2. Les autres types de titre	34
1.5.3. Les autres fonctions du titre	35
1.5.3.1. La fonction appellative	35
1.5.3.2. La fonction déictique	35
1.5.3.3. La fonction thématique	36
1.5.3.4. La fonction générique	36
1.5.3.5. La fonction référentielle	36
1.5.3.6. La fonction conative	36
1.5.3.7. La fonction métalinguistique	37
1.6. Analyser la relation entre les mots et les images	37
1.6.1. Types de relations et dichotomies essentielles	40
1.6.2. Présenter la sémiotique de l'image	41
1.6.3. Approches et méthodes de la sémiotique du visuel	42
1.7. La notion de signe linguistique et extralinguistique	44
1.7.1. Signe extralinguistique (non-linguistique)	45
1.7.1.1. Le signe iconique	45
1.7.1.2. Le signe plastique	46
1.7.1.3. Le lien iconique - plastique	48
1.7.2. La double articulation des signes	49
1.7.2.1. La double articulation du langage verbal	49
1.7.2.2. La double articulation du langage non verbal	50
1.8. Le message dans les images	52
1.8.1. Le message plastique	52
1.8.2. Le message iconique	52
1.8.3. Le message linguistique	52
1.9. L'interprétation de l'image	53

CHAPITRE II

L'IMAGE COMME SIGNE - ICONE VISUEL NON-LINGUISTIQUE

2.1. Qu'est-ce qu'une image ?.....	58
2.2. Sur la théorie sémiotique de l'image.....	60
2.3. L'image en tant que signe iconique.....	61
2.4. L'usage théorique du terme « image ».....	62
2.5. L'image est imitation, trace ou convention?	63
2.6. La pratique analytique de l'image.....	65
2.7. Objectifs et méthodologie de l'analyse.....	67
2.8. A la recherche du message implicite.....	68
2.9. L'image comme message pour autrui	70
2.9.1. Les fonctions de l'image.....	70
2.10. L'image et la communication.....	71
2.11. De la valeur à la valorisation.....	73
2.11.1. Relation entre valeur et valorisation.....	79
2.11.2. Considérations générales	83
2.12. Pouvoir et force des images.....	83
2.13. L'image et sa performativité	87
2.14. L'image et la signification.....	87
2.14.1. L'image est-elle polysémique?	88
2.14.2. Lecture de l'image : Lecture passive?	91
2.14.3. L'image et son influence	93
2.14.4. Entre l'image et le sens.....	93
2.14.5. Direction du sens vers l'image	94
2.15. Approche sémiologique de l'icône.....	95
2.15.1. Le point de vue structuraliste.....	96
2.15.2. Du signe-code au message.....	98
2.16. L'image et les signes	100
2.16.1. Le signe visuel	101
2.16.2. Le signe iconique.....	101
2.16.3. Le signe plastique	104

2.17. Les couleurs et l'image.....	106
2.17.1. Les signes plastiques spécifiques.....	111
2.17.2. Cadrage et perspective des images	115
2.17.3. Le rapport iconique - plastique	119
2.18. Le message par image et mots.....	121
2.18.1. L'image dans les mots	122
2.18.2. Remarques générales	123
2.19. Une notion-concept : L'image.....	123
2.20. De l'image à l'acte iconique	124
2.21. Pratique des images sociales	127
2.22. Considérations générales	128

CHAPITRE III

ANALYSES INTERPRETATIVES DES COUVERTURES DE ROMANS

FRANÇAIS CLASSIQUES ET MODERNES

3.1. L'image comme page de couverture	134
3.1.1. L'observation visuelle de l'image	135
3.1.2. Une expression spécifique sur l'image	138
3.1.3. Relation « image – parole »: Valeurs et fonctions.....	138
3.2. La page de (C)Ouverture du roman.....	143
3.2.1. L'image: Lieu de silence, parole silencieuse ou parole muette?	143
3.2.2. La composition de la page de couverture	147
3.3. Le regard du lecteur.....	149
3.4. Le titre, l'image et l'édition.....	149
3.4.1. Couverture avec le titre et l'image.....	151
3.4.2. Couverture sans le titre	152
3.4.3. Couverture sans l'image	153
3.5. Analyse du titre de la couverture du roman	153
3.5.1. Le titre formé d'un seul mot	154
3.5.2. Le titre formé de plus d'un mot	155
3.5.3. Le titre formé de nom commun	156
3.5.4. Le titre formé de nom propre.....	156

3.6. Qu'est-ce qu'une "image littéraire"?	157
3.6.1. De l'image à l'imagination	158
3.6.2. L'image des Images ou l'image dans l'image ?	159
3.6.3. Catégorisation principale de l'image littéraire	161
3.6.4. L'image littéraire: Une énonciation implicite et sous-entendue	162
3.6.5. Une question d'enveloppe fermée et ouverte	163
3.7. Voir, regarder et comprendre l'image littéraire	165
3.7.1. De la vue à la compréhension en passant par le regard	167
3.8. Deux exemples d'images de couverture de roman contemporain	169
3.9. Comparaison d'image littéraire classique et moderne	170
3.10. L'image et la notion de « traduction »	171
3.10.1. La traduction inter-sémiotique de l'image	172
3.10.2. La traduction visuelle de l'image	173
3.11. Paroles conclusives	174
3.12. Catégorisation de l'image en rapport avec le titre	175
3.12.1. Au niveau de l'effet et du pouvoir de l'image	178
3.12.1.1. L'image focalisante: IMG (++)	178
3.12.1.2. L'Image effective: IMG (+)	179
3.12.1.3. L'image peu effective: Image (=)	181
3.12.1.4. L'image très peu effective: IMG (-)	181
3.12.1.5. L'image neutre et objective: IMG (Ø)	182
3.12.2. L'image au niveau du genre romanesque	183
3.12.2.1. L'Image autobiographique ou l'auto-image	185
3.12.2.2. L'image noire (série noire)	185
3.12.2.3. L'image romantique (Roman d'amour)	186
3.12.2.4. L'image bande dessinée (Image dessinée)	187
3.12.3. Au niveau de la description (Image descriptive et énonciative)	188
3.12.3.1. Image descriptive du temps	188
3.12.3.2. Image descriptive du lieu/espace	189
3.12.3.3. Image descriptive de personnage	190
3.12.3.4. Image descriptive de situation/fait	190

3.12.3.5. Image descriptive de la nature	191
3.12.4. Au niveau de la relation “titre -image”	192
3.13. Analyses des images de couvertures des romans littéraires	193
3.13.1. Les images des romans classiques	194
3.13.2. Les images des romans contemporains.....	223
CONCLUSION.....	240
LEXIQUE DES NOTIONS « FRANÇAIS – TURC »	256
BIBLIOGRAPHIE	260

INDEX DES FIGURES

Sayfa

Figure 1.	Science de la communication	15
Figure 2.	Schéma de communication de Jakobson (A).....	18
Figure 3.	Schéma de communication de Jakobson (B).....	18
Figure 4.	L'image comme communication	19
Figure 5.	Les 2 sémantismes de l'image	20
Figure 6.	Triade "signifié – signifiant – référent"	23
Figure 7.	Le statut du titre de couverture du roman	28
Figure 8.	Les 3 fonctions essentielles du titre	29
Figure 9.	Deux types de titre	30
Figure 10.	Les autres fonctions du titre.....	35
Figure 11.	Méthode analytique et dichotomique.....	41
Figure 12.	Le système de signe de Saussure	43
Figure 13.	Dichotomie de signifiant et signifié.....	44
Figure 14.	Les catégories de signes.....	45
Figure 15.	Première articulation « Monème ».....	50
Figure 16.	Deuxième articulation « Phonème ».....	50
Figure 17.	La double articulation et le signe linguistique/iconique	51
Figure 18.	Articulation des mots et des images	51
Figure 19.	Les catégories de message	52
Figure 20.	Les caractéristiques de l'image.....	56
Figure 21.	Transmission du message à travers l'image du roman	59
Figure 22.	Le parcours « image-représentation-signé ».....	63
Figure 23.	Aspects caractéristiques de l'image.....	65
Figure 24.	Les 2 carrés sémiotiques de Floch.	73
Figure 25.	Les 2 valorisations contradictoires de l'image	75
Figure 26.	Processus de l'IMG : Des valeurs à la valorisation	76
Figure 27.	L'image et les signes.....	100
Figure 28.	Articulation iconique/plastique et le message visuel.....	105

Figure 29.	Relation signe-acte et image-signification.....	128
Figure 30.	Valeur et fonction de l'image	139
Figure 31.	Le roman, l'image et le texte	144
Figure 32.	L'image comme lieu de silence	144
Figure 33.	Le roman et sa couverture.....	145
Figure 34.	Le roman et le texte	146
Figure 35.	Relation communicative entre l'auteur (émetteur) et le lecteur (récepteur) .	146
Figure 36.	L'illustration des composants de la couverture d'un roman.....	147
Figure 37.	Le modèle de 3D de la couverture de roman	148
Figure 38.	Les 3P de la couverture de roman.....	149
Figure 39.	La notion d'image en français et son équivalent turc	150
Figure 40.	Relation sémantique et étymologique.....	151
Figure 41.	Le concept étymologique en français	158
Figure 42.	Le concept étymologique en turc.....	158
Figure 43.	Catégorisation de l'image littéraire.....	161
Figure 44.	L'image littéraire comme type de discours énonciatif.....	162
Figure 45.	Expressions de Victor Hugo sur la vue et la vision	168
Figure 46.	Schéma de la traduction inter-sémiotique.....	173
Figure 47.	Les deux différents paramètres et axes de la couverture de roman	176
Figure 48.	Les quatre catégories principales des images littéraires.....	177
Figure 49.	Catégorisation de l'image littéraire.....	178
Figure 50.	L'image effective.....	180
Figure 51.	Quatre autres cas selon le genre romanesque	184
Figure 52.	Catégories des images descriptives et énonciatives.....	188
Figure 53.	Catégorisation du rapport « titre - image ».....	193
Figure 54.	Deux grands axes des images de romans littéraires.....	194
Figure 55.	Relation sur 2 plans de nature différente	241
Figure 56.	La couverture et ses composants complémentaires	242
Figure 57.	Rapport entre 2 types de subjectivité de la couverture du roman.....	243
Figure 58.	Image descriptive et énonciative.....	244
Figure 59.	Cas de la subjectivité de l'image	247

Figure 60.	Les deux grans paramètres de l'image.....	247
Figure 61.	Les processus de l'image littéraire.....	248

INDEX DES TABLEAUX

	Sayfa
Tableau 1. Distinction entre la sémiologie et la sémiotique selon Joly.....	9
Tableau 2. Récapitulation de différentes visions sémiotiques.....	12
Tableau 3. Récapitulatif du concept signe et de ses composants	22
Tableau 4. Les fonctions de l'image communicative	71
Tableau 5. Tableau présentatif: La lecture préliminaire de l'image	140
Tableau 6. Représentation de la première de couverture.....	148
Tableau 7. Valeurs et fonctions de l'image littéraire.....	249

INDEX DES IMAGES

		Sayfa
Image 1.	Image photographiée par moi-même	7
Image 2.	Une image d'icône	23
Image 3.	Une image d'indice	24
Image 4.	Une image de symbole.....	24
Image 5.	L'image de la tour Eiffel.....	38
Image 6.	Plume-stylo littéraire.....	38
Image 7.	La francophonie	39
Image 8.	La littérature française	40
Image 9.	Image – parole du sapin de Noël	60
Image 10.	Image de couverture comme symbole	132
Image 11.	L'image du Robert de l'étymologie du français	133
Image 12.	Livres d'enfant (a)	135
Image 13.	Livres d'enfant (b)	135
Image 14.	Couverture du livre de méthode de FLE « Taxi »	136
Image 15.	Couverture du nouveau livre de méthode de FLE « Défi 1/2 ».....	137
Image 16.	Couverture du livre de Roland Barthes.....	138
Image 17.	Pages de couverture d'œuvres classiques	141
Image 18.	Pages de couverture d'ouvrages modernes	142
Image 19.	La touche “mute” d'une télécommande de TV	145
Image 20.	Couverture avec le titre et l'image.....	152
Image 21.	Couverture sans le titre	152
Image 22.	Couverture sans l'image	153
Image 23.	Flaubert (Salammbô)	154
Image 24.	Zola (Germinal)	155
Image 25.	Proust (A la recherche du temps perdu).....	155
Image 26.	Marivaux (Le jeu de l'amour et du hasard)	156
Image 27.	Deux images de Notre-Dame de Paris	157
Image 28.	Page de couverture du livre de Orsenna	159
Image 29.	Image dictionnaire et image littéraire	160

Image 30.	Image de Victor Hugo avec ses petits-enfants.....	161
Image 31.	Enveloppe (image) fermée.....	163
Image 32.	L'image « le dos des livres ».....	164
Image 33.	Enveloppe (image) ouverte.....	165
Image 34.	Enveloppe (image) contenue vue et lue.....	165
Image 35.	Les images de la vue et du regard par les yeux.....	167
Image 36.	Deux images de roman contemporain.....	169
Image 37.	Exemple d'image de roman classique et moderne.....	170
Image 38.	Représentation de la traduction inter-sémiotique.....	173
Image 39.	Représentation de la traduction visuelle d'image.....	174
Image 40.	Deux images focalisantes (classique et moderne).....	179
Image 41.	Deux images effectives (classique et moderne).....	180
Image 42.	Exemples d'image peu effective (romans modernes).....	181
Image 43.	Exemples d'image très peu effective (romans modernes).....	182
Image 44.	Exemples d'image neutre et objective (classiques).....	183
Image 45.	Deux images du roman "Candide" de Voltaire.....	184
Image 46.	Les Fleurs Du Mal du Baudelaire.....	185
Image 47.	Exemples de l'image noire de romans policiers.....	186
Image 48.	Exemples d'images romantiques (images d'amour).....	187
Image 49.	Exemples d'images bandes dessinées.....	187
Image 50.	Image descriptive de temps d'un roman classique.....	189
Image 51.	Image descriptive de lieu d'un roman classique.....	189
Image 52.	Images descriptives des romans classiques.....	190
Image 53.	Image descriptive de situation/fait d'un roman classique.....	191
Image 54.	Images descriptives de la nature avec/sans personnage.....	192
Image 55.	Jean de la Fontaine (Les Fables).....	195
Image 56.	Molière (Le médecin malgré lui).....	197
Image 57.	Molière (Le Tartuffe).....	198
Image 58.	Pierre Loti (Aziyadé).....	199
Image 59.	Edmond Rostand (Cyrano de Bergerac).....	200
Image 60.	Gustave Flaubert (Madame Bovary).....	201

Image 61.	Gustave Flaubert (L'Éducation Sentimentale)	203
Image 62.	Emile Zola (La Confession de Claude).....	205
Image 63.	Emile Zola (Thérèse Raquin).....	207
Image 64.	Emile Zola (La curée).....	208
Image 65.	Emile Zola (La fortune des Rougon)	210
Image 66.	Victor Hugo (Les Misérables)	211
Image 67.	Honoré De Balzac (Le Père Goriot)	213
Image 68.	Alfred de Musset (On ne badine pas avec l'amour)	214
Image 69.	Stendhal (Le Rouge Et Le Noir)	215
Image 70.	Antoine De Saint-Exupéry (Le petit prince).....	217
Image 71.	Eugène Ionesco (Rhinocéros)	218
Image 72.	Boris Vian (L'Écume Des Jours).....	219
Image 73.	Tête, face, visage : Auto-image / image autoréflexive	221
Image 74.	Marguerite Duras (Dix heures et demie du soir)	221
Image 75.	Marcel Proust (Du côté de chez Swann).....	222
Image 76.	Jean Echonoz (Cherokee)	224
Image 77.	Marc Levy (Les Enfants De La Liberté).....	225
Image 78.	Marc Levy (Vous Revoir).....	226
Image 79.	Jean-Christophe Grangé (Les Rivières Pourpres).....	227
Image 80.	Amin Maalouf (Les Désorientés)	228
Image 81.	Michel Bernard (Le bon cœur)	229
Image 82.	Claude Béata (Au risque d'aimer)	230
Image 83.	Patrick Poivre D'Arvor (Deux amants)	231
Image 84.	Bernard Simiot (Ces messieurs de Saint-Malo).....	232
Image 85.	Daniel Picouly (Le champ de personne).....	233
Image 86.	Jean-Christophe Rufin (Rouge Brésil).....	234
Image 87.	Bernard-Henri Levy (La barbarie à visage humain)	235
Image 88.	Albert Pigasse (La nuit de Santa Cruz / Marie de nos vingt ans)	236
Image 89.	Jean-Louis Touchant (Le train vers-de-gris)	237
Image 90.	Franck Thilliez (Deuils de miel).....	238
Image 91.	Pierre Siniac (Des perles aux cochonnes).....	239

Image 92.	La valeur visuelle de l'image.....	252
Image 93.	L'image poétique et esthétique	255

ABRÉVIATIONS ET SIGNES

1. Abréviations utilisés

IMG : image (au sens général)

IMG (auto) : auto-image (roman autobiographique)

IMG (no) : image noire (série noire, roman policier)

IMI : image internet récupérée de google

IMP : image personnelle photographiée par nous-mêmes

L'AIS : L'Association internationale de sémiotique

Fr. : Français

Tr. : Turc

V : Valeur

F : Fonction

MSG : Message

2. Signes utilisés

IMG (++) : image focalisante

IMG (+) : image effective

IMG (=) : image peu effective

IMG (-) : image très peu effective

IMG (Ø) : image neutre et objective

INTRODUCTION

*L'image est comme le paradis lointain qu'on envie toujours et sans cesse
durant toute notre vie!...
(S. Yilmaz)*

Thème et problématique

Dans notre recherche, nous allons proposer une étude analytique sur une thématique sémiotique sous le titre: « Analyse sémiotique des images de couverture de Roman issues de la littérature française (relation entre le titre et le visuel) ». Pour aborder le sujet, notre problématique sera fixée sur une série de questionnements qui seront les suivants:

- * D'abord: Qu'est-ce qu'une image?
- * Ensuite: Comment décrire et interpréter le contenu et le message des images de couverture de roman de la littérature française dans une perspective sémiotique?
- * Quelle relation y a-t-il entre le titre et l'image (c'est-à-dire la couverture du roman)?
- * Est-ce que la couverture du roman en rapport avec le titre représente le contenu de l'œuvre littéraire et à quel niveau?
- * Comment peut-on interpréter l'image en relation avec le titre du roman en question et l'époque littéraire (siècle et courant littéraires)?
- * Enfin: Quelle est la fonction majeure d'une couverture de roman littéraire?

Ces questions nous permettront, d'une part d'explicitier s'il est question de l'effet et/ou du pouvoir de l'image au niveau du roman concerné, et d'autre part de comprendre la corrélation et la cohérence entre les marques de nature différente (mot, image, couleur...) qui sont généralement sous-entendues et ainsi implicites. A ce titre, nous aurons l'opportunité de voir l'existence d'un message sociologique? Si oui à quel niveau sémantique se situe le message sociologique? Les deux niveaux sémantiques d'une image du point de vue du

message ou leçon qu'elle veut ou peut transmettre au lecteur: a) *Le niveau explicite*, b) *Le niveau implicite*.

Objectifs de l'étude

De nos jours, l'image est un moyen d'expression qui illustre des situations de communication au lecteur. Il s'agit donc ici bel et bien d'une situation d'énonciation. Elle peut exprimer un sentiment ou un cas descriptif que les mots ne peuvent pas transcrire. Nous pouvons donc dire que les mots et les images sont donc complémentaires. L'image clarifie l'actualité et transmet les idées qu'elle comporte; d'un point de vue généraliste, elle est donc l'expression la plus essentielle de l'opinion du peuple. D'un autre côté, nous lisons les images d'une manière qui nous semble tout à fait naturelle. L'ambition de fond de notre recherche est ainsi de contribuer à expliquer de quelle manière nous sommes non seulement sémiotiquement et linguistiquement, mais aussi stylistiquement initiés à la compréhension des images.

Grâce à la communication dans la vie moderne, nous serons aptes à analyser et comprendre les images de manière effective au niveau de la transmission des messages. De ce fait, notre objectif sera surtout de tenter de mieux comprendre l'image susceptible de transmettre des messages. A ce titre, nous allons essayer de mettre en lumière ces questions fondamentales qui viennent compléter celles ayant été posées antérieurement: Est-ce que la couverture du roman reflète bien le message de l'auteur? Cette question évoque naturellement une seconde: Est-ce que ce message est cohérent avec le contenu du roman (ou la leçon que veut donner l'auteur)?

Il est incontestable que l'image joue un rôle très important et définitif dans la communication. Les échantillons seront tirés des images de couverture de roman de la littérature française (tant au niveau des romans classiques que modernes). Afin de pouvoir répondre à la problématique posée, notre recherche se fondera surtout sur la description et l'interprétation des images de couverture de roman de la littérature française, et de plus cette étude révélera les relations entre le titre et le visuel que l'on peut lire et interpréter. Afin de réaliser cette étude, nous allons d'emblée bénéficier de la *théorie de communication* de R. Jakobson (1963), en même temps nous effectuerons nos analyses détaillées à propos de notre thématique sous les grandes idées et approches des linguistes reconnus mondialement,

comme bien entendu Ferdinand de Saussure, C. Sanders Peirce, R. Barthes, A. Julien Greimas dans une perspective sémiotique. D'autre part pour pouvoir faire l'analyse des images de couverture de roman, nous allons consulter la théorie de Laurent Gerveau (2000) qui propose les deux états et actes essentiels qui consistent la lecture de l'image: *La description et l'interprétation de l'image*.

Domaine de recherche, corpus et données

La recherche sera une étude théorique et appliquée dans le domaine de linguistique et sémiotique, et notamment la linguistique et la sémiotique appliquée. Il sera donc question d'une étude pratique des images de couverture de romans français tant classiques que modernes ou contemporains. A ce titre, nous envisageons de travailler sur un corpus assez étendu comprenant un exemplaire de couverture de roman appartenant à la Littérature Française du 17^e siècle jusqu'à nos jours, c'est-à-dire les romans contemporains seront aussi visés. A savoir que la fréquence de choix de roman sera centrée plus particulièrement sur le 18^e et le 19^e siècles, étant donné que le premier est le Siècle des Lumières et le second comprend le Réalisme et le Naturalisme comme courants importants marquant la littérature française. Dans ce cadre de perspective littéraire, un de nos objectifs est de voir si l'image littéraire comme figure du roman contient une figure de style comme la métaphore, l'ironie ou autre parole stylistique qui puissent exister dans un texte littéraire tout en constituant la stylistique et l'esthétique littéraire du roman en question que ce soit dans la couverture ou dans le corps du texte littéraire.

Cadre théorique et méthodologique

L'un des sujets le plus actuels de nos jours est sans doute l'image et bien sûr le problème de lecture des images. Il est donc intéressant d'étudier un tel sujet du point de vue de la sémiotique (tr. göstergebilim) qui est actuellement très répandue et populaire parmi les autres disciplines scientifiques, telles que la linguistique et ses branches comme la *sémantique* (tr. anlambilim, semantik) et *l'énonciation* (tr. sözceleme), ainsi que la socio-linguistique, la philosophie et la *pragmatique*. (tr. edibilim, pragmatik). De ce point de vue, nous adopterons plutôt une *approche interdisciplinaire* (tr. disiplinlerarası yaklaşım) qui

consiste à mettre en relation les disciplines citées afin de pouvoir réaliser une analyse plus fiable de la *signification* des images de couverture du roman, tout en tenant compte de la relation avec les mots composant le titre du roman.

Pour ce faire, nous prendrons en considération la *méthode sémiotique* qui se base sur le sens et la signification des images et des *marques linguistiques* (tr. dilsel göstergeler) pour les mots constituant le titre du roman, et les *marques non-linguistiques* (tr. dilsel olmayan göstergeler) ou encore les *marques extra-linguistiques* (tr. dildışı göstergeler) pour les images constituant la couverture des romans. Cette méthode d'analyse sémiotique et sémantique par l'intermédiaire des images en relation avec les mots, nous allons nous référer aux ouvrages principaux et contemporains notamment dans le domaine de la sémiotique, en particulier celui de Barthes (1985), celui de Cadet et alii (1997), ceux de Joly (2015 et 2011), et enfin celui de Courtés (2007). Ainsi, les ouvrages de base auxquels nous allons nous référer davantage seront bien les suivants:

Barthes, R. (1985). *L'aventure sémiologique*. Paris : Editions du Seuil.

Cadet C., Charles R. et Gallus J-L. (1997). *La communication par image*. Paris : Nathan.

Courtés, J. (2007). *La sémiotique du langage*. Paris : Armand Colin.

Joly, M. (2015). *Introduction à l'analyse de l'image*. Edition 3. Paris : Armand Colin.

Joly, M. (2011). *L'image et les signes*. Paris : Armand Colin.

Par conséquent, nous allons étudier amplement avec une analyse précise et profonde les images de couverture de roman de littérature française en relation avec le titre du roman, sous trois parties ou chapitres fondamentaux que nous pouvons résumer comme suit:

Les chapitres de la thèse

Cette présente thèse se compose globalement de 3 parties ou chapitres principaux qui sont les suivants:

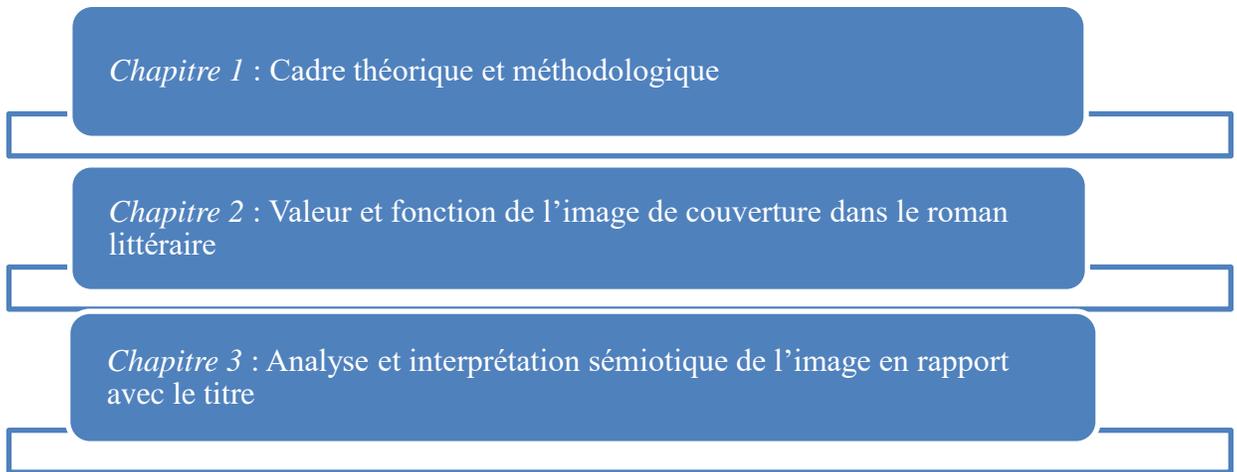
a) Chapitre 1: Cadre théorique et méthodologique,

b) Chapitre 2: Valeur et fonction de l'image de couverture dans le roman littéraire,

c) Chapitre 3: Analyse et interprétation sémiotique de l'image en rapport avec le titre.

Nous avons bien entendu défini quelques sous-titres en dessous de ces trois chapitres, mais

ces sous-catégories peuvent être améliorés avec d'autres recherches approfondies qui suivront cette thèse.



Comme nous venons de l'évoquer plus haut, du linguiste francophone Saussure, fondateur de la linguistique qui a donné naissance à la Sémiologie au sémioticien anglophone Peirce qui, pour sa part, a donné naissance à la Sémiotique avec leurs nombreux travaux, nous pouvons bien entendu citer ici le nom de plusieurs sémioticiens francophones comme Barthes, Eco, Greimas, Floch, etc., ainsi que de célèbres sémioticiens anglophones comme Hjelmslev, Greimas, Bakhtine, Morris, etc. Ces fameux théoriciens reconnus dans le monde entier ont vraiment marqué l'histoire de la Sémiotique et la Sémiologie avec d'autres sémioticiens plus contemporains en contribuant à l'avancement et à l'évolution du domaine avec plusieurs travaux de qualité étant toujours à la portée des étudiants, enseignants et chercheurs dans le milieu académique et le monde scientifique de nos jours. Comme nous venons de le signaler plus haut, nous nous concentrerons plus sur les *théories et méthodes contemporaines* comme celles de Joly, Courtés, Worth dans l'objectif de faire une synthèse du cadre théorique et méthodologique de la question problématique de l'image en général.

Notons d'emblée que l'étude envisagée dans cette thèse n'est pas de faire un retour en arrière dans le passé en nous attardant plus que nécessaire sur l'histoire de la sémiotique et de la sémiologie ou en fournissant de multiples informations encyclopédiques incessantes dans le domaine, ce n'est d'ailleurs pas l'objectif primordial d'une thèse de doctorat ou du moins cela ne devrait pas l'être. A ce propos, il est tout à fait naturel que dans ce genre d'étude académique, on recherche et on attend un minimum d'originalité et si possible une

certaine créativité en attendant un travail pratique dans le sens d'une analyse appliquée assez profonde et singulière dans le cadre de la thématique scientifique à aborder.

De ce fait, nous pensons donc à faire une présentation générale comme une espèce de vue panoramique sur le statut et la place de l'image dans le domaine en donnant quelques aspects théoriques et méthodologiques principaux (dans les deux premiers chapitres). A la suite de ces deux premières parties concentrées aux théoriques et méthodes sémiotiques et sémiologiques de l'image, certes la partie vitale et fondamentale de notre thèse sera bien entendu le 3^e et dernier chapitre dans lequel nous tenterons d'entamer et d'aborder nos analyses critiques et interprétatives des images de couverture de roman appartenant à différents aires et courants de la Littérature Française.

Cependant, nous nous focaliserons donc davantage à l'étude pratique et appliquée des images de couverture de romans littéraires en prenant en compte une perspective beaucoup plus synchronique que diachronique. La plupart des images de couverture des romans (notamment dans le 3^e chapitre) sont photographiées par nous-mêmes à partir de l'original des romans que nous détenons dans notre bibliothèque personnelle (IMP), ceux que nous n'avons pas en possession seront récupérés du moteur de recherche Google sur internet (IMI). En principe, nous avons si possible marqué cela en note de bas de page ainsi que dans le cadre tableau des exemples comme "image personnelle" (IMP) et "image internet" (IMI).

Il convient de noter dès à présent qu'il peut y avoir certaines répétitions dans quelques endroits de la rédaction de cette thèse; notons d'emblée que c'est fait consciemment, car parfois les répétitions ne sont pas inutiles, cela dépend quand, où et comment on les organise. Enfin, nous estimons utile d'intégrer après la conclusion un lexique «Français – Turc» des notions spécifiques de linguistique et de sémiotique / sémiologie (comme terminologie du travail) dont nous avons utilisées tout au long de notre thèse de doctorat.

CHAPITRE I

ASPECTS SÉMIOLOGIQUES ET SÉMIOTIQUES DE L'IMAGE ET DU TITRE

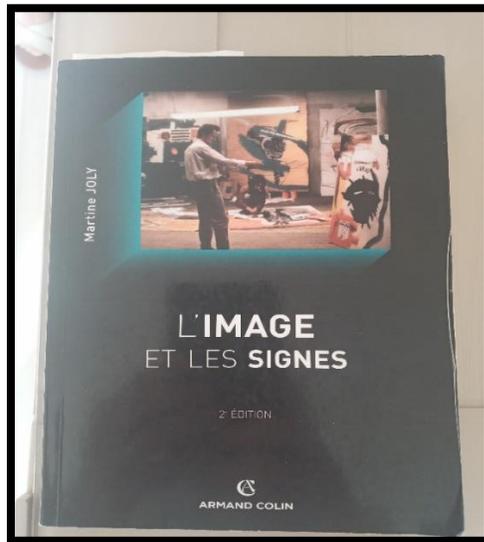


Image 1. Image photographiée par moi-même

1.1. Présentation du chapitre I

Dans ce chapitre, nous allons prendre en considération afin de présenter quelques théories et *méthodes sémiotique* qui se basent sur le sens et la signification des images. Ces théories et méthodes d'analyse sémiotique et sémantique par l'intermédiaire des images en relation avec les mots, nous nous focaliserons sur une *méthode analytique et descriptive* en même temps sous l'angle théorique de la sémiotique. Afin de répondre à la problématique posée dans notre thèse sur l'image, nous allons fournir des exemples représentatifs qui méritent des analyses interprétatives quant à la structure profonde des images combinées avec les mots.

Pour boucler cette partie, nous tenterons de compléter théoriquement toutes les explications détaillées de ce premier chapitre (sur quelques aspects sémiotique et sémiologiques de l'image avec le titre) avec des exemples, des figures et des schémas représentant les différents aspects sémiologiques et les diverses approches sémiotiques. Ce

premier chapitre qui constitue donc le cadre théorique et méthodologique de notre recherche se composera globalement de quatre parties qui sont indiquées ci-dessous :

- A) Approches et méthodes de la *sémiotique de l'image* comme support visuel.
- B) *Signe extralinguistique* : L'image comme signe extralinguistique ou non-linguistique (valeur/fonction sémiotique, le sous-entendu, le présupposé du visuel).
- C) *Signe linguistique* : Le titre et les mots composant la page de couverture (valeur/fonction linguistique, énonciative, stylistique et littéraire).
- D) *Relation entre les mots et les images* : Valeur implicite/explicite du message littéraire (comme leçon sociale).

Ce 1^{er} chapitre a été rédigé en grande partie à la lumière de trois ouvrages de sémiotique sur l'image de Joly et de Wirth. Les références de ces ouvrages sont les suivantes (cf. Bibliographie) :

- a) Joly, M. (2015). *Introduction à l'analyse de l'image*. Paris : Armand Colin. Edition 3.
- b) Joly, M. (2011). *L'image et les signes*. Paris: Armand Colin.
- c) Wirth, J. (2013). *Qu'est-ce que l'image ?* Genève : Librairie Droz.

1.1.1. À propos de la sémiologie et la sémiotique

Pour commencer, il convient de poser la question suivante : qu'est-ce que la sémiologie et la sémiotique ? Cette question sera très utile pour définir la question sémiotique et sémiologique de notre thématique. Pour ce faire, il faut donner la définition du terme sémiologie ou sémiotique :

“La sémiologie est née d'un projet de F. de Saussure. Son objet est l'étude de la vie des signes au sein de la vie sociale : elle s'intègre à la psychologie comme branche de la psychologie sociale. Au sens large, la sémiotique (dans certains cas appelée aussi « sémiologie ») est l'approche et la discipline, fondée entre la fin du XIXe et le début du XXe s., qui étudie la production, la dynamique interne et l'interprétation des objets signifiants, c'est-à-dire qui produisent du sens (textes, photographies, tableaux, etc.), et des phénomènes qui les constituent (signes, signifiants, signifiés, sémiologie, signification, énonciation, etc.).”¹

¹ Dictionnaire de Linguistique, Larousse & Dictionnaire de Sémiotique Générale.

Dans ce cas, la sémiologie (ou sémiotique) représente une science de la signification qui vise à comprendre les processus de production du sens, dans une perspective synchronique. D'autre part, la sémiotique est principalement interdisciplinaire du fait que son cadre théorique concerne la compréhension de phénomènes relatifs à la production du sens dans ses dimensions à la fois cognitive, sociale et communicationnelle. Elle se présente alors plus comme un domaine de recherche que comme une discipline possédant une méthodologie stricte et un objet précis.

Le terme "sémiotique" comme celui de "sémiologie" ne sont pas tout à fait des synonymes, Joly (2015: 22) dans son œuvre « Introduction à l'analyse de l'image » a largement fait la démonstration et a précisé que : « Le premier (sémiotique) d'origine américaine est le terme qui désigne la sémiotique comme philosophie des langages. L'usage du second (sémiologie), d'origine européenne, est plutôt compris comme l'étude de langages particuliers (image, gestuelle, théâtre, etc.). »

Nous pouvons voir la distinction de la sémiologie et la sémiotique dans le tableau ci-dessous établi par Joly dans son ouvrage « Introduction à l'analyse de l'image » (2015: 22).

Tableau 1. Distinction entre la sémiologie et la sémiotique selon Joly

SÉMIOTIQUE	SÉMIOLOGIE
Source : origine américaine	Source : origine européenne
Etude de tous les signes y compris le signe linguistique	Etude des signes ayant un aspect particulier, non linguistiques
En particulier : l'étude des signes en situation	En particulier : l'étude des signes organisés en systèmes
Fondateur : par Charles Sanders Peirce (1839 – 1914)	Fondateur : Ferdinand de Saussure (1857-1913)
Sémioticiens principaux : Thomas Sebeok, Gérard Deledalle, David Savan, Eliseo Veron, Claudine Tiercelin, etc	Sémiologues principaux : Roman Jakobson, Louis Hjelmslev, Roland Barthes, Umberto Eco, Algirdas Julien Greimas (fondateur de l'École de Paris)

Ainsi, nous pouvons expliquer quelques différences entre ces deux domaines scientifiques suivant l'idée de Joly (2015) qui prétend : « On dit souvent que les deux termes sont équivalents et que leur différence vient simplement de leur origine linguistique : « sémiotique » étant d'origine anglo-saxonne, « sémiologie » d'origine (Locke, Peirce), « sémiologie » d'origine européenne (en particulier Saussure). Il y a bien entendu une certaine réalité historique dans cette suggestion, mais ce n'est pas si simple que cela. » Pour la différenciation de ces deux termes, Joly souligne : « L'Association internationale de

sémiotique (l'AIS, fondée en 1967 par A.-J. Greimas) a donné très tôt la préférence au terme de « sémiotique ». Par contre, il faudrait désormais traiter un des *principes de la linguistique* en distinguant la règle de l'usage. Les deux termes continuent actuellement d'être employés : le terme « sémiotique » étant plutôt compris comme une extension générale de la linguistique, comme une philosophie du langage, et sémiologie » comme l'étude des *langages particuliers* (image, cinéma, peinture, littérature, etc.). Cependant, cette distinction peut se détailler davantage. »

Joly cite Umberto Eco et Charles Morris qui proposent de distinguer trois aspects de la sémiotique. Les différents aspects de la sémiotique peuvent être organisés selon trois axes principaux :

La sémiotique générale, de nature philosophique, est chargée de construire un objet théorique et de proposer un modèle général purement formel ; elle travaillera par exemple sur la notion même de « signe », sa structure, sa dynamique, etc.

Les sémiotiques spécifiques sont, elles, d'ordre grammatical au sens large du terme, c'est-à-dire qu'elles englobent la syntaxe, la sémantique et la pragmatique ; elles sont chargées d'étudier, d'un point de vue théorique et conceptuel, des systèmes de signes particuliers tels que ceux de l'image ou du cinéma : comprennent-ils des signes ? Si oui, quels sont-ils ? Comment s'agencent-ils ? Etc.

La sémiotique appliquée, enfin, a des limites plus imprécises. Son problème n'est pas la scientificité (proposition de concepts et de modèles), mais sa force de persuasion rhétorique pour la compréhension d'un texte. Sa tâche est de rendre inter-subjectivement contrôlable, grâce à l'utilisation d'outils empruntés aux sémiotiques précédentes, un « discours » sur une interprétation d'un texte donné. La sémiotique appliquée est une méthode d'analyse dont la rigueur se fonde sur l'utilisation des outils sémiotiques et ce qu'ils supposent de consensus socioculturel supposant aux interprétations non justifiées, « impressionnistes », ou trop aléatoires. (Joly, 2011: 24).

Nous pouvons dire que **la sémiotique générale** a pour objectif de construire et de structurer son objet théorique ainsi que de développer des modèles ayant une vision globale. C'est ce paramètre que les recherches veulent proposer comme théorie générale de la pensée symbolique pour pouvoir définir la structure du signe, ainsi que ses relations et ses effets. On est ici dans la *théorie de la connaissance*. **Les sémiotiques spécifiques** englobent l'étude de

systèmes symboliques d'expression et de communication particulière. Sur ce plan, les systèmes langagiers sont entamés de façon théorique à partir des *approches syntaxiques* (relations structurales des signes), *sémantiques* (relations des signes au sens référentiel) et *pragmatiques* (relations des signes aux émetteurs). C'est l'étude du langage qui est en jeu dans ce paramètre. **La sémiotique appliquée** est la pratique d'une *méthode analytique* ayant comme base des notions sémiotiques. Ce dont il y est question ici, c'est précisément l'interprétation de *productions des signes* de nature différente ; par exemple, la *sémiologie de l'image* objecte l'étude de l'image en utilisant divers instruments sémiotiques. Cet axe sémiotique concerne également le discours.

En fin de compte, la sémiotique est un métalangage, un « discours sur » qui se définit par sa démarche plus que son objet. La question qu'elle se pose étant le « comment » de la signification plus que le « quoi » ; cette démarche élargira progressivement ses outils au profit de l'analyse textuelle des messages et de leur production comme leur manipulation. A ce titre, comme le souligne Eco (1992), dans son livre intitulé « Le signe » : « La sémiotique est aujourd'hui une technique de recherche qui réussit à décrire le fonctionnement de la communication et de la signification. »

En effet, on peut répondre à la question de la distinction comme : la sémiologie est une discipline récente, elle est considérée comme l'une des sciences humaines. Saussure (1991: 22) la définit comme la science qui étudie « la vie des signes au sein de la vie sociale ». Pour lui, « elle nous apprendrait en quoi consistent les signes, quelles lois les régissent ». Par ailleurs, Peirce affirme que « la logique dans son sens général (...) n'est qu'un autre nom de la sémiotique (...) doctrine quasi nécessaire ou formelle des signes. » (Peirce, 1978: 22).²

Les deux grands fondateurs de cette science (Saussure et Peirce) sont d'accord surtout sur ces deux points : a) Le premier est que la sémiologie est la science des signes, b) Le deuxième est que ces signes forment ensemble un système formel.

« La sémiologie apparaît plutôt aujourd'hui comme une technique auxiliaire, servant le plus souvent à l'étude des systèmes de signe autres que le langage : morse, panneaux routiers, signaux maritimes, langage des sourds-muets, numérotation, cartographie schémas et diagrammes, etc. » (Favrod, 1978 : 180).

² Klinkenberg J.-M., op. cit, p. 22.

Souvent, les deux termes « sémiotique » et « sémiologie » ont la même signification, c'est-à-dire qu'ils sont équivalents, mais il y a une différence concernant l'origine :

« Sémiologie » est d'origine européenne (Saussure), et « sémiotique » est d'origine anglo-saxonne (Peirce et J. Locke). Les sémioticiens voient la différence entre les deux termes de plusieurs angles représentés comme suit :

Premièrement ; « Pour certains théoriciens, la sémiologie désigne en effet la discipline qui couvre tous les types de langage, sémiotique (...) soit un de ces langages »³. Donc, la relation entre les deux termes est une relation d'inclusion, le terme « sémiologie » semble le plus général qui inclut la sémiotique (le terme le plus particulier).

Deuxièmement ; c'est l'inverse, le terme « sémiotique » est le plus général, « La sémiologie serait en effet l'étude du fonctionnement de certaines techniques expressément mise au point pour communiquer en société. »⁴, par exemple, sémiologie de l'image et sémiologie des vêtements, etc.

Dans « L'image et les signes » : le terme « sémiotique » devient le plus fréquent et le plus employé pour désigner la sémiotique générale, c'est ce qu'on trouve chez (L' AIS) « L'Association Internationale de Sémiotique », fondée par Greimas. Par contre, le terme « sémiologie » reste pour désigner les sémiotiques spécifiques comme la sémiologie de l'image et la sémiologie des vêtements (Joly, 2011: 16).

Voilà, nous avons jusqu'ici essayer de récapituler les diverses approches en traçant un panorama de synthèse sur les différences existentielles entre les deux termes qui englobent les théories et les méthodes du signe et de l'image sous une perspective sémio-linguistique. Cependant, nous allons enchaîner en abordant les diverses perspectives sémiotiques.

1.1.2. Les diverses perspectives sémiotiques

Quant aux diverses perspectives de la sémiologie, nous allons maintenant tenter de résumer dans un tableau récapitulatif les définitions des linguistes suivants : Locke, Peirce, Saussure, Jakobson et Barthes (1972, 1978, 1916, 1973, 1985).

Tableau 2. Récapitulation de différentes visions sémiotiques

³ Klinkenberg, J.-M., op.cit, p. 23.

⁴ Ibid, p. 23.

John Locke (1972)	Il divise la science en trois espèces et il appelle la troisième sémiotique ou la connaissance des signes [...] son emploi consiste à considérer la nature des signes dont l'esprit se sert pour entendre les choses, ou pour communiquer la connaissance aux autres... (Locke, Essai philosophique concernant l'entendement humain, Livre IV, chapitre XXI, Varin, 1972).
Charles Sanders Peirce (1978)	« [...] je suis, autant que je sache, un pionnier ou plutôt un défricheur de forêts, dont la tâche de dégager et d'ouvrir des chemins dans ce que j'appelle la sémiotique, c'est-à-dire la doctrine de la nature essentielle et des variétés fondamentales de Semois [le procès du signe] possibles [...] » (Peirce, Écrits sur le signe, Paris, Seuil, 1978, p. 135 (vers 1906).
F. de Saussure (1916)	« La langue est un système de signes exprimant des idées, et par là, comparable à l'écriture, à l'alphabet des sourds-muets, aux formes de politesse, aux signaux militaires, etc. Elle est seulement le plus important de ces systèmes. On peut concevoir une science qui étudie la vie des signes au sein de la vie sociale ; [...] nous la nommerons sémiologie [...] » (Saussure, Cours de linguistique générale, Payot, 1916, p. 33-34. Synthèse éditée par ses élèves C. Bally et A. Schéhadé à partir des notes du cours donné entre 1906 et 1911 à l'université de Genève.)
Roman Jakobson (1973)	« La sémiotique, comme étude de la communication de toutes les sortes de messages, est le cercle concentrique le plus petit qui entoure la linguistique, dont le domaine de recherche se limite à la communication des messages verbaux... » (Jakobson, Essais de linguistique générale, Minuit, 1973, p. 93.)
Roland Barthes (1985)	«La sémiologie est peut-être appelée à s'absorber dans une trans-linguistique, dont la matière serait tantôt le mythe, le récit, l'article de presse, bref tous les ensembles signifiants dont la substance première est le langage articulé, tantôt les objets de notre civilisation, pour autant qu'ils sont parlés (à travers la presse, le prospectus, l'interview, la conversation et peut-être même le langage intérieur, d'ordre fantasmatique. [...] Nous espérons élargir peu à peu l'étude des communications de masse, rejoindre d'autres recherches, contribuer avec elles à développer une analyse générale de l'intelligible humain. » (Barthes, ibid., p. 2-3.)

En donnant ces informations, nous avons démontré les diverses perspectives et approches des linguistes comme « Locke, Peirce, Saussure, Jakobson et Barthes » dans ce tableau qui répond à la question de la sémiologie. Ainsi que les bases théoriques sur l'approche sémiotique parce que cette présentation est nécessaire et utile pour la bonne compréhension et exposition de notre recherche. Lorsque nous entendons la notion « approche sémiotique », qu'est-ce que nous comprenons ? Que signifie exactement ce terme et à quoi nous renvoie-t-il ? Dans le cadre de cette problématique, nous avons tenté de répondre à ces questions préliminaires par l'intermédiaire de deux tableaux récapitulatifs qui se trouvent ci-dessus.

A la lumière de ces deux tableaux qui figurent ci-dessus, nous pouvons transmettre ces remarques générales à propos du sujet de notre recherche et dans le cadre de la sémiotique et sémiologie de l'image en particulier et du signe au sens général du terme. Dans un premier temps, nous pouvons dire que le philosophe Locke (1632-1704) est le premier à utiliser le terme de « sémiotique » au sens de « *connaissance des signes* » et à envisager son importance pour la compréhension du rapport de l'homme au monde de ce domaine d'étude. Cependant, le philosophe et scientifique américain Peirce, ainsi que Saussure, Jakobson et Barthes ont fortement orienté en contribuant à la science de la sémiologie. Pour le philosophe et scientifique américain Peirce (1839 - 1914), la sémiotique est le second nom de la logique, ou pour ainsi dire, une autre façon de la prononcer comme : « *la doctrine formelle des signes* ». Il nous est possible de souligner schématiquement que son projet consiste à décrire de manière formelle les *mécanismes de production de la signification* et à établir une classification des signes. Peirce tentait en quelque sorte de lier la sémiotique au domaine de la logique dont il avait contribué au développement (notamment la méthode de vérité du calcul sur les propositions possibles ou potentielles).

Dans cette perspective, la sémiotique peut être définie comme « la théorie générale des signes et de leur articulation dans la pensée. » En effet, selon l'approche de Peirce, la sémiotique est envisagée comme *une philosophie de la représentation*. Mais Peirce envisage aussi le signe comme « l'élément d'un processus de communication. » La sémiologie prend donc son origine de la linguistique qui, pour Saussure, devait certainement se retrouver dans la science dont il donnait le programme : « étude de la vie des signes au sein de la vie sociale ». Cette science générale des signes avait comme objectif principal d'explicitier tant que possible *les systèmes signifiants verbaux et non verbaux* et devait constituer une théorie scientifique de *la signification*.

D'après cette définition, nous pouvons comprendre que le « signe » est un concept, une notion centrale en *linguistique et sémiotique* (sémio-linguistique) et qu'il y a plusieurs systèmes de signe à part la langue tel que les signaux militaires, l'alphabet des sourds et muets, tout en sachant que *la langue et le langage* demeure le *système de communication* le plus important et fondamental de tous les systèmes de signe, quel que soit le type de signe et d'image.

Dans son fameux ouvrage de linguiste intitulé « Essais de linguistique générale », Jakobson (1973: 93) a proposé un modèle qui inclut des domaines concernant l'ensemble des champs d'études relatifs à la production de signification qu'elle soit explicite ou implicite : linguistique, sémiotique ou un domaine plus vaste encore qui est la science de la communication dont il définit ainsi :

La sémiotique, comme étude de la communication de toutes les sortes de messages, est le cercle concentrique le plus petit qui entoure la linguistique, dont le domaine de recherche se limite à la communication des messages verbaux. Le cercle concentrique suivant, plus large, est une science intégrée de la communication qui embrasse l'anthropologie sociale, la sociologie et l'économie.

Dans ce cadre théorique, il illustre ainsi cette *idée et vision descriptive* de la science de la communication englobant la linguistique et la sémiotique avec le schéma suivant :

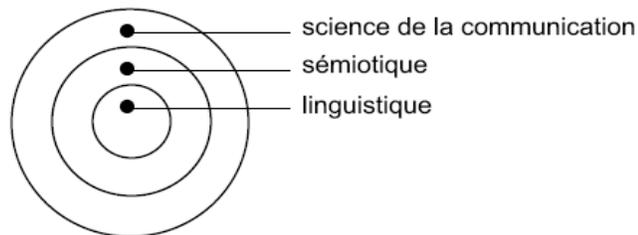


Figure 1. Science de la communication

Pour Jakobson (1973), le *langage* a cependant une importance particulière. Il note que celui-ci est aujourd'hui pour l'humanité le premier moyen de communication et que les autres types de messages humains sont, de quelque façon, dépendants du langage dans la mesure où les représentations verbales les accompagnent souvent.

1.2. Le concept d'image comme signe visuel

Aux yeux de Joly (2011 : 32), il est nécessaire d'expliquer ce que veut dire la notion d'image. Elle a fait pour sa part un inventaire des différents usages et significations du concept « image » dans le langage courant ; cet inventaire permet de constater que l'image était d'une manière générale comprise comme « quelque chose qui ressemble à quelque chose d'autre », et en conséquence comme une représentation analogique principalement visuelle.

Selon Joly, il faut comprendre les implications de l'utilisation de termes comme « invasion » ou « prolifération » de l'image. Nul doute que l'on fait alors essentiellement allusion à la télévision, à la publicité visuelle et audiovisuelle, aux ordinateurs, au net et aux écrans de tous ordres. Que les chaînes se multiplient et par conséquent les programmes, ceci

est une réalité incontestable. Néanmoins, le temps n'étant pas extensible, la multiplication des programmes à la télévision n'implique pas nécessairement que tout le monde passe brutalement tout son temps devant la télévision.

Pour Joly (2011), on ne peut contester qu'il y a de multiples types d'écrans (ordinateurs, jeux vidéo, mobiles), mais « écran » n'est pas synonyme d'image, même s'il en est le support fréquent. Les réseaux multimédias manipulent des images, certes, mais aussi des textes et des sons ; ils facilitent l'accès aux images, que l'on a souvent déjà consultées ailleurs, mais avec plus de difficultés, telles que des peintures, des photographies, des cartes, etc. De nos jours, il en est de même surtout avec les réseaux sociaux ou certaines images, photographies, dessin, portrait, peinture, ainsi que certains sons vocaux, enregistrés dans les vidéos peuvent créer parfois *des problèmes de compréhension et de communication*.

Pour elle (2011: 33), les images sont bien multiples et la tâche du théoricien sera précisément de chercher le modèle qui sous-tend ces diverses manifestations visuelles que l'on appelle « images », « quelle que soit la forme sociale qu'elle(s) prenne(ent), et que cette forme soit légitimée ou non (peinture, cinéma, mais aussi timbre-poste, pièce de monnaie, dessin d'enfant) ». À cette liste on peut ajouter l'affiche, la photographie, la gravure, les images numériques, l'imagerie médicale et scientifique, et ainsi de suite.

Aux yeux de Joly, le concept « image » est un mot lié à un phénomène qui est d'autre ordre : elle est comprise comme quelque chose qui ressemble à quelque chose d'autre. Elle poursuit en disant : « L'image s'adresse plus directement à l'intelligence que l'écriture, soit qu'elle suscite une reconnaissance immédiate sans exiger de traduction dans une autre modalité, soit qu'elle présente de façon synthétique un ensemble de relation qui seraient longues à décrire par le moyen de la langue. »⁵

Au niveau de l'étymologie du mot « image », nous constatons que ce mot vient du latin « imago » ou « imaginis » c'est-à-dire « qui prend place de ». Joly cite Platon qui la définit comme suit : « J'appelle image d'abord les ombres, ensuite les reflets qu'on voit dans les eaux, ou à la surface des corps opaques, polis et brillants, et toutes les représentations de ce genre »⁶

⁵ Vaillant, Pascal, Op.cit. p. 14.

⁶ Platon, *La République*, trad. Ed. Chambry, *Les Belles Lettres*, Paris, 1949, in Martine Joly, *Introduction à l'analyse de l'image*, Op.cit. p. 8.

Dans Le Micro-Robert (1985: 542), le mot « image » a plusieurs sens. Elle est « la reproduction mentale d'une perception (ou impression) antérieure, en l'absence de l'objet extérieur. » Elle est « la représentation (d'un objet) par les arts graphiques ou plastiques. » Dans ce contexte Cote (2003: 9) fait la remarque suivante à propos de la signification de l'image :

« J'essaie toujours de dire quelque chose à travers une image. Jamais je ne dessine une chose pour un simple effet de beauté. Ce n'est pas exclu, le beau comme concept, mais ce n'est pas une priorité, ce n'est pas une finalité. Ce qui m'intéresse, les plus efficaces possibles ; et si c'est beau, tant mieux. L'image c'est un langage. Par l'image, on peut exprimer des choses aussi bien que par le texte. »

D'après Joly (2011: 34), les scientifiques affirment que la science interprète le monde à travers l'image : Il est évident que l'astronomie, la médecine, les mathématiques, la physique, la géodynamique, la biologie, la mécanique et d'autres sciences se basent essentiellement sur l'image. L'image apparaît également dans les sciences humaines, elle figure dans l'étude de la langue comme la métaphore (employer un mot à la place d'un autre pour faire la comparaison ou l'analogie). Ses utilisations modernes concernent particulièrement tout ce qui est médiatique : Internet, cinéma, télévision, publicité, et aussi, dans la presse écrite. L'image peut concerner non seulement les représentations visuelles et concrètes, mais aussi l'abstrait tel que les activités psychiques et les représentations mentales : le rêve, le langage par image, etc. Ce genre de représentation se réalise par la description.

Joly (2011: 34) note par la suite que l'image peut avoir des liens avec les mots comme « reflet », « illustration », « ressemblance », « projection mathématique », « souvenir », « illusion », « réputation », « image mentale », « métaphore ». Il faut savoir que l'approche sémiotique nous permet d'expliquer le point commun entre ces diverses utilisations du mot.

Pour Joly, la première démarche qui a permis l'éclaircissement de la situation a été d'envisager l'image comme un *signe particulier* parmi les différents types de signes que nous utilisons pour communiquer entre nous. En effet, aujourd'hui l'image occupe une place importante en tant que *moyen de communication* contemporain grâce à son rôle dans l'appréhension du réel. L'image est un moyen d'expression qui résume des situations au lecteur ; elle peut exprimer *un sentiment, une situation ou un événement* que les mots ne peuvent pas transcrire.

1.2.1. L'image et le système de communication

La communication est connue comme l'acte d'établir une relation avec quelqu'un au moyen du langage. Elle nécessite donc l'existence d'un émetteur (destinateur), un récepteur (destinataire) et du message transmis du premier au deuxième, ce message doit être compréhensible par le récepteur. Pour ainsi dire, « Un émetteur envoie à un destinataire le long d'un canal, un message à propos de quelque chose, un message confectionné à l'aide d'un code donné. »⁷ Cette opération est résumée par le fameux schéma proposé par le linguiste russe Roman Jakobson. Illustrons en deux schémas le modèle de communication de Jakobson :



Figure 2. Schéma de communication de Jakobson (A)

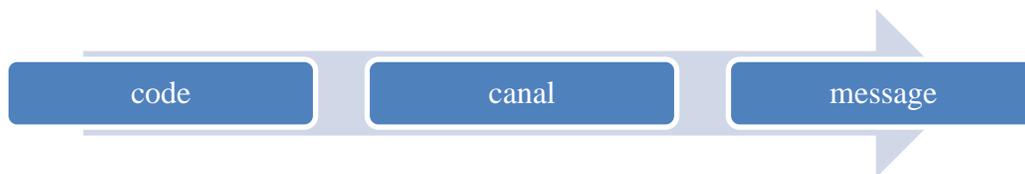


Figure 3. Schéma de communication de Jakobson (B)

1.2.2. L'image comme moyen de communication

Tout d'abord, nous pouvons schématiser ainsi l'image comme moyen et outil de communication entre les deux actants qui sont le destinateur (émetteur) et le destinataire (récepteur) en termes de Jakobson :

⁷ Klinkenberg, Jean-Marie. op.cit. p.43.

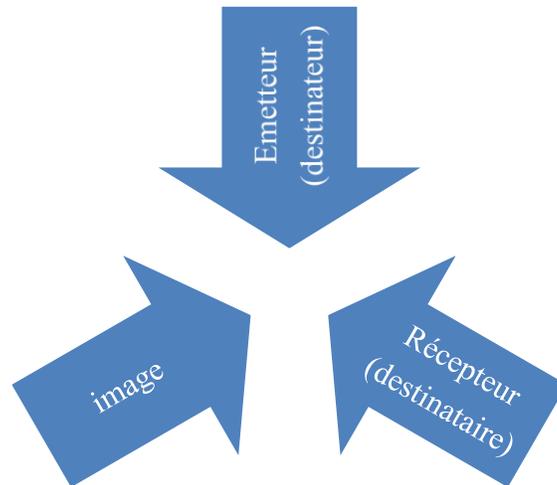


Figure 4. L'image comme communication

En effet, avant d'être une expression artistique, l'image est un moyen de communication qui a existé dès l'existence de l'homme, bien antérieur à l'écriture. D'une manière ou d'une autre, l'observation de l'image est une façon de la comprendre, elle véhicule un sens émis par un émetteur à un récepteur. Alors, elle est plus ou moins comparable au langage. « L'émetteur provoque l'évocation à l'esprit du destinataire d'une image, d'une conception ou d'un sentiment particulier. Il le fait en investissant de sens un support qui se présente à la perception du destinataire. » (Vaillant, 1999: 26).

« Personne ne met en doute, au niveau des faits visuels, l'existence de phénomènes de communication. »⁸ L'image est donc un moyen de communication proposé par l'homme pour faire transmettre son message, car elle véhicule du sens. Elle est interprétée selon le destinataire (un récepteur) qui lui attribue *un sens qui n'est pas en soi-même unique* et donc *non-généralisable* étant donné qu'il est question d'interprétation qui de par sa nature se veut plus ou moins subjective. En effet, l'interprétation et la subjectivité sont donc des notions ou opérations (linguistiques et/ou sémiotiques) indissociables. Ce qui revient à dire qu'il peut y avoir en quelque sorte plusieurs autres sens possibles au niveau de la *représentativité* et de l'*expressivité* (ou la représentation expressive) de l'image. Cet outil d'expression peut constituer « un message pour autrui même lorsque cet autrui est soi-même. » (Joly, 2011 : 45). Il est comparable au langage à ses deux niveaux : la dénotation (D) et la connotation (C)

⁸ Eco, Umberto. "Sémiologie des messages visuels", n° 15 de communication, 1970, p. 11. In Boutaud, Jean-Jacques. op.cit. p. 183.

dans l'image. Illustrons maintenant ces deux *paramètres sémantiques* concernant la signification potentielle de l'image :

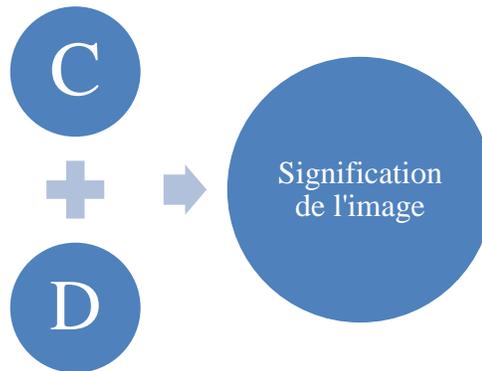


Figure 5. Les 2 sémantismes de l'image

1.2.3. La dénotation dans l'image

La dénotation peut aussi se retrouver dans une image ; il sera alors question de l'*image dénotée* ou de l'image à dénotation. Ce qui signifie que telle ou telle image contient un message dénotatif. Dans son article intitulé « Le texte et l'image », Bardin (1975) prétend que la dénotation est « la signification fixée, explicite et partagée par tous (celle qui est dans le dictionnaire. » Dans son article intitulé « Rhétorique de l'image », c'est l'association d'un signifiant et d'un signifié qui comporte pour Barthes (1977: 76-77) « un plan d'expression et un plan de contenu et la signification coïncident avec la relation entre les deux plans. » Quant à Adam et Bonhomme (2003: 178), ils appellent le premier niveau de l'image "l'état adamique de l'image" ; à ce niveau, son destinataire se contente de l'enregistrement de ce qu'il voit tout simplement. Il n'a pas besoin d'interpréter, car le signifiant de l'image dénotée est constitué de l'image elle-même (ces unités composantes) et son signifié est ces mêmes entités dans le réel.

1.2.4. La connotation dans l'image

De même que la dénotation, nous pouvons également retrouver la connotation dans une image; nous parlerons dans tel cas de l'*image connotée* ou de l'image à connotation. Ce qui revient à dire que l'image détient un message connotatif. La connotation est une dénotation prise pour signifiant avec l'ajout d'un signifié. Pour sa part, Barthes suppose qu'il

y a *connotation* lorsque le système “signifiant – signifié” (Sa/Sé) devenait le signifiant d'un autre signifié. La connotation c'est des sens supplémentaires instables et plus marginaux qui tournent autour du sens officiel. Ils le complètent ou le déforment, ces sens se diffèrent selon les individus, et leurs cultures. « On peut dire que, nous sommes, nous, hommes de XX siècle dans une civilisation de la connotation. » (Adam et Bonhomme, 2003: 245).

Joly (2011: 136) interprète ainsi le niveau connotatif de l'image : « Si les messages visuels sont particulièrement connotatifs, c'est parce qu'ils mêlent plusieurs systèmes de signes et augmentent de la sorte leur potentiel connotatif. » La connotation est la venue de signifiés connotatifs, culturels et supplémentaires sur les signifiants du premier niveau. L'image est un signe visuel, véhiculant un sens. Elle est considérée comme un outil très important de la communication à cause de sa polysémie. En ce sens, Barthes voit que l'image entraîne un malaise « la terreur du signe incertain ». Donc, on dit qu'elle « comporte un grand nombre (poly) d'informations visuelles (semies), et qu'elle se prête donc à de multiples lectures et interprétations. » (Vaillant, 2002: 73). En somme, nous pouvons dire que l'observation de l'image donne un sens, mais que d'autres restent possibles.

1.3. Le concept de signe

Le concept du signe est beaucoup plus important pour la science de la sémiologie. Dans « Cours de linguistique générale », Saussure, l'un des fondateurs de la tradition européenne, le père de la linguistique moderne et le fondateur de la sémiologie, définit la sémiologie comme la science qui s'intéresse à la circulation des signes au sein de la vie sociale. Donc, pour lui « le signe doit être étudié socialement. » (Saussure, 2002: 86).

Cette science générale des signes avait pour objectif de porter sur les systèmes signifiants verbaux et non verbaux et devait constituer une théorie scientifique de la signification. Selon lui, « La langue est un système exprimant des idées et par là, comparable à l'alphabet, aux rites symboliques, aux formes de politesse, aux signes militaires... » (Saussure, 1916: 33-34). De ce fait, il considère la linguistique comme une branche de la sémiologie en disant : « Rien n'est plus propre que la langue à faire comprendre la nature des problèmes sémiologiques » (2002: 33-34).

Le dernier quart du XIX siècle, Saussure et Peirce ont développé de façon parallèle leurs projets sémiotiques. De plus, Saussure s'est intéressé aussi au signe ; il le définit comme le total résultant de l'association d'un signifiant et d'un signifié ; une entité psychique à deux faces indissociables comme les deux faces d'une même pièce d'argent. Pour Saussure cité par Barthes (1985: 38) dans son ouvrage « L'aventure sémiologique », le signe linguistique est défini « comme une réunion d'un signifiant et d'un signifié à la façon du recto et du verso d'une feuille de papier ou encore d'une image acoustique et d'un concept jusqu'à ce que Saussure trouvât les mots : signifiant et signifié.»

Il s'est focalisé ainsi à étudier les *systèmes de signes* à savoir la sémiologie dont l'une des branches, pour lui, est la linguistique. Il donnera priorité au système linguistique bien qu'il ait conscience de l'existence d'autres systèmes de signe. Cette phrase de Saussure citée dans l'édition critique de Rudolf Engler (1989: 154) illustre bien cette idée : « la linguistique peut devenir le patron général de toute sémiologie, bien que la langue ne soit qu'un système particulier. » Saussure regroupe donc ces termes linguistiques fondamentaux que nous pouvons illustrer avec le tableau récapitulatif ci-dessous :

Tableau 3. Récapitulatif du concept signe et de ses composants

SIGNE	
Signifié	Le concept, l'intention, la connotation, l'image mentale
Signifiant	L'interprétant, l'expression, la face matérielle perçue du signe
Référent	La réalité physique, l'objet, la dénotation

Cette triade est généralement représentée par un triangle dont les trois termes constituent les trois points d'angle. Voici le schéma de la trichotomie "signifié – signifiant – référent" :

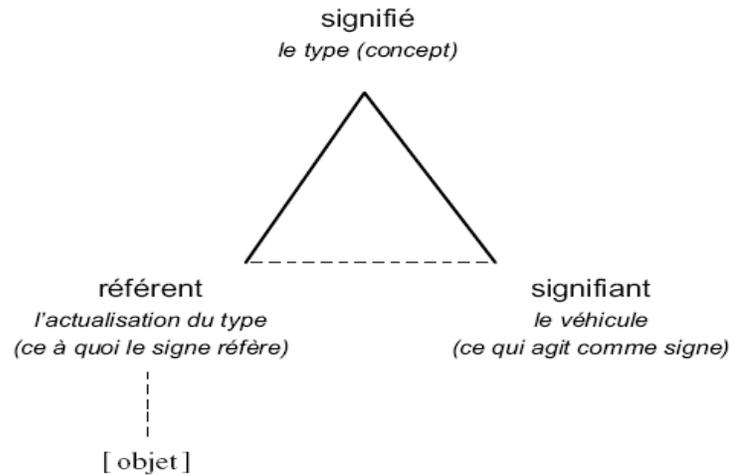


Figure 6. Triade “signifié – signifiant – référent”

« Le signe n’est un signe que s’il exprime des idées » comme l’affirme Joly (2011: 22) qui pense qu’il a plusieurs typologies. Selon Peirce, il y a trois types de signes qui sont : l’icône, l’indice et le symbole considérés en tant que “classes de signe” sur le plan de sa catégorisation. Donnons-en pour chacun un exemple représentatif tiré d’une page électronique (page web) dont la référence ou l’adresse électronique est la suivante :

Un exemple d’icône (1)



Image 2. Une image d’icône (http://bounie.polytech-lille.net/multimedia/semiologie_vp.pdf)

L’icône correspond à la *classe des signes* dont le signifiant entretient une relation d’analogie avec ce qu’il représente, c’est-à-dire avec son référent. Un dessin figuratif, une photographie, une image de synthèse représentant un arbre ou une maison sont des icônes dans la mesure où ils « ressemblent » à un arbre ou à une maison. (Joly, 2011: 31).

Un exemple d’indice (2)



Image 3. Une image d'indice

L'indice correspond à la *classe des signes* qui entretiennent avec ce qu'ils représentent une relation causale de contiguïté physique. C'est le cas des signes dits « naturels » comme la pâleur pour la fatigue, la fumée pour le feu, le nuage pour la pluie, mais aussi la trace laissée par le marcheur sur le sable, ou par le pneu d'une voiture dans la boue (Joly, 2011: 32).

Un exemple de symbole (3)

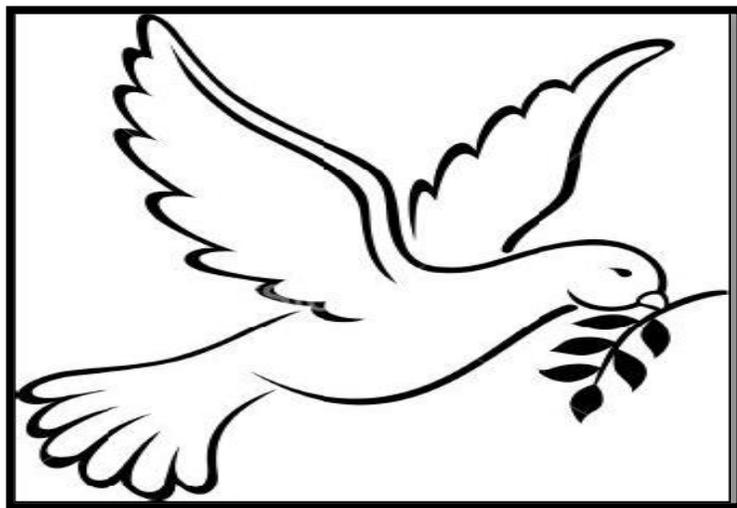


Image 4. Une image de symbole

Le symbole correspond à la *classe des signes* qui entretiennent avec leur référent une relation de convention. Les symboles classiques tels que les drapeaux pour les pays, ou la colombe pour la paix, entrent dans cette catégorie mais aussi le langage, considéré ici comme un système de signes conventionnels. (Joly, 2011: 32).

1.4. Le titre et les mots composants

Le titre est une véritable porte d'entrée à un livre. Il a souvent attiré l'attention des scientifiques occidentaux au niveau de sa place et de sa fonction dans les études en littérature. Et la science de marquage titrologie a abouti à la diversité des titres en termes de nature et de domaine, ce qui rend difficile d'étudier les fonctions qui peuvent être exécutées à chaque type. Titre dans le domaine de la recherche scientifique et technologique, est plus étroitement lié au livre surtout en parlant des sciences humaines (linguistique, philosophie, histoire des sciences...).

La titrologie -comme domaine un peu complexe du paratexte- est une discipline moderne intéressant aux titres des œuvres littéraires. Elle a été récemment développée par les travaux de deux fameux théoriciens : Gérard Genette (1987) et de Léo Hoek. (1981)

Genette (1987), dans son ouvrage intitulé « Seuils », étudie le « titre » dans le domaine de la théorie et de la critique littéraire où il explore une étude de « paratexte » (tous les éléments périphériques qui entourent l'œuvre) où le titre est abordé de façon systématique, à partir de la détermination de son emplacement, de ses caractéristiques de communication et de ses fonctions. Ainsi, Hoek (1981), dans son ouvrage intitulé « La marque du titre », fait une étude sémiotique, des marques laissées par le titre sur le texte ainsi que des marques distinctives propres au titre.

Le titre est le point de départ dans l'analyse romanesque, c'est aussi la clé d'entrée à tout type de texte littéraire. Nous pouvons ajouter à cette considération la précision suivante: C'est le titre qui contient en effet les éléments ou les *mots-clés de la lecture* du texte ou du roman en question. Cet élément paratextuel implique une volonté de la lecture ou non la lecture du roman. Certes, l'explication et l'interprétation du titre permettront d'établir un contrat entre le lecteur et l'œuvre, en favorisant en même temps, la diversité de lecture pour objectif d'intensifier les études dans le domaine de la littérature.

Généralement, la lecture du roman débutera dès la première page de la couverture où le titre est représenté comme il est défini dans cette citation : « L'état civil d'un texte : cette page de titre, qui peut en marquer le nom (le titre) la profession (la fonction du titre qui prélude au contenu du texte), le domicile (la marque de l'éditeur) la date de la naissance (l'année de la publication) et l'autorité émettrice (le nom d'auteur). » (Hoek, 1981: 3). Dans cette perspective, le titre peut donc être considéré comme une sorte de *discours récapitulatif*

sur le texte. Le titre est la porte qui tend à pénétrer profondément au cœur du texte. Le titre est donc, par définition, la partie segmentale complexe, le discours qui nécessite l'intervention du lecteur devant le décoder.

1.4.1. Le titre comme notion théorique

Dans cette partie, nous allons aborder le thème du « Titre » en tant que notion théorique pour mieux le présenter en fonction de notre objectif. Pour cela, nous commencerons par expliquer l'étymologie de ce mot en enchaînant avec l'étude de cette notion, les fonctions essentielles du titre, les différents types de titre, ainsi que la *relation pragmatique* entre le titre et les *autres paramètres complémentaires* comme l'auteur, le roman et le lecteur.

1.4.2. L'étymologie du mot « titre »

Malgré la multiplication des définitions autour du concept "titre", la plupart se mettent d'accord autour de la même pensée : celui qui résume le contenu. Pour Hachette (2005 : 1613), le titre est « un énoncé servant à nommer un texte et qui en évoque le contenu. »⁹ Du côté de l'étymologie du « mot "Titre": Il vient du latin "titulus" dont il servait à faire connaître le nom de l'auteur et la matière traitée dans le « volumen » sans avoir à dérouler celui-ci. » (cf. www.etymologiedu.titr.com). Quant au Wiktionnaire le titre « devient un élément qui est en valeur par rapport au contenu qui le suit et qui le résume parfois. » (cf. Wiktionnaire, in www.fr.wiktionary.org/wiki/dictionnaire). Le "titulus" est souvent employé pour définir toutes sortes de supports d'écriture comme l'épigraphe gravée sur une pierre ou sur un bois pour indiquer une fonction commerciale ou religieuse.

Avec l'avancement des sciences et des recherches, on finit par donner lieu au format livre que nous connaissons aujourd'hui. Parallèlement, le fait de placer le titre en tête des pages nous donnera enfin un livre imprimé. « Mais quel que soit le support, le titre demeure la pierre d'assise du catalogage des œuvres, il est toujours garant de la mémoire collective. » (Paquin, 2008: 6). En somme, la définition du mot titre n'a été fixé qu'au 19e siècle, tendant au raccourci narratif avec une syntaxe qui détache les mots-clés.

⁹ Cité par Samia Abdessemed in la sémiotique du titre, thèse de Magister. Batna: université El hadj Lakhdar, 2011/2012, p. 14.

1.4.3. L'étude du titre

La seule science qui s'est intéressée à l'étude des titres des œuvres littéraires c'était la sémiologie. En sémiologie, le titre est défini comme un signe linguistique permettant d'approcher n'importe quel texte littéraire dans le but de l'interpréter et de le connoter. La Titrologie n'a vu le jour que depuis presque quatre décennies avec Duchet qui a célébré la naissance d'une discipline, qui aurait comme objet de recherche, *un élément polyédrique et apparemment insaisissable*. Le même titrologue ajoute que « le titre c'est un déjà dit d'une existence préexistante au roman ». Du côté de la littérature, le titre faisant partie intégrante, indissociable du texte, une adjonction au texte, élément marginal qui serait englobé dans les manifestations du paratexte.

Voyons quelques définitions différentes selon Larousse et d'autres théoriciens : Selon Barthes (1985: 329), le titre est « un apéritif » insistant sur son rôle d'ouverture au texte, une « contrainte interprétante et donc un index qui dirige l'attention sur l'objet du texte, en donnant sur lui plus ou moins d'informations. » D'après Barthes, nous comprenons que le titre donne le goût ou ouvre l'appétit de la lecture du texte au lecteur en lui. Selon le point de vue du titrologue Hoek (1981: 292), « le titre désigne, appelle et identifie un texte.» Donc, le titre est pour objectif de préciser ou de montrer, confirmer ou infirmer ce que le texte porté. Quant à Larousse (2006: 287), le titre est défini ainsi : « Mot, expression, phrase, etc. servant à désigner un écrit, une de ses parties, une œuvre littéraire ou artistique, une émission. »

Après ces multiples définitions qui tentent de placer le titre plus explicitement, faudrait attester que le sujet du titre revient à Genette (1987: 5) avec son ouvrage dont le titre est « Seuils ». C'est une étude d'ensemble sur le paratexte où le titre est abordé en profondeur. Le titre fait partie de ce qu'on appelle « le paratexte » où il est placé au seuil des œuvres :

Cette frange aux limites indécises qui entourent, d'un halo pragmatique, l'œuvre littéraire -et par une extension sans doute légitime du terme- toutes sortes d'œuvres d'art et qui assure, en des occasions et par moyens divers, l'adaptation réciproque de cette œuvre et sa publique (...) le paratexte n'est à l'intérieur : il est l'un et l'autre, il est sur le seuil et sur ce site propre qu'il convie à l'étudier, car pour l'essentiel peut être, son être tient à son site.

Au terme de toutes ces considérations descriptives, nous pouvons cependant en résumer que le titre est plus qu'une étiquette, il est le « premier indicateur », le premier guide du lecteur qui s'approche de l'œuvre qui, au premier abord, lui est étrangère (à sa première vue) afin de faire la première connaissance. Donc, il serait nécessaire pour le lecteur de bien

comprendre les enjeux et les mécanismes qui entrent en jeu dans la réception et la sélection du roman. Nous pouvons schématiser ainsi la principale fonction du titre de couverture du roman :



Figure 7. Le statut du titre de couverture du roman

1.4.4. Les fonctions principales du titre

Il convient désormais de souligner que le titre porte principalement sur le contenu du texte, et que le sens du texte ne pourrait être clair qu'après la lecture globale du texte. Pourtant, le titre ne pourrait être évident au lecteur qu'après la connaissance de ses principales fonctions. Malgré la diversité terminologique de ces fonctions, on arrive généralement sur trois conceptions. Dans ce cadre, il faut prendre en considération la *méthode sémiotique* pour comprendre et repérer ces fonctions essentielles du titre : *fonctions conative, désignative, et séductrice*. Il semble difficile, pour un débutant, de déchiffrer l'ambiguïté ou plutôt la complexité du titre. Fondamentalement, il ne faut pas oublier que la lecture est toujours au préliminaire très important. Pourtant, elle a besoin d'un lecteur de haut niveau pour qu'il puisse arriver à *décrypter ou décoder* le sens d'un texte que le titre tente de représenter en premier lieu placé en tête du texte. Nous pouvons schématiser ainsi les 3 fonctions (3F) principales du titre :

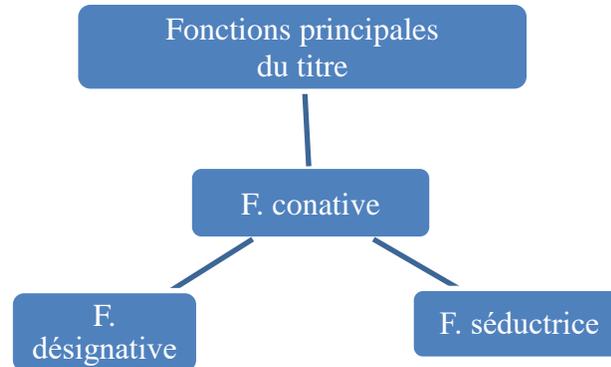


Figure 8. Les 3 fonctions essentielles du titre

1.4.4.1. La fonction conative

Dans la littérature tout énoncé est formé de deux parties : une partie langue « le texte » et une partie courte « le titre ». Entre lesquels circule une électricité de sens. (Hoek, 1973). C'est une relation de réciprocité entre le lecteur et l'œuvre. Donc, l'œuvre littéraire s'adosse sur le vrai choix du titre où l'ambiguïté, la complexité, sans oublier la stylistique avec les figures de style. Certes, ces facteurs motivants poussent au *lecteur-récepteur* l'envie et le *plaisir de lire* la totalité de l'œuvre. Par contre, cette motivation peut augmenter ou diminuer selon *la volonté et l'intention* du lecteur-récepteur.

1.4.4.2. La fonction désignative

Dans son article intitulé « Les fonctions du titre », Besa Camprubi (2002 : 7) explique ainsi cette fonction : La fonction désignative sert à désigner, à indiquer, à montrer « intituler baptiser le texte, le titre et le nom de l'œuvre qui sert à identifier l'œuvre aussi précisément que possible ». Cette fonction a pour objectif de nominaliser de l'œuvre ou dénoter de sa forme. Le titrologue HOEK, de son tour, a proposé trois autres fonctions :

- a) *Fonction générique* : lorsque l'intitulé dénote la forme de l'œuvre.
- b) *Fonction thématique* : dans le cas où le titre identifie le contenu de l'œuvre.
- c) *Fonction déictique* : quand le titre renvoie au livre-objet.

d) *Fonction séductrice* : elle vient du verbe séduire, elle cherche de solliciter la curiosité de lecteur et le mettre en hésitation. Elle autorise au titre de prendre effet et son rôle de séduction sur le lecteur ; l'achat d'une œuvre se base sur le fait de séduire le lecteur client

et le faire consommer l'œuvre avec plein désir. Ainsi, le titre doit avoir une qualité littéraire et musicale ; une première *qualité littéraire* pour annoncer et résumer le texte, et une seconde *qualité musicale* pour inviter l'âme de lecteur à rêver.

Notons que le *produit littéraire* avec sa diversité de genre base sur l'*acte d'énonciation* que joue le titre parce qu'il est très important quant à la *circulation et l'orientation du roman*. Pour ce fait, nous insistons surtout sur cette fonction pour qu'il y ait un certain équilibre entre le titre et le roman, un titre plus séduisant ou attractif que son texte risque d'en être considéré autrement ou différemment aux yeux du lecteur-client. Selon Genette (1987) un titre doit « exprimer dans un bref raccourci la substance profonde du texte, qu'il soit clair, précis... ». Autrement dit, il est donc préférable que le résumé du contenu du texte soit annoncé à priori et en premier lieu dans le titre même du roman ou de l'ouvrage en question.

1.4.4.3. Les principaux types de titre

Les types de titre nous permettent de bien comprendre l'objet du texte et de mieux fixer le titre romanesque dans un discours littéraire. Comme l'affirme Jakobson (1974 : 24) dans son livre intitulé « Question de poétique », il faut clairement distinguer et dissocier la littérarité et la littérature : « l'objet de la science de la littérature n'est pas la littérature, mais la littérarité, c'est-à-dire ce qui fait d'une œuvre donnée une œuvre littéraire. » En ce qui concerne la division des types de titre, Hoek (1981) fut le premier à établir une distinction intéressante entre deux types de titre. Au niveau de l'appellation, il y a donc deux genres de titre nommés « objectif et subjectif » selon Hoek. Shématisons ainsi les deux principaux types de titre : a) *Le titre objectif*, b) *Le titre subjectif*.

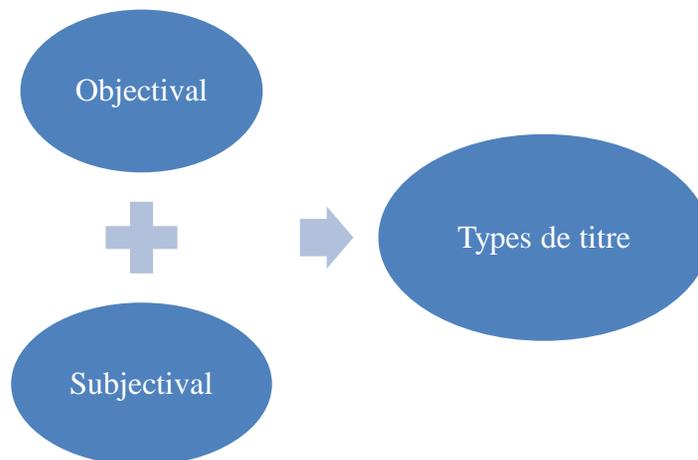


Figure 9. Deux types de titre

1.4.4.3.1. Le titre objectif

Ce type de titre débute souvent par l'Histoire de... l'Aventure de... et désigne le texte en tant qu'objet ; autrement dit, il appartient à une classe donnée de récit.

1.4.4.3.2. Le titre subjectif

Contrairement au premier type, le subjectif débute souvent par le Noir et Blanc, le Père Goriot... Pour Paul Ginestier (1992), il existe trois autres types titre :

1- *Le titre fictionnel* qui renferme l'action.

2- *Le titre mystérieux*, c'est celui que l'on apprend après la lecture.

3- *Le type homonymique* (ou nom) est un type magique souvent recommandé par l'antiquité et les classiques.

Pour Bokobza (1974) deux types de titre se distinguent :

1- *Type onomastique* : titre qui contient un nom propre et ce type se décompose en deux sous-types. a) Toponymes : noms de lieux. b) Anthroponymes : noms de personnes.

2- *Types référentiels* : ce sont des noms communs.

Moncelet (1972), pour sa part, divise ainsi les types de titre en deux :

a) *Type générique* : le titre dénonce le genre b) *Type éponymique* : le héros donne son nom au livre entier.

À l'égard de tous ces différents types, le titre reste un « sémique très complexe puisque sa langue est supposée constituée pour en désigner une autre. » (Bokobza, 1974: 30). C'est-à-dire qu'il est polysémique connotatif chargé de significations ; il dénonce une chose, mais il révèle une autre chose.

1.5. La titrologie et la sémio-sémantique

Dans le domaine de la linguistique générale, la sémiotique et la sémiologie se distinguent de la sémantique qui est définie par Leeman (2002: 41) « la sémantique est le domaine du sens c'est-à-dire s'occupe des formes (syntaxes, morphologiques, lexicales). » Autrement dit, elles véhiculent une certaine représentation du monde environnant et nous permettent de le penser et de le connaître ou de communiquer à son propos.

Les mots, les syntagmes, et les phrases permettent d'évoquer des choses ou des êtres, de savoir ou d'imaginer comment ils sont, ou comment on les voit, ce qui leur arrive ou ce que l'on en pense, ce que l'on ressent à leur sujet, etc. Le sens est donc cette correspondance

qu'établissent les formes linguistiques, sonores ou écrites avec ce qui se passe dans le monde (réel ou fictif, objectif ou subjectif). Quant à la sémiologie, Saussure (2002: 22) la définit comme : « la science qui étudie la vie des signes au sein de la vie sociale ; elle formerait une partie de la psychologie sociale, et par conséquent, de la psychologie générale ; nous la nommerons sémiologie. » Une autre définition du dictionnaire Le Petit Robert (1990) est ainsi: « Science étudiant les systèmes de signes ».

La définition de Saussure et celle du Petit Robert portent essentiellement sur l'objet de « la langue » comme système de signes. Cependant, Greimas (1979) considérait la sémiotique de la manière suivante : « La théorie sémiotique doit se présenter, d'abord, pour ce qu'elle est c'est-à-dire pour une théorie de la signification. Son souci premier sera donc d'explicitier, sous forme d'une construction conceptuelle, les conditions de la saisie et de la production du sens. » (Bertrand, 2000: 10).

Pour Greimas (1979), la *sémiotique* vise directement et explicitement la *signification des signes* que le texte littéraire se compose ; elle a en effet pour objet de souligner et de repérer les *signes linguistiques* en vue d'être interprétés et analysés. L'objet sémiotique se repose sur la conception que tout élément d'une culture donnée permet de représenter le texte dans son contexte historique, social, politique, etc. en conséquence, l'approche sémiotique d'un texte littéraire est une opération profonde et complexe qui pousse au commentaire critique d'un lecteur avec un esprit scientifique et analytique très attentif, car ceci est un élément indispensable pour le sens d'un texte. Et le *sens d'un texte* nécessite une maîtrise suffisante des limites sociales et culturelles, ainsi que des règles linguistiques.

En ce qui concerne l'herméneutique étant la science de l'interprétation des textes (philosophiques et religieux), elle est définie comme étant « l'ensemble des connaissances et des techniques qui permettent de faire parler les signes et de découvrir leur sens. »¹⁰ Ce système d'interprétation de signes demande un travail d'interprétation et « qu'elle suppose que les signes et les discours ne sont pas transparents, et que derrière un sens patent reste à découvrir un sens latent plus profond ou plus élevé. »¹¹ La question de l'herméneutique objecte de surmonter l'ambiguïté qui poursuit le texte littéraire et éviter l'incompréhensible à l'univers de l'illumination du sens. La compréhension et l'interprétation d'un texte littéraire

¹⁰ Foucault, M. Cité in « Le Dictionnaire du littéraire », PUF, Paris, 2010, p. 260.

¹¹ Op.cit., p. 260.

dépendent des lecteurs et de leur savoir lexical et de leur culture générale. Il faut noter également que la *lisibilité de la syntaxe* conduit à illuminer ou à compliquer la *cohérence*, en l'occurrence, la *compréhension*.

1.5.1. L'écrivain, le titre et le lecteur

Pour ce qui est du rapport entre le titre et l'écrivain, il est à signaler que l'existence du titre revient à l'auteur qui est en quelque sorte son créateur. Mais ce titre, selon les théoriciens, est un court message chargé de significations. Le lecteur, comme l'auteur, participe à l'invention de ce petit élément par la production d'un ou de plusieurs sens qu'il lui attribue. Il est fort probable que le titre naît d'un double effort, celui d'un auteur et celui d'un lecteur. Mais à ce propos, que disent les titrologues sur le travail réel de l'auteur et celui du lecteur ?

John Levinson¹² (1987) et Hazard Adams¹³ (1985) insistent sur l'idée qu'un titre original est celui que l'écrivain choisit délibérément et sans l'aide d'autrui. L'écrivain connaissant profondément l'univers de son roman serait le plus apte à proposer un titre adéquat. Il le choisit en se basant sur des objectifs et des intentions personnels, présents au moment du choix. Mais qu'en est-il de ce moment ? Généralement, la plupart des romanciers avouent qu'ils connaissent le titre de leurs livres bien avant de les avoir écrits, contrairement à d'autres qui laissent parfois à leur éditeur le soin de baptiser leurs œuvres.

Notons qu'il n'est pas facile de découvrir si le titre est la production de l'écrivain ou de quelqu'un d'autre, surtout après le décès de celui-ci ou de son éditeur, comme c'est le cas de notre auteur Malek Haddad (2004-2005). La question qu'il faudrait se poser est la suivante : la titrologie serait-elle une science des probabilités ? Nous ne sommes pas en mesure d'y apporter une réponse à présent ; ce sont les spécialistes en la matière qui trouveront sûrement une réponse convaincante dans les années à venir. En ce qui concerne le travail du lecteur, certains le limitent à une simple action de lecture, mais ils négligent ce qui est important : la lecture doit s'effectuer en même temps sur le titre et sur le contenu de l'œuvre comme le fait remarquer Genette (1987). Pour ce dernier, le vrai lecteur visé par

¹² Levinson, J « Titre », in Journal de l'Esthétique et de la Critique d'Art, 1985, pp. 29-39.

¹³ Adams, H. « La signification du titre dans la poésie lyrique », in Journal de l'Esthétique et de la Critique d'Art, 1987, pp. 9-12.

l'écrivain est celui qui lit le livre dans sa totalité, c'est-à-dire le titre et le roman tout en cherchant à établir les relations existantes entre les deux.

D'autre part, il convient de savoir que la lecture et l'interprétation ne sont pas à la portée de tout le monde. Dans le « Dictionnaire d'analyse du discours », Maingueneau (2002 : 339) estime que le lecteur modèle résulte d'un ajustement instable entre les contraintes imposées par le genre et celles imposées par le cadre d'énonciation définie par l'œuvre. Donc le lecteur modèle devrait avoir une certaine compétence d'analyse et des connaissances pour réussir la lecture du titre et du contenu de l'œuvre. Ce qui est bien logique. De ce fait, il est clair qu'écrire un titre et lire un titre sont deux actions bien complexes et dépendant en grande partie du génie et de l'imagination de l'écrivain d'un côté et du lecteur idéal de l'autre.

1.5.2. Les autres types de titre

Concernant les types de titres, dans son article intitulé « Pour une sémiotique du titre », Hoek (1973) fut le premier à établir une surprenante distinction entre deux catégories de titres. Plutarde, Genette reprend ces catégories toutefois sous une autre appellation. Selon Hoek, il existe un titre subjectival et un autre objectival. En voici l'explication : le titre subjectival, c'est celui qui sert à désigner le sujet du texte ainsi que son acception la plus générale. Exemple : Le Père Goriot, Le Rouge et Le noir. Selon Genette ce sont plutôt des titres thématiques. Or, le titre objectival, c'est celui qui désigne le texte en tant qu'objet, c'est-à-dire, en tant qu'appartenant à une classe donnée de récits. Ce type de titre débute souvent par l'Histoire de..., aventure de ... etc. Il apparaît donc avec une indication plus ou moins générique ou formelle du texte.

Cependant, il serait utile de souligner que Hoek (1973 : 189) dit « Les titres objectaux sont des titres qui désignent l'objet, le texte lui-même (...) [ils] se rapportent aux titres subjectivaux comme la forme de l'expression à la substance de l'expression ». Dans la terminologie de Genette, c'est le titre thématique. Enfin, il faut signaler que Hoek fait remarquer que ces deux types de titres peuvent se mêler et que cette incertitude ou ambiguïté assure au titre du roman sa fonction conative, incitative ou publicitaire.

1.5.3. Les autres fonctions du titre

L'étude des fonctions du titre a fait l'objet d'étude de plusieurs théoriciens comme Duchet, Hoek, Barthes et Eco. Malgré la diversité terminologique des fonctions assignées à la systémique du titre, les théoriciens sont généralement d'accord au moins sur quatre fonctions qui sont la *fonction appellative*, la *fonction référentielle*, la *fonction conative* et la *fonction métalinguistique*. Schématisons ici ces fonctions (F) du titre afin de les mémoriser et visualiser facilement au niveau de la catégorisation :



Figure 10. Les autres fonctions du titre

Pouvoir déterminer les fonctions de n'importe quel titre n'est pas évident, en raison du fait que la relation entre ce dernier et le texte est parfois ambiguë. Nous allons maintenant donner la définition de chaque fonction et le rôle qu'elle joue dans le *processus de combinaison* du titre et de l'œuvre dans son ensemble. Pour ce faire, nous allons nous référer à l'ouvrage de Joly (2015 : 45) : « Introduction à l'analyse de l'image. »

1.5.3.1. La fonction appellative

Le titre sert à identifier le livre, à désigner l'ensemble du texte qui le suit. En ce sens, il nomme l'œuvre et peut désigner le contenu et/ou dénoter la forme. Joly (2015) cite Hoek qui subdivise la fonction appellative en 3 sous-fonctions qui sont les suivantes : a) la *fonction déictique*, b) la *fonction thématique*, c) la *fonction générique*. Fournissons ici brièvement la définition de ces 3 fonctions en question à la lumière des considérations descriptives de Joly :

1.5.3.2. La fonction déictique

Au cas où le titre renvoie au *livre-objet*, il sera question de la fonction déictique du titre. Le titre sera ici directement destiné au livre même en tant qu'objet concret.

1.5.3.3. La fonction thématique

Comme son appellation l'indique, la fonction thématique intervient lorsque le titre identifie le *contenu* de l'œuvre. Le titre portera donc spécialement sur la thématique du livre. Nous pouvons donc dire qu'il est ici question de titre ayant une *valeur thématique* : « titre thématique ».

1.5.3.4. La fonction générique

Lorsque l'intitulé dénote la forme de l'œuvre. Ajoutons à cela que certains auteurs utilisent pour cette fonction d'autres dénominations telles qu'*appellative* (Grivel, 1973), *dénominateur* (Mitterrand, 1979), *distinctive* (Goldenstein, 1990). Il s'agit ici de titre ayant une valeur générique que l'on peut nommer « titre générique ».

1.5.3.5. La fonction référentielle

Le titre signifie quelque chose en soi. Ce quelque chose peut être considéré en soi (en tant que locution) ou à travers sa relation au titre. Cette fonction est souvent confondue avec la fonction appellative. Si l'on parle d'un genre de titre ayant non seulement une fonction, mais aussi une valeur référentielle, on pourrait nommer ce genre de titre comme « titre référentiel ».

1.5.3.6. La fonction conative

L'appareil titulaire tend à agir sur le lecteur, c'est là son emploi proprement rhétorique. Cette fonction a le mérite de caractériser plus nettement la composante incitative de l'intitulé. Furetière (1974: 65) déclarait déjà cette proposition : « Un beau titre est le vrai proxénète d'un livre ». Donc, c'est sur le titre que repose le succès immédiat de l'œuvre. L'ambiguïté, l'incomplétude, l'énigme, les figures de style sont autant de procédés mis en œuvre afin de séduire le lecteur et le convaincre de lire. Enfin, elle peut s'avérer positive, négative ou nulle selon les récepteurs. Il s'agit donc d'une fonction subjective. Pour Barthes (1985), elle est nommée « fonction apéritive », car le titre ouvre l'appétit du lecteur. Etant donné que l'on est face à un genre de titre ayant ici une valeur plutôt conative, sa dénomination pourrait très bien être telle que « titre conatif ».

1.5.3.7. La fonction métalinguistique

La présence du titre n'est pas due à un simple hasard, elle est plus que cela ; étant donné qu'il lie l'auteur au lecteur, le titre est l'intermédiaire entre le lecteur, le texte et son auteur, il oriente la lecture lorsqu'il est introduit anaphoriquement au texte. Dans ce cas, il opère même une mise en relief de la matière et dit au lecteur voici de quoi, il sera question. On conclut que le titre détient fondamentalement par sa *position initiale* (étant placé en tête du roman), une *première caractéristique* d'insister à lire le texte. Cette fonction sert à montrer à quel point le titre partage un rapport de réciprocité avec le texte. Il est possible de considérer le texte comme un labyrinthe et le titre comme un guide transmettant de la lumière sur lui. En effet, *si le titre est le soleil brillant et le ciel clair* qui illuminent le roman, l'image peut bien être considérée comme la nature avec tous ces composants naturels (couleurs, sons, animaux, plantes...). Puisque l'on traite ici le genre de titre ayant une valeur métalinguistique, pourquoi pas l'étiqueter comme « titre métalinguistique » (Joly, 2015).

1.6. Analyser la relation entre les mots et les images

« Mot et image, c'est comme chaise et table : Si vous voulez vous mettre à table, vous avez besoin des deux »: ces paroles de Godard (1962) à propos *des images et des mots* sont particulièrement raisonnables, parce que la spécificité de chaque langage existe dans celui de l'image et celui des mots. Godard nous montre non seulement qu'ils se complètent, mais aussi qu'ils ont besoin de l'un et l'autre pour pouvoir fonctionner et pour être efficaces. Dans ce cas, les mots vont compléter l'image, et de plus ils nous aident à pouvoir comprendre les messages littéraires, linguistiques et notamment sociologiques (dans le cas des romans littéraires classiques). De ce fait, nous pouvons dire que la *sémiologie de l'image* qui se compose de signes et de symboles pour la transmission d'un message nous permet d'analyser, de lire et de comprendre le rapport « image – mot ».

Donnons maintenant deux exemples représentatifs de cette relation entre les mots et le visuel: Le premier exemple illustre bien la culture française et la francophonie avec l'illustration de la tour Eiffel (tirée de Google) qui représente explicitement au niveau international beaucoup de choses pour les Français et la France. Cette valeur française culturelle et mondiale apparaît donc nettement sur la première image.



Image 5. L'image de la tour Eiffel

Alors que le deuxième exemple qui concerne l'image d'une plume (tirée de Google) servant de stylo littéraire (tr. Tüy kalem, Edebiyat kalemi), pourrait représenter en quelque sorte et à titre de symbole la richesse et l'ampleur de la Littérature Française.



Image 6. Plume-stylo littéraire

Au niveau des mots composant le titre de ces deux images, le *Café de la Paix* (situé dans un des quartiers très chics de Paris ; l'Opéra) très connu par les français surtout cultivés, intellectuels et bourgeois, ainsi que d'autres *cafés littéraires* (comme le Café de Flore) situés à Paris étaient à l'époque non seulement un *lieu de rencontre*, d'échange et de discussion, mais aussi un bel *endroit sacré d'inspiration* pour les grands écrivains classiques comme Victor Hugo, Honoré de Balzac, Emile Zola, André Gide, Jean-Paul Sartre, André Malraux, et des poètes comme Baudelaire, Lautréamont, Verlaine, et sans doute encore bien d'autres...

En effet, ces littéraires étaient aussi bien des écrivains, que des penseurs et philosophes qui ont orienté la société française de l'époque tout en laissant une trace inoubliable dans le monde entier au niveau de grands chefs-d'œuvre ayant pour autant mérités la qualification de « classique ». Ecriture et pensée étaient alors associées chez ces grands classiques littéraires qui, par l'intermédiaire de leurs écrits romanesques, poétiques ou théâtraux, avaient toujours l'intention de transmettre un *message social* au peuple français du siècle en question. Voilà le contexte général pragmatique et voilà pourquoi on dit que la littérature française est plus riche, variée et renommée sur le plan international parmi les autres littératures du monde !...

Ainsi, illustrons cela avec deux autres images devenus « symboles » représentant la culture française, la francophonie et la littérature française. Nous pouvons dénommer ces illustrations comme des « images-symboles » ayant un *caractère conventionnel* reconnu par tout le monde:

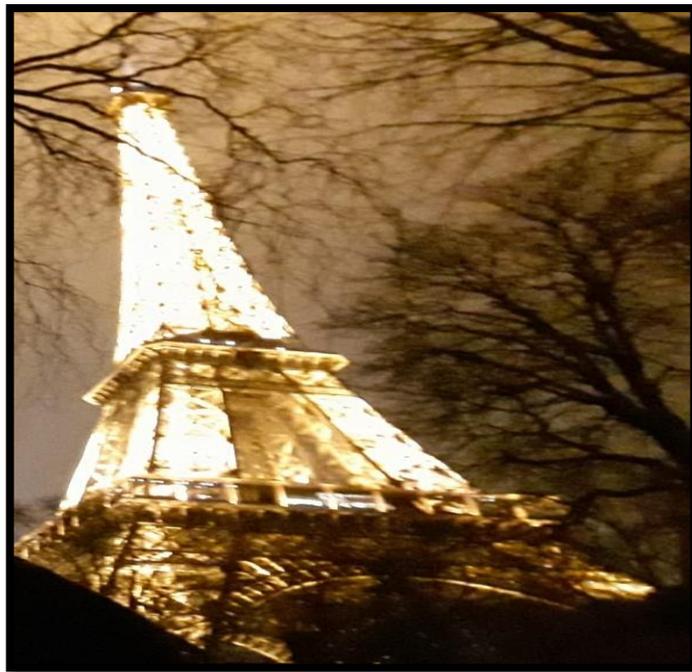


Image 7. La francophonie



Image 8. La littérature française

1.6.1. Types de relations et dichotomies essentielles

La relation entre le titre et l'image, en d'autres termes les mots et les images évoquent des combinaisons entre trois types de dichotomies qui représentent eux-mêmes la relation entre deux termes pour chacune d'entre elles. La 1^{re} dichotomie concerne d'une part les mots, les groupes de mots, les morphèmes et les monèmes, et d'autre part le sens, le sémème le contexte et la valeur discursive et énonciative. Alors que la 2^e dichotomie concerne la relation entre d'une part les traits, les couleurs, les dessins et la marque \emptyset (aucune marque d'image), et d'autre part les valeurs sémio-énonciatives de ces types de marques visuelles.

Pour ce qui est de la 3^e dichotomie, il s'agit de la relation entre d'une part les objets (animés ou inanimés), les êtres humains, les animaux ou la marque \emptyset (aucune marque d'image), et d'autre part les valeurs sémio-énonciatives de ces genres de marques visuelles. Notons que la 1^{re} dichotomie concerne le titre de la couverture, alors que les deux autres dichotomies relèvent de l'image et ses caractéristiques composantes.

Nos analyses relationnelles au niveau des *valeurs sémio-énonciatives et discursives* entre les romans en question et leur couverture (formée du titre et de l'image) que nous entamerons dans la 3^e partie de notre thèse ira dans ce sens ou cette direction, c'est-à-dire notre méthode analytique et interprétative que nous pouvons dès à présent illustrer avec le schéma représentatif ci-dessous :

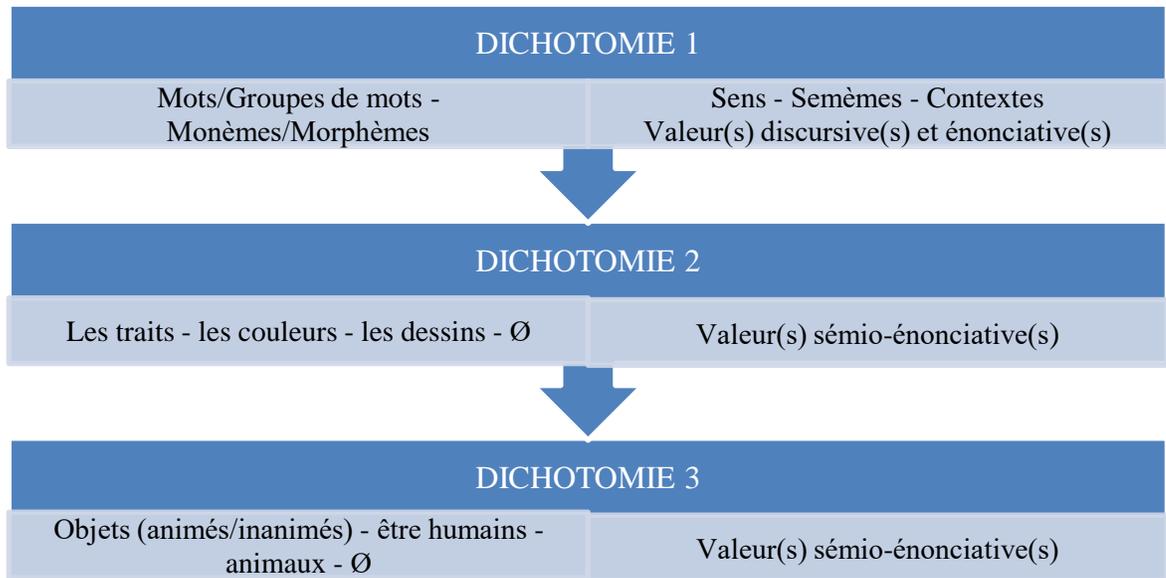


Figure 11. Méthode analytique et dichotomique

1.6.2. Présenter la sémiotique de l'image

On voit, à travers toute cette formulation de pensée sémiotique, une considération de l'image comme un signe particulier, un champ de recherche particulier de la sémiologie de l'image. La sémiologie de l'image est une activité de formation qui favorise l'observation des qualités visuelles et celle des significations complexes, fortement liées aux données culturelles, ce que Umberto Eco (1994) nomme Encyclopédie et dont il s'efforce de décrire l'organisation et le fonctionnement sémantiques. C'est également un des axes de la recherche menée, actuellement, par François Rastier. Nous pouvons citer notamment trois de ses ouvrages publiés aux Éditions PUF : a) Sémantique interprétative (2009), b) Arts et sciences du texte (2001), c) Une introduction aux sciences de la culture (2002). Selon ce sémioticien, la sémiologie se donne pour tâche d'expliquer, voire de mettre en lumière les sens des images étant l'objet d'étude, et cela par l'intermédiaire des croisements qu'elle réalise dans tous les champs du savoir.

Selon les convictions communes relevant de Eco et Rastier, la sémiotique de l'image nous aide à la compréhension principale des conceptions et considérations suivantes qui nous paraissent fondamentales :

- Tout d'abord que l'image (tant au sens commun du terme qu'au sens théorique) est *outil de communication*, signe parmi tant d'autres « exprimant des idées » par un processus dynamique d'induction et d'interprétation.

- Elle se caractérise par son mécanisme (l'analogie avec le représenté et ses différents aspects) plus que par sa matérialité, ce qui explique à la fois le flou et la justesse de l'emploi multiple du terme d'image.

- Travailler sur l'image visuelle (fixe) est un choix, et non une nécessité, puisqu'on aurait pu travailler sur l'image sonore, ou sur l'image verbale, ou encore sur l'image mentale.

- Il n'y a pas d'icône ni d'image « pures » et que donc ses emprunts aux mécanismes d'autres types de signes sont à prendre en compte pour étudier l'interprétation induite ;

- Le simple fait de choisir de s'exprimer par l'image visuelle est déterminant pour l'interprétation, car ce choix même met en jeu des types d'associations mentales et des champs associatifs bien spécifiques tels que l'analogique, le qualitatif, le relationnel ou le comparatif.

Cette première approche préliminaire permettra de situer le champ et l'objet de notre étude. Il est évident qu'un grand nombre de points demandent encore à être abordés : la notion d'analogie et de ressemblance qu'elle implique ; la notion d'indice et avec lui le problème des images indiciaires ; la distinction entre signe et message visuel ; les paramètres élémentaires de l'image ; la rhétorique visuelle, etc. Ces points sont à aborder ultérieurement.

Désormais, il faudrait voir comment cette première approche théorique des signes, de l'icône et de l'image visuelle en particulier, nous permet de mieux comprendre le statut de l'image dans notre société, le type de regard que l'on porte sur elle et le type d'attente qu'elle suscite. Parcourir quelques moments forts de l'histoire de la représentation visuelle à la lumière de ces données de la théorie sémiotique aidera à mieux situer la *spécificité de la communication par l'image visuelle* ainsi que la valeur culturelle que comprend l'image.

1.6.3. Approches et méthodes de la sémiotique du visuel

Dès l'antiquité, la notion du signe apparaissait avec plusieurs significations. L'homme, dès son existence jusqu'à nos jours, l'utilise pour s'exprimer et pour vivre dans son environnement. C'est dans ce sens qu'Umberto Eco (1988) estime que l'homme vit dans un monde de signes « non parce qu'il vit dans la nature, mais parce que, alors même qu'il est

seul, il vit en une société. » (cité par Joly, 2015 : 26). De ce fait, deux genres de signes se distinguent : intentionnels tels que les signes d'amitié et de vie, et des signes non intentionnels tels que la pâleur pour la fatigue et le chat noir pour le mauvais sort.

Le signe a une matérialité qu'on perçoit, « quelque chose est la in praesentia, que je perçois (un geste, une couleur, un objet) qui me renseigne sur quelque chose d'absent en imperceptible, d'in absentia. » (Joly, 2015 : 27). Cette définition s'ajoute à celle donnée par Charles Morris qui voit que « quelque chose est signe uniquement parce qu'il est interprété comme signe de quelque chose par un interprète quelconque. » (cité par Eco, 2001 : 9). Dans le Dictionnaire de Lalande, le signe est vu comme « un objet matériel, figure ou perceptible, tenant un lieu d'une chose absente ou impossible à percevoir, et servant soit à la rappeler à l'esprit, soit à se combiner avec d'autres signes pour effectuer une opération. » (cité par Joly, 2015 : 27).

Pour Saussure (2002 : 86), « le signe est la combinaison du concept et de l'image acoustique », c'est la réunion de quelque chose que nous percevons et de l'image mentale associée à cette perception. Il est par essence double comme les deux faces d'une pièce de monnaie : la face matérielle est appelée « signifiant », et la face conceptuelle, appelée « signifié » ; Ils peuvent être présentés par la formule schématique suivante :



Figure 12. Le système de signe de Saussure

Observons maintenant le schéma suivant de dichotomie « signifiant – signifié » qui présente un exemple de roman comme signifiant et l'image comme signifié qui en découle dans le processus cognitif du locuteur – lecteur comme utilisateur linguistique d'une langue quelconque. Si nous analysons ce schéma, nous comprenons bien que l'image en tant que signifié (du signifiant) détient plutôt une *valeur sémio-sémantique* dans notre mémoire cognitive.

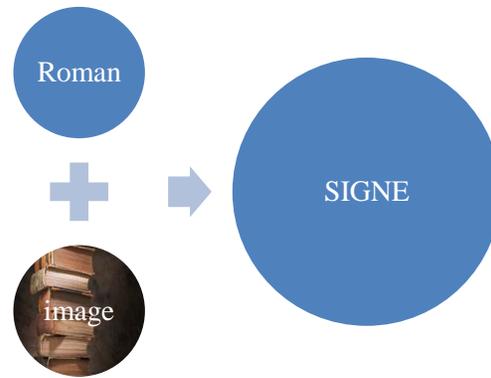


Figure 13. Dichotomie de signifiant et signifié

Cependant, Charles Sanders Peirce (cité par Joly) définit autrement le signe : c'est donc « quelque chose tenant lieu de quelque chose pour quelqu'un, sous quelque rapport ou à quelque titre. » (cité par Joly, 2015 : 25). Il le considère comme une réunion de trois pôles qui entretiennent des relations entre eux. Cette idée sera développée ultérieurement dans son ouvrage. Comme l'indique Anne Hénault (2004 : 216) : « Un signe est une chose reliée sous un certain aspect à un second signe, son objet, de telle manière qu'il mette en relation troisième chose, son interprétant avec ce même objet et ainsi de suite. » D'ailleurs, le Dictionnaire Linguistique, Dubois (2002 : 430) le définit comme : « Un élément A, de nature diverse, substitut d'un élément B. » A partir de ces définitions du signe, nous comprenons que le signe peut donc être linguistique ou non linguistique.

1.7. La notion de signe linguistique et extralinguistique

Le signe linguistique est vu selon trois caractéristiques : Premièrement, selon Saussure (2002 : 85),

Le signe unit non une chose et un nom, mais un concept et une image. Cette dernière n'est pas le son matériel, chose purement physique, mais empreinte psychique de ce son, la représentation que nous en donne le témoignage de nos sens ; elle est sensorielle, et s'il nous arrive de l'appeler « matérielle », c'est seulement dans ce sens et par opposition à l'autre terme de l'association, le concept généralement est plus abstrait.

Donc, le signe linguistique est une entité biface. C'est l'association d'un contenu sémantique (signifié) et d'une expression phonique (signifiant), ce sont des constituants inséparables et solidaires.

La deuxième caractéristique du signe linguistique est la *linéarité* ; il est donc ordonné et orienté dans une chaîne parlée (une suite d'éléments discontinus, discrets, se situent d'une façon linéaire), c'est-à-dire que les unités linguistiques s'enchaînent et dépendent l'une de

l'autre. Enfin, le signe linguistique est arbitraire où la relation entre le signifiant (la forme phonique) et le signifié (le concept) n'est pas de causalité, ni naturelle, elle est immotivée. Selon F. de Saussure, elle est totalement arbitraire.

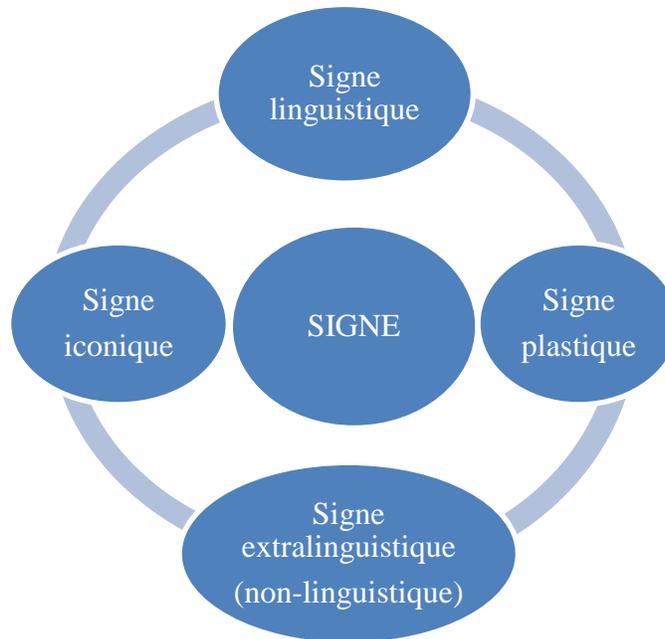


Figure 14. Les catégories de signes

1.7.1. Signe extralinguistique (non-linguistique)

Nous ne pouvons pas considérer que tous les signes ont toujours une caractéristique linguistique, ce qui revient à dire qu'il y a aussi des *signes extralinguistiques ou non-linguistiques*. Dans une image, la sémiologie distingue deux sortes de signes que nous pouvons résumer ainsi selon les définitions de certaines sémiotiques. Nous voudrions commencer d'abord par le « signe iconique » pour passer ensuite au « signe dit plastique ».

1.7.1.1. Le signe iconique

Il est possible de dire qu'un *signe iconique* est un signe figuratif ; un type de représentation qui suit certaines règles de transformation visuelle, il renvoie à l'objet du monde réel dont Peirce (1978) a donné la définition suivante : « le signe est iconique quand il peut représenter son objet principalement par sa similarité » (cité par Joly, 2011 : 72). C'est dans ce sens que Charles Morris (1946 : 191) le définit comme « tout signe similaire par certains aspects à ce qu'il dénote. » Généralement, une icône *est* « un signe possédant en lui-même, c'est-à-dire dans sa matérialité, une certaine ressemblance avec ce dont il est l'icône. »

1.7.1.2. Le signe plastique

Le signe plastique se trouve classé parmi les signes qui composent un *message visuel*. Le terme « plastique » est emprunté à Hjelmslev et désigne la face signifiante de tout objet langagier, opposé sur le plan du contenu. Au départ, le signe plastique était considéré comme une *variation de signe iconique*, mais depuis les années 80, le groupe Mu (Le Groupe μ /Mu (fondé au Centre d'Études Poétiques, Université de Liège, Belgique). Les membres titulaires actuels sont Francis Édeline et Jean-Marie Klinkenberg. Ce Groupe a cité Jacques Dubois, (ainsi que Francis Pire, Hadelin Trignon et Philippe Minguet) pour proposer de considérer le signe plastique comme un signe plein et à part entière et non simplement le plan d'expression de signe iconique. Il prend en compte des signifiants comme les suivants :

- a) *Cadre* : chaque image a des limites selon l'époque de sa représentation,
- b) *Cadrage* : correspond à la taille de l'image et il l'entoure.
- c) *Forme* : les messages visuels s'organisent à partir des formes telles que les cercles, les carrés, les triangles, les points, les lignes et les surfaces.
- d) *Composition* : la spatialité ou la géographie du message visuel. Elle joue un rôle très important pour guider le lecteur d'une image.
- e) *Texture* : est considérée comme un signe plastique, une qualité de surface, comme la couleur.

La distinction fondamentale entre signe-image *iconique* et *plastique* a en effet longtemps été négligée par la théorie sémiotique de l'image qui s'est d'abord principalement attachée au niveau iconique, engageant la mimésis. Les caractéristiques « substantielles » ou « matérielles » de l'image ont été considérées en premier comme des variantes stylistiques, et ont été analysées comme le plan de l'expression du signe iconique.

La terminologie était empruntée à Hjelmslev (cité par Joly, 2011 : 120) qui désigne ainsi la face manifeste (ou signifiante) de tout objet langagier et l'oppose au plan du contenu (face à manifester ou signifiée). Signalons au passage que cette opposition expression/contenu ne recouvre en rien l'opposition factice et inadéquate fond/forme qui ne permet d'analyser ni l'un ni l'autre. Forme ne s'oppose pas à fond (sauf dans le langage ordinaire), mais à substance ou matière : les moyens d'expression ont leur propre substance

(image, son...) à laquelle on peut donner différentes formes (cf. tous les choix paramétriques : angle de prise de vue, montage, éclairage, etc.), de même que tout contenu comprend une substance (les sujets : amour, guerre, etc.) à laquelle on donne une forme (le roman épique, le roman-photo, la comédie musicale, etc.).

C'est le Groupe μ qui, (un des premiers), a proposé de considérer la dimension plastique des représentations visuelles comme un système de signes à part entière, comme des signes pleins et non plus simplement comme le signifiant des signes iconiques. Jusque-là, en effet, les théoriciens qui s'occupaient du niveau plastique des images (couleurs, formes, composition, texture) étaient des théoriciens et des historiens de l'art, des psychosociologues, voire des psychanalystes, mais pas des sémioticiens. Pour le Groupe μ , une rhétorique de l'image se devait de prendre en considération « le surplus de substance d'où viendraient (à la peinture, par exemple) son poids, sa charge, son titre spécifique de peinture » selon l'expression du théoricien de l'art Hubert Damisch. » (Joly, 2011 : 120-121).

La confusion entre signifiant plastique et signifiant iconique correspondait en réalité à l'idée d'un « signe-image » unique, exerçant une fonction essentiellement iconique et susceptible de connaître des variations stylistiques.

S'appuyant sur les travaux d'un certain nombre de théoriciens, le Groupe μ parvient à démontrer l'autonomie du signe plastique, qui reste solidaire du signe iconique, mais qui ne lui est pas subordonné. Le message visuel met ainsi en œuvre une *h* non pas entre deux, mais entre quatre plans, selon la terminologie de Hjelmslev (cité par Joly, 2011 : 121) ou quatre « isotopies » (de *iso* = même, et *topos* = lieu, place) selon la terminologie de Odin. Ces plans sont distincts et solidaires à la fois : ce sont le plan de l'expression et le plan du contenu plastiques ; le plan de l'expression et le plan du contenu iconiques.

Joly (2011 : 122) explique ainsi l'articulation iconique/plastique au sein d'un message visuel :

Le plastique, continuum que découpe le signe iconique, s'organise à son tour selon des axes susceptibles de graduation, articulés autour de quatre grandes séries : la couleur, avec l'axe des couleurs proprement dites (les couleurs du spectre de la lumière) et celui des valeurs, des tonalités ; la forme, avec l'axe des formes proprement dites (cercles, carrés, triangles...) et aussi des lignes, des points, des surfaces... ; la spatialité, qui inclut la composition interne de la représentation, la dimension relative (grand/petit), la position par rapport au cadre (haut/bas, droite/gauche), l'orientation (vers le haut/vers le bas), la distance (le loin/le près) ; la texture, avec les oppositions du grain et du lisse, de l'épais et du mince, du tramé, de la tâche, du continu, etc.

Dans ce cadre théorique, « la distinction fondamentale entre signes plastiques et signes iconiques dans les messages visuels fournit-elle son programme au rhétoricien », même si celui-ci ne peut pas attribuer aux signes plastiques des valeurs fixes pour toutes les images. Elles valent en fait dans un système donné, constitué par l'œuvre, comme le jeu des couleurs « pures » qui fait système dans celle de Mondrian. On a donc des mini-codes qui se dissolvent hors du message, mais on a tout de même des repères d'usage socialement codés qui permettent la communication et l'interprétation des outils plastiques eux-mêmes en interaction ou non avec des signes iconiques. On pourra lire dans le traité du signe visuel un essai de description du « fonctionnement de chacune des grandes familles des signes plastiques : les couleurs, les formes et les textures ». « Dans chaque cas, nous disent les auteurs, nous tenterons de fournir une grammaire des signifiants, et de montrer comment ces derniers s'associent à des signifiés. » (Joly, 2011 : 122).

1.7.1.3. Le lien iconique - plastique

Il est évident que l'interaction mise en place entre les éléments plastiques et les éléments iconiques de l'image est déterminante dans la production de la *signification globale* du message visuel. Cette interaction est circulaire et passe du plastique à l'iconique, ou inversement, de manière telle que nos attentes, elles-mêmes déterminées par le contrat communicationnel (on est dans la publicité, ou dans « l'art », ou dans « l'information », etc.), sont confortées ou, au contraire, surprises. Toutes sortes de variations peuvent intervenir d'un pôle à l'autre, mais c'est au spectateur qu'il revient de relativiser son interprétation à partir de ces données. (Joly, 2011 : 143).

Enfin, il faut noter comment la reconnaissance plus ou moins facile des dominantes plastiques ou iconiques de la communication visuelle dépend des contextes et des contrats de communication. Nous avons dit que la peinture abstraite – ou concrète –, en bref non figurative, avait eu du mal à être acceptée. Ce qui compte, c'est l'intention de l'expression ayant une nature plastique. Cela a bien évolué : en effet, le grand public est désormais très familier avec un certain type d'expression plastique qui apparaît dans les génériques d'émission, les habillages de magazines ou de chaînes de télévision, la mode, les publicités bien entendu et surtout dans les logos. La diffusion des logos comme expression plastique de l'identité visuelle d'une entreprise, ouverte toujours à l'interprétation démontre que la

publicité a été pensée et élaborée pour cela. Toutefois, cela dépend de l'appréciation des qualités plastiques et du plaisir esthétique de l'image ou du signe plastique.

Il convient donc de souligner la *puissance significative* des outils plastiques, souvent plus déterminante dans la production du sens global de l'image que l'iconique sur lequel on a tendance à polariser son attention. Plastique et iconique entretiennent une relation de circularité dont l'analyse est indispensable pour comprendre le *processus de signification* du message visuel et en décoder les subtilités. Toutefois, l'iconique et le plastique n'interagissent pas seulement entre eux, mais aussi avec l'aspect linguistique (mais surtout extralinguistique) dont la présence dans les messages visuels est, nous l'avons vu, quasi permanente. Ce sont les mécanismes de cette interaction qu'il faut cependant évoquer.

1.7.2. La double articulation des signes

La théorie des signes s'est enrichie du principe de la double articulation d'André Martinet (1996). Nous distinguons deux types de double articulation qui sont ceux du langage verbal et celle du langage non verbal.

1.7.2.1. La double articulation du langage verbal

Chaque message linguistique implique l'utilisation du langage articulé. Donc, sa transmission diffère selon la langue de la communication. Le linguiste français André Martinet (1996) a le mérite de souligner, dans toutes les langues naturelles, une caractéristique fondamentale, celle de la double articulation autour de laquelle le langage parlé est construit. Selon lui, le langage parlé a la capacité de construire un nombre infini des phrases à partir d'un nombre élevé, mais fini des unités sémantiques (monèmes); c'est ce que l'on appelle la première articulation. Ces mots sont aussi construits à partir d'un nombre fini de phonèmes (26 lettres en français): c'est la seconde articulation. La première articulation comprend les unités minimales douées de sens (les unités significatives) appelées « monèmes ». Observons maintenant l'exemple suivant représenté par ces deux schémas ci-après :

1. MONEME
Table _____ 1 monème
Tablette _____ 2 monèmes (tab/ lette)

Figure 15. Première articulation « Monème »

La deuxième articulation comprend des unités non segmentales, dépourvues de sens (unités distinctives), ce sont les plus petites dont chacune est appelée « phonème ».

2. PHONEME
T.a.b.l.e. _____ 1 phonème (en un bloc)
T.a.b.l.e.t.t.e. _____ 2 phonèmes (ta.b./le.t.t.e)

Figure 16. Deuxième articulation « Phonème »

1.7.2.2. La double articulation du langage non verbal

Les sémiologues sont plongés dans la confusion à propos de la double articulation de l'image. Les partisans de l'ionisme disent que « les signes iconiques sont totalement conventionnels et qu'ils sont comme les signes verbaux susceptibles d'articulations multiples et de digitalisation intégrale » Selon Umberto Eco (2005: 61), l'articulation de signe iconique s'est appuyée sur la distinction de Prieto.

En effet, Louis J. Prieto identifie les éléments de la première articulation (monèmes), et les appelle signes (dénotant ou connotant un signifié). De même, il nomme les figures ce qu'on appelle en linguistique les « phonèmes » ou les « graphèmes » grâce auxquels on obtient, les signifiants des signes. « La seconde articulation est le niveau dont les éléments ne constituent pas des factures du signifié dénoté par les éléments de la première articulation, mais ont seulement une valeur différentielle (positionnelle et oppositionnelle) » aussi, il appelle « sème » un signe particulier dont le signifié dépend non d'un signe, mais d'un énoncé de la langue. (cité par Eco, 1970 : 11-51).

Les linguistes et les sémiologues distinguent dans une image des unités significatives nommées les « iconèmes » et des unités distinctives nommées les « graphèmes ». Il faut noter enfin que la notion de la double articulation diffère du langage verbal au langage iconique et nous pouvons illustrer cela dans le schéma suivant :

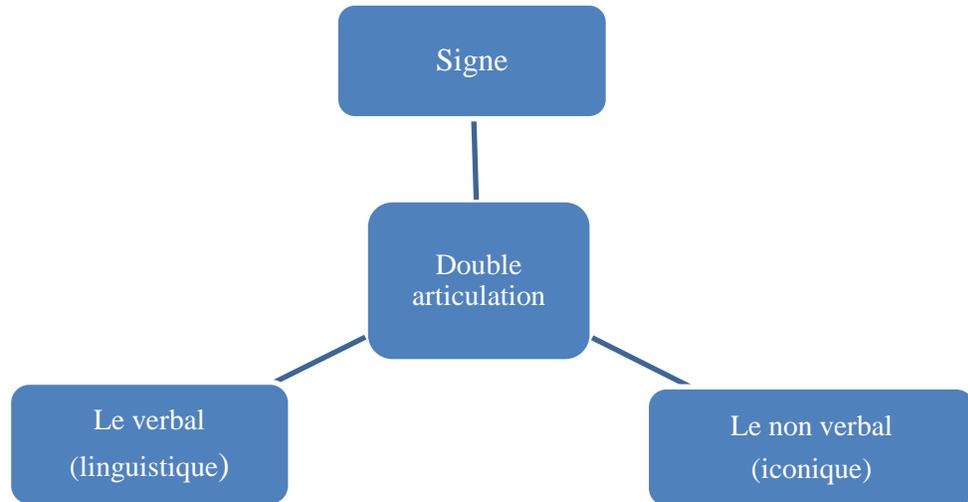


Figure 17. La double articulation et le signe linguistique/iconique

Si nous examinons le schéma ci-dessous, nous pouvons clairement voir que la double articulation peut se retrouver non seulement dans les signes linguistiques (les mots), les signes extralinguistiques, non-linguistiques ou iconique (les images), mais aussi entre ces deux types de signes, car les mots et les images ne sont pas indépendants, mais il existe une connexion étroite en direction d'une *relation de dépendance et de complémentarité* entre ces signes de nature différentes.

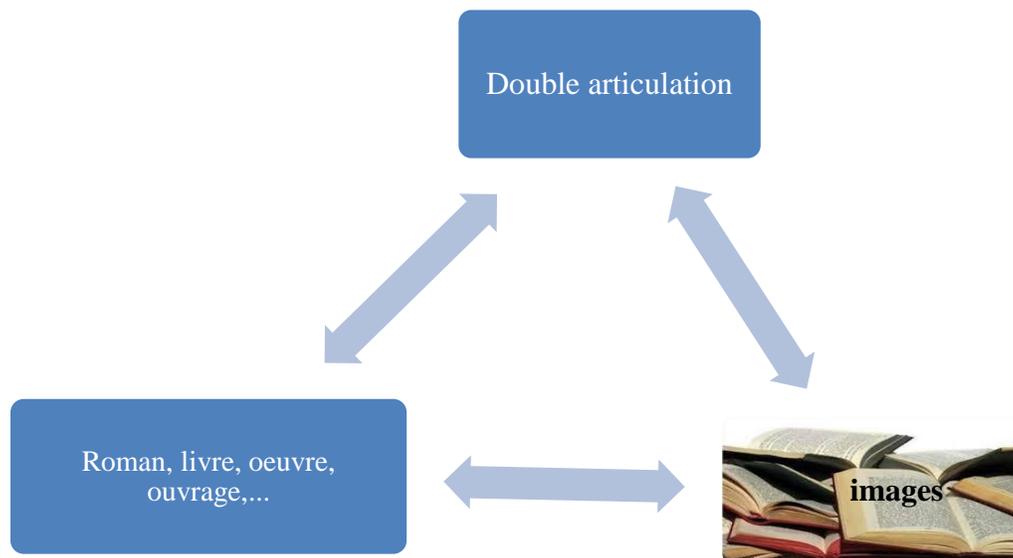


Figure 18. Articulation des mots et des images

1.8. Le message dans les images

Joly (2015) nous explique les différents types de messages des images, selon l'idée de Roland Barthes dans son ouvrage "Introduction à l'analyse de l'image", elle nous les montre dans trois catégories qui sont les suivantes : a) Le message plastique, b) Le message iconique, c) Le message linguistique. Nous pouvons illustrer ainsi ces 3 catégories de message avec un schéma :

Categories de message (MSG)		
MSG plastique	MSG iconique	MSG linguistique

Figure 19. Les catégories de message

1.8.1. Le message plastique

Le message plastique concerne l'image ou le texte verbal. En effet, on croit souvent que l'on « comprend » une image dans la mesure où on reconnaît un certain nombre de ses motifs et où l'on comprend le message linguistique (2015: 117).

1.8.2. Le message iconique

L'interprétation des motifs se joue par l'intermédiaire du processus de la connotation, lui-même porté par des connotateurs de divers ordres : usages socioculturels des objets, des lieux, ou des postures; citation et autoréférence (l'image du cow-boy et celle du Marlboro) ; figures de rhétorique (l'image de l'oxymoron et celle l'ellipse) (Joly, 2015: 111-112).

1.8.3. Le message linguistique

Il concerne la relation l'image et le mot dans l'interprétation de l'image, et étudie le type de rapport qu'il pouvait entretenir avec l'image, et comment il en orientait la lecture. Pour Barthes (cité par Joly), deux grands cas de figure se présentent : soit le texte a (par rapport à l'image), une fonction d'ancrage, soit il a une fonction de relais (2015: 113-117-118).

Toujours pour Joly (2015), la notion de signe est capitale pour comprendre le fonctionnement des messages visuels, pour continuer à distinguer l'image de la chose, à l'admettre comme une construction socio-culturellement codée de propositions d'inférence

et d'interprétation. Nous pensons en particulier, en insistant sur ce point, aux étudiants futurs journalistes ayant à utiliser de l'image, dans la presse écrite comme à la télévision, ou à ceux qui l'emploieront dans d'autres métiers de la communication, avec l'espoir qu'au lieu de regretter qu'une image ne soit qu'une image, ils la revendiquent au contraire comme telle et la fassent accepter comme ensemble de signes, comme discours visuel relativisé, avec tout ce que cela implique de glissements successifs du sens. C'est bien sur quoi il faut s'attarder et c'est ce que nous ferons exactement dans le 3^e chapitre: *l'analyse et l'interprétation de l'image*.

1.9. L'interprétation de l'image

Aux yeux de Joly (2015), l'analyse sémiologique des messages visuels (ou la sémiotique appliquée à l'image) consiste donc à repérer les différents types de signes mis en jeu et à déduire, à partir de leur organisation réciproque, une interprétation globale acceptable par un groupe d'observateurs donné. En effet, l'analyse sémiologique ne peut concerner uniquement l'interprétation individuelle, mais doit prendre en compte la part collectivement acceptable du message visuel.

Eco (1992) nous rappelle, dans *Les limites de l'interprétation*, que celle-ci se situe au point de rencontre de trois « intentions » distinctes : l'intentio auctoris, l'intentio operis et l'intentio lectoris (en latin) qui signifient en français « l'intention-auteur, l'intention-œuvre et l'intention-lecteur. » En rappelant la notion « œuvre ouverte », Eco (1992) montre là que l'interaction auteur-œuvre-public ne débouche pas sur une interprétation illimitée, sauf à devenir « paranoïaque ». La démarche sémiotique, en particulier, se donnera donc pour « garde-fou » une acceptation collective de l'interprétation, comme la manifestation d'un certain consensus rendant la communication possible. Le surplus interprétatif individuel, de l'auteur comme du lecteur, n'en existe pas moins, mais il ne concerne pas la sémiotique appliquée.

Joly (2015) pose ensuite le problème de la *méthode analytique*. Il n'y a bien entendu pas de méthode absolue et l'on adaptera ses choix méthodologiques aux objectifs de l'analyse, comme elle a clairement montré dans son ouvrage consacré à « l'analyse de l'image » où elle a tenté de développer différentes méthodes d'analyse. Elle poursuit en disant que la *sémiologie appliquée à l'image* se préoccupe donc en priorité des processus de

production de sens, pour ensuite proposer des interprétations plausibles en fonction des finalités de la recherche mise en œuvre. Pour ce faire, nous pouvons recourir à certaines connaissances qu'offre l'iconologie, sur le symbolisme historique des couleurs, des formes ou des motifs, par exemple, mais elle ne pourra s'arrêter là. Il faut néanmoins travailler aussi sur la combinatoire de tous les différents types de signes entre eux, qu'ils soient spécifiques ou non à l'image.

En conséquence, Joly (2015) fait le point en disant qu'une *méthode d'analyse possible* consiste à passer en revue chaque catégorie de signes mise en œuvre dans le message considéré, à en isoler les signes choisis, à les analyser sur le plan de *l'expression et du contenu* et à observer les *relations dépendantes* les uns avec les autres pour produire le message général. Cette méthode qui n'est pas absolue, pour elle, a le mérite de servir systématiquement la tâche de *l'analyse sémiotique des messages visuels*. De ce fait, elle conclut finalement en soulignant les différents types de *signes plastiques* (couleurs, formes, texture, spatialité) ainsi que les différents *signes iconiques* (les figures et les motifs) et les *signes linguistiques* sous leur double aspect linguistique et plastique.

CHAPITRE II

L'IMAGE COMME SIGNE - ICONE VISUEL NON-LINGUISTIQUE

Nous voudrions ici présenter brièvement le plan du deuxième chapitre. Nous aborderons dans l'ordre d'importance les éléments essentiels du contenu de ce chapitre. Ainsi, le chapitre se composera donc de 15 sous-titres cités ci-dessus. Sous ces catégories, nous entamerons essentiellement *la place et le rôle de l'image* dans les romans d'ordre littéraire. Ici, nous découvrirons *le pouvoir de l'image* au niveau de la littérature et de la société au profit de l'humanité. Il sera donc ici question d'expliquer l'effet de l'image sous ces trois angles : *littérature, société et humanité*. Ainsi, nous serons censés mettre en lumière le passage ou la *transition de l'image vers le message* (image → message) qui reflète la vision du monde de chacun (aux yeux des lecteurs).

Pour démontrer la valeur des images, nous allons sélectionner des images de couverture de roman (romans classiques et modernes) relatives à la Littérature Française. Afin de répondre à la problématique posée, notre travail insistera surtout sur la description des valeurs fonctionnelles des images de couverture de roman issues de la Littérature Française classique et moderne. À ce titre, nous concentrerons fondamentalement cette partie sur le sens, la valeur et la fonction, le pouvoir et l'effet de l'image sous les *caractéristiques principales* qui sont les suivantes : le sens de l'image, la valeur de l'image, la fonction de l'image, le pouvoir de l'image, l'effet de l'image, l'image et le message. Pour ce faire, nous allons nous référer principalement aux ouvrages de Joly (2011, 2015), Wirth (2013) et un article de Barthes (1964). Entre autres, nous avons consulté des sémioticiens contemporains comme Floch (1990, 1995) et Dondero (2011, 2014, 2015). Rappelons les références de ces ouvrages :

- a) Joly, M. (2015). *Introduction à l'analyse de l'image*. Paris : Armand Colin. Edition 3.
- b) Joly, M. (2011). *L'image et les signes*. Paris: Armand Colin.
- c) Wirth, J. (2013). *Qu'est-ce que l'image ?* Genève : Librairie Droz.
- d) Barthes, R. (1964). « Rhétorique de l'image » in *Communications*, n° 4, Seuil.

Avant d'aborder ce 2^e chapitre, nous voudrions commencer d'abord par montrer les caractéristiques de l'image dans un tableau : Le sens, la valeur, la fonction, le pouvoir, l'effet de l'image, l'image et le message.

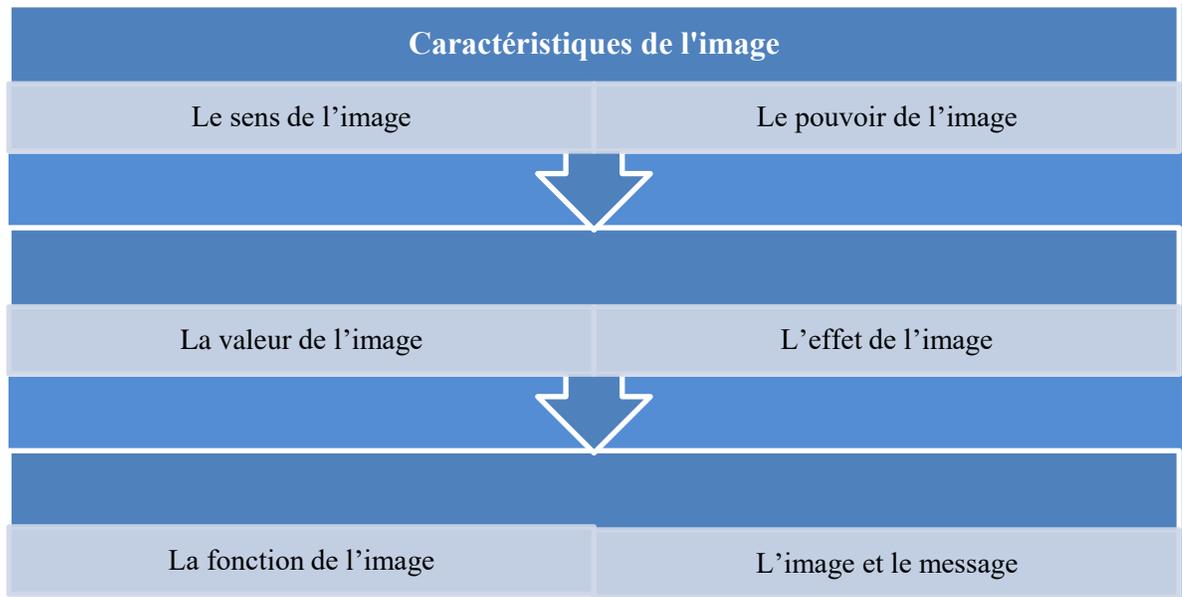


Figure 20. Les caractéristiques de l'image

Dans ce cadre théorique et méthodologique, l'approche sémiotique de l'image nous permettra de mieux comprendre les éléments essentiels cités ci-dessous au niveau de la composition de la page de couverture de roman :

a) Tout d'abord que l'image – au sens commun du terme, comme au sens théorique – est outil de communication, un signe parmi tant d'autres « exprimant des idées, des pensées, des intentions... » par un processus dynamique d'induction et d'interprétation.

b) L'image, c'est la *différence entre les nuances de sens* des pensées censées souffler les sons sublimes de la vie mondaine, l'existence même de l'être humain, voire de toute l'humanité.

c) Nous lisons les mots et les énoncés comme nous lisons le titre du roman, mais nous devons ressentir l'esprit de *l'image romanesque* dans le fond du cœur.

d) Décoder, décortiquer une image de fil en aiguille, à la façon de tricoter un pull avec un soin rigoureux et une attention particulière. L'image, c'est l'esprit, l'âme du roman, de l'écriture, autrement dit *l'esprit de l'écrivain*, sans laquelle un roman et son auteur ne pourront à vrai dire exister réellement.

e) L'image, c'est le lieu de « *silence* » par la vue, le regard et l'observation (on est ici plutôt imprégné dans le processus cognitif par une sorte de *lecture silencieuse*), or le texte est bel et bien le lieu de la « *voix* » par le biais de la lecture (on est ici ancré dans le processus linguistique par la *lecture prosodique*). Le dénominateur commun dans les 2 paramètres dynamiques est *les yeux et la mémoire* qui ouvrent la porte à la réflexion et au raisonnement sur le roman littéraire en question.

f) Dans cette perspective, nous pouvons dire par conséquent : Puisqu'il s'agit de littérature, et en particulier de littérature française, « l'image, c'est en quelque sorte faire un voyage dans le cœur de la littérature française. » Car dans ce sens, l'image est en elle-même d'une manière explicite le point central, le point culminant, c'est-à-dire le cœur même du roman littéraire.

L'approche sémiotique de l'image s'est voulue synthétique pour situer le champ et l'objet de notre étude. Il est évident qu'un grand nombre de points demandent encore à être abordés : la notion d'analogie et de ressemblance qu'elle implique ; la notion d'indice et avec lui le problème des images indiciaires ; la distinction entre signe et message visuel ; les paramètres élémentaires de l'image ; la rhétorique visuelle, etc. En bref, *la stylistique et la rhétorique* de l'écrivain littéraire par l'intermédiaire de l'image. Nous aborderons donc en détail ces points dans le troisième chapitre de notre thèse.

On peut voir comment cette *première approche théorique des signes*, de l'icône et de l'image visuelle en particulier, nous permet de mieux comprendre le statut de l'image dans notre société, le type de regard que l'on porte sur elle et le type d'attente qu'elle suscite. Parcourir quelques moments forts de l'histoire de la représentation visuelle à la lumière de ces données de la théorie sémiotique aidera à mieux cerner la spécificité de la communication par l'image visuelle ainsi que le poids culturel qui s'attache à elle.

Ici, dans le cadre sémiotique de l'image comme signe, nous avons découvert la valeur et le *pouvoir de l'image* au niveau de la littérature et la société au profit de l'humanité. Il sera donc ici question d'expliquer *l'effet de l'image* sous les trois angles : littérature, société et humanité. De ce point de vue, une image pouvant avoir une *valeur culturelle* importante pour une certaine *communauté socioculturelle*, peut très bien ne représenter aucun sens pour une autre communauté ou civilisation. Pour une image, chaque individu peut avoir une *vue singulière* ou une *vision particulière* qui lui est propre ; l'image peut donc avoir une *valeur*

subjective, car ce sont les yeux de l'individu, d'un être humain qui la regarde et l'observe. Cette observation humaine renvoie forcément à une certaine *subjectivité* de l'image au sens propre.

2.1. Qu'est-ce qu'une image ?

Comment définir l'image ? La meilleure façon d'entamer une recherche et surtout une thèse, c'est de commencer avec une question ou plutôt à un questionnement. Après avoir fait nos profondes lectures analytiques sur la notion de l'image, nous allons tenter de répondre en premier lieu à cette question élémentaire : qu'est-ce qu'une image ? Ou bien même question posée autrement : comment définir le concept « image » ? Pour ce faire, il faut tout d'abord définir la signification du terme « image » et son histoire dans une perspective sémiotique.

Dans l'ouvrage « Français 4^e »¹⁴: On appelle images (du latin *imago*, représentation) toutes sortes de reproductions : dessins, peintures, collages, photographies, images de synthèse... (1998: 263). L'image, en tant que concept au sens général du terme, a *un sens et un caractère polysémique*. Nous y retrouvons en fait plusieurs sortes de définitions que nous allons ici citer quelques-unes. Dans « Français Seconde »¹⁵ : *L'image comme représentation* : Dans son sens le plus large, l'image est image de quelque chose. Elle entretient généralement avec un objet (une personne, une pomme, une montagne...) un rapport de *ressemblance*, d'analogie. Lire l'image, c'est donc en quelque sorte chercher à identifier le *réfèrent*, l'objet représenté (2000: 208). *La composition de l'image* : l'image est un ensemble organisé. Sa composition *pose ensemble* le dessin des *lignes*, la répartition des *masses*, la profondeur des *plans* et la combinaison des *couleurs* : leur accord, ou leur tension contribue à la valeur esthétique de l'ensemble (2000: 314).

Cependant, nous allons poursuivre notre recherche sur la valeur et la fonction de l'image au niveau du sens, de son pouvoir, de son effet et du message qu'elle veut transmettre au lecteur. Dans ce cadre, il nous a été évident d'expliquer la place et le rôle de l'image dans le roman ayant une valeur littéraire. Nous avons découvert le pouvoir de l'image au niveau de la littérature et la société au profit de l'humanité, en même temps nous avons pu insister

¹⁴ Portelet, H. (dir.) et alii, "Français 4e", Paris, Hatier, 1998.

¹⁵ Aviérinos M., Labouret D., Prat M.-H. (dir.) et alii, "Français Seconde" (Textes, Genres, Histoire, Méthode), Paris, Bordas, 2000.

sur l'effet de l'image sous les trois angles : littérature, société et humanité. Ainsi, il nous a fallu mettre en lumière le passage ou la transition de l'image vers le message (image → message) qui reflète la vision du monde de chacun, c'est-à-dire aux yeux des lecteurs. Illustrons ci-dessous cette transmission du message au moyen de l'image de la page de couverture du roman :



Figure 21. Transmission du message à travers l'image du roman

D'autre part, pour démontrer la valeur des images, nous avons sélectionné des images de couverture de roman relatives à la Littérature Française. Notre corpus général se constitue donc aussi bien de romans classiques que de romans modernes dits « contemporains ». L'image en soi implique une valeur assez compliquée et à la fois complexe du fait qu'elle nous renvoie aux *représentations idéologiques et culturelles*, en vue de faire le rapprochement entre la photographie imagée et l'évènement traité.

Dans cet objectif quelque peu social, l'auteur prend en considération ces lecteurs et prépare des images de couverture de son roman au profit de leurs intentions et attentes culturelles, sociales et politiques. Dans ce cas, on comprend qu'une même image n'exprime pas forcément le même message dans différentes sociétés culturelles. Ce qui revient à dire qu'une image peut être comprise autrement ou différemment par les individus issus de sociétés différentes.

De ce point de vue, il est tout à fait naturel qu'une image pouvant avoir une *valeur culturelle* importante pour une certaine *communauté socioculturelle*, puisse très bien ne représenter aucun sens pour une autre communauté ou civilisation. Pour une image, chaque individu peut avoir une *vue singulière* ou une *vision particulière* qui lui est propre ; l'image peut donc avoir une *valeur subjective*, car ce sont les yeux de l'individu, d'un être humain qui la regarde, l'observe ou la contemple. Cette observation humaine (et donc naturellement individuelle) renvoie forcément à une certaine *subjectivité* de l'image au sens propre du terme.

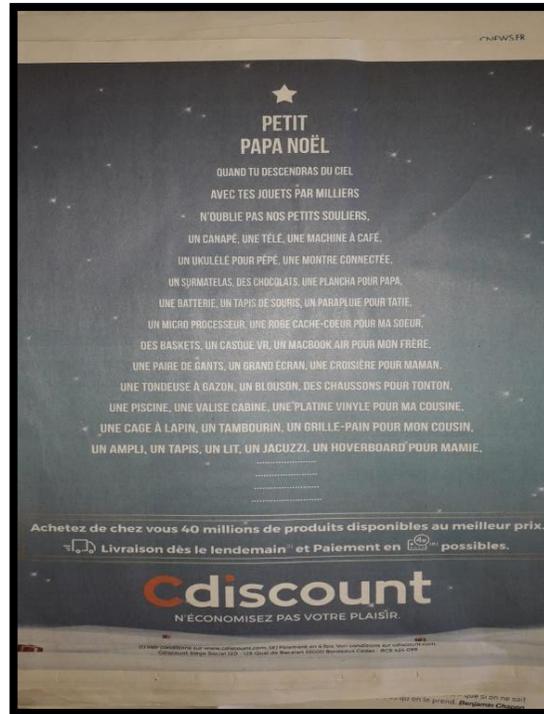


Image 9. Image – parole du sapin de Noël

À ce propos, nous pouvons donner cet exemple représentatif d'*image - parole* qui démontre la valeur et la fonction de l'image. Cet exemple représente en effet la relation entre la langue et l'image. Dans ce visuel, nous pouvons voir la chanson de Noël en forme de sapin avec les lignes publicitaires données (en forme de branches du sapin). La première ligne (en plus grands caractères) est le début de la chanson / le commencement de la comptine de Noël pour les enfants. On y constate une couverture exemplaire de la langue (avec les mots) et de l'imaginaire (le sapin à Noël) qui illustre bien le fait qu'un mot sans image est dépourvu de sens (le mot image est ici au sens figuré) comme une personne sans habits.

2.2. Sur la théorie sémiotique de l'image

Il convient ici de donner quelques suggestions sur la théorie sémiotique de l'image. Dans « Rhétorique de l'image » Barthes (1964)¹⁶ prétend qu'une approche théorique de l'image pourrait permettre de comprendre sa particularité. En fait, suivant les différents aspects de l'image, plusieurs théories peuvent entreprendre l'image : comme la théorie de l'image dans les domaines de l'informatique, l'esthétique, la psychologie, la sociologie, la

¹⁶ Roland Barthes intitulé « Rhétorique de l'image » in *Communications*, n° 4, Seuil, 1964.

rhétorique, etc. Cela démontre explicitement la complexité de l'image. Pour en sortir, il faut faire appel à une théorie plus générale, plus ample, qui nécessite plus que les catégories fonctionnelles de l'image. Cette théorie n'est autre que la théorie sémiotique.

En effet, l'approche analytique que nous propose ici Barthes (1964) dépend d'un certain nombre de choix : le premier étant d'aborder l'image *sous* l'angle de la signification et non pas sous celui de l'émotion ni du plaisir esthétique, par exemple. Même si les choses n'ont pas toujours été formulées ainsi, on peut dire qu'aborder ou étudier certains phénomènes sous leur aspect sémiotique c'est considérer leur *mode de production de sens*, en d'autres termes la façon dont ils provoquent des significations, c'est-à-dire des interprétations. En effet, un signe n'est « signe » que s'il « exprime des idées », et s'il provoque dans l'esprit de celui ou de ceux qui le perçoivent une démarche interprétative.

De ce point de vue, on peut dire que tout peut être signe, car *dès* lors que nous sommes des êtres socialisés, nous avons appris à interpréter le monde qui nous entoure, qu'il soit culturel ou « naturel ». Mais le propos du sémioticien n'est pas de décrypter le monde ni de recenser les différentes significations que nous donnons aux objets, aux situations, aux phénomènes naturels, etc. Cela pourra être le travail de l'ethnologue ou de l'anthropologue, du sociologue, du psychologue ou encore du philosophe. Le travail du sémioticien consistera plutôt à essayer de voir s'il existe des catégories de signes différentes, si ces différents types de signes ont une spécificité et des lois propres d'organisation, des processus de signification particuliers.

2.3. L'image en tant que signe iconique

En ce qui concerne l'image en tant que signe iconique, Barthes (1964) renvoie à Peirce en disant dans sa typologie des signes, l'image se trouve dans une classification comme une sous-catégorie de l'icône. En effet, s'il considère que l'icône correspond à la classe des signes dont le signifiant a une relation analogique avec ce qu'il représente, il considère aussi que l'on peut distinguer différents types d'analogie et donc différents types d'icône, qui sont l'image à proprement parler, le diagramme et la métaphore. Barthes prétend que la catégorie de l'*image* rassemble alors les icônes qui entretiennent une relation d'analogie qualitative entre le signifiant et le référent. Un dessin, une photo, une peinture figurative reprennent les

qualités formelles de leur référent : formes, couleurs, proportions, qui permettent de les reconnaître.

S'il faut donc récapituler la définition théorique de l'image selon Barthes, nous remarquons qu'elle ne correspond pas à tous les types d'icônes, qu'elle n'est pas que visuelle, mais qu'elle correspond bien à l'image visuelle. Ce qui veut dire que les théoriciens discuteront toujours à propos du *signe iconique*. Nous comprenons des propos de Barthes que l'image n'est autre qu'un signe iconique comme le rapport entre le diagramme et la métaphore.

Barthes (1964) suppose que l'image n'est pas seulement visuelle. Afin d'étudier le langage de l'image avec la *sémiologie de l'image*, apparue vers le milieu du XX^e siècle, il faut procéder particulièrement à l'étude des messages visuels. L'image est donc devenue synonyme de « représentation visuelle ». La question inaugurale de Roland Barthes : « Comment le sens vient-il aux images¹ ? » correspondait à la question « Les messages visuels utilisent-ils un langage spécifique ? » « Si oui, quel est-il, de quelles unités se constitue-t-il, en quoi est-il différent du langage verbal ? » Il faut avouer que cette réduction au visuel a un peu compliqué les choses ; même une image fixe et unique est susceptible de constituer un message très complexe. Ce qui compte ici, c'est de préciser les principes de fonctionnement.

Barthes (1964) part du principe qu'une image est *hétérogène* au sens théorique du terme. Ce qui veut dire qu'elle comprend, dans un certain cadrage limité, différentes catégories de signes, non seulement des *signes iconiques*, mais aussi des *signes plastiques* : Couleurs, formes, composition, organisation et combinaison. D'autre part, il peut y avoir aussi des *signes linguistiques*, du langage verbal, qu'il faut savoir analyser et observer finement et systématiquement pour mieux comprendre. Pour Barthes, il quelques outils de la théorie sémiotique qui permettent d'expliquer l'usage complexe du terme d'image.

2.4. L'usage théorique du terme « image »

Il faudrait avant tout comprendre l'usage du mot « image » dans le cadre théorique avant de passer à la question pratique. Il y a bien entendu différentes significations du mot « image » comme image visuelle, image mentale et images virtuelles. Comme le revendique Barthes une « image », c'est d'abord quelque chose qui ressemble à quelque chose d'autre. Pour lui, l'image n'est pas toujours concrète, mais elle peut être aussi mentale : auquel cas

elle possède une *vision naturelle* (le rêve, le fantasme) ou bien elle expose un *aspect qualitatif* (métaphore verbale, image de soi, image de marque).

A partir de cette observation, le constat essentiel en est que l'image doit être classée dans la catégorie des représentations. Par exemple, une image quelconque peut ressembler à quelque chose ; sa fonction est alors de signifier autre chose qu'elle-même en utilisant le procédé de ressemblance par comparaison. Le fait que l'image soit considérée comme *représentation*, cela signifie qu'elle est déjà perçue comme *signe*. Voici l'illustration de l'image qui devient signe par le processus de la représentation :



Figure 22. Le parcours « image-représentation-signe »

Barthes (1964) suppose que la deuxième problématique est qu'elle est considérée comme *signe analogique*. Son principe de fonctionnement est la ressemblance. Avant le processus de la ressemblance, il constate que le vrai problème de l'image est précisément les variations de la ressemblance: l'image peut devenir autre chose que le degré ou le niveau de ressemblance. En cas d'excès de ressemblance, il y aurait confusion entre image et représentation. En revanche, si la ressemblance reste insuffisante, il y aurait plutôt une complexité au niveau de sa lecture et de sa clarté. De ce fait, il faut savoir garder un certain équilibre et bien définir les limites de la ressemblance pratiquée sur l'image.

Dans le cadre des propos de Barthes, l'image est considérée comme *icône*, c'est-à-dire comme *signe analogique*, ce qui permet mieux comprendre son usage. Si l'image est vue comme signe, comme représentation analogique, il est possible de faire la distinction entre différents types d'images: en effet, il y a celles qui sont fabriquées et celles enregistrées. Certes, ceci est une distinction fondamentale qu'il faut absolument tenir compte dans le cadre des observations et commentaires analytiques sur la question.

2.5. L'image est imitation, trace ou convention?

A ce propos, c'est Joly (2015: 36) qui pose la question suivante : en vérité, l'image est-elle une imitation, une trace ou une convention ? Les images fabriquées *imitent* un modèle alors que les images scientifiques proposent un modèle. Leur performance d'imiter leur

attribue un certain aspect de la réalité. Elles deviennent alors des *icônes* parfaites. Les images enregistrées ressemblent souvent à leur représentation. Par exemple, la photographie, la vidéo, le film sont considérés comme des images parfaitement ressemblantes, autrement dit de vraies icônes.

Elle poursuit en disant que ces images-là sont des *traces* par rapport aux images fabriquées. En théorie, ce sont donc des *indices* avant d'être des icônes. C'est ce qui fait leur force. En particulier, ces images-traces abondent dans l'imagerie scientifique. Pour elle, ceux qui ne sont pas spécialistes, elles ne sont pas faciles à comprendre. « C'est sa ressemblance la rapproche à l'indice. Autrement dit, c'est par ce qu'elle ressemble à quelque chose qu'on comprend qu'elle est indice de cette chose. D'ailleurs, l'indice a tendance à ressembler, à imiter et donc à être la trace de quelque chose. » Dans ce cas, la *clarté visuelle* donne alors à l'image la force de la chose même en cachant son caractère représentatif. Cette faible représentation cachée derrière la ressemblance provoque la confusion entre image et chose. Nous verrons cela (indice et image) de plus près notamment dans les pages ultérieures, en particulier dans les analyses interprétatives des pages de couverture de roman (cf. chapitre 3).

Selon Joly, il ne faut pas oublier sans doute que la représentation d'image nécessite des règles de construction. Si ces représentations sont comprises autrement, cela veut dire qu'il y a une convention socioculturelle. D'ailleurs, selon la définition de Peirce leur signification est étroitement liée leur aspect de *symbole*. C'est pourquoi il faut bien fixer l'image entre *ressemblance, trace et convention*, c'est-à-dire entre *icône, indice et symbole*. *C'est dans ce cadre que la théorie sémiotique nous permet de voir et comprendre aussi bien la complexité que la force de la communication par l'image. A ce titre, il faut avant tout tenir compte de la théorie sémiotique avant d'entamer les analyses interprétatives. Le fait de définir le type d'image observée et analysée est une autre question problématique. Nous pouvons schématiser ces aspects de l'image avec cette figure :*

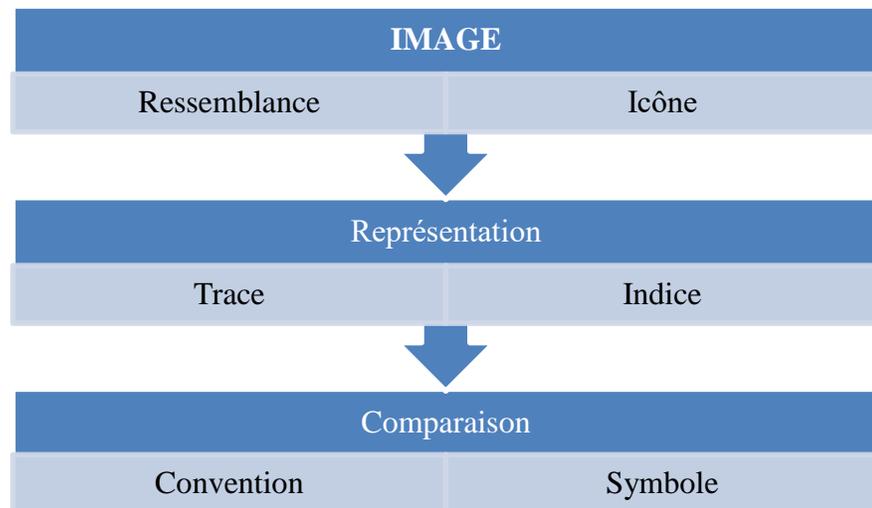


Figure 23. Aspects caractéristiques de l'image

2.6. La pratique analytique de l'image

La question préliminaire que nous voudrions ouvertement poser ici dans cette partie est la suivante : *A quoi sert l'analyse de l'image ?* Quelle est donc la fonction de ce type d'analyse de ce signe iconique ? Que ce soit dans les recherches scientifiques dans le domaine de la sémiotique ou dans la vie quotidienne de l'être humain. Cependant, comme l'affirme bien Barthes, l'analyse de l'image (y compris de l'image artistique), à part le fait de prendre plaisir, peut avoir différentes fonctions variées: comme augmenter ses connaissances, enseigner, lire et concevoir plus efficacement des messages visuels.

Écoutons ici Barthes (1964) qui se prononce sur la question d'analyse dans « Rhétorique de l'image » :

« Le *goût* pour l'analyse, quel que soit son objet, correspond sans doute à un tempérament. On peut en effet s'interroger sur « l'imaginaire » de l'analyste¹. Un désir de mieux comprendre, qui demande une déconstruction artificielle (« casser le joujou »), pour observer les différents rouages (« regarder comment ça marche ») avec l'espoir, peut-être illusoire, d'une reconstruction interprétative mieux fondée. Sans doute ce type de démarche vient-il servir un désir bien particulier de maîtrise de l'objet et de ses significations. Celle-ci se distingue fondamentalement, par exemple, de celle du cinéphile, dont le tempérament s'apparente plus à celui du collectionneur qui thésaurise et accumule les objets qu'il aime. L'analyste, lui, préfère les démonter, et s'il les multiplie (et finit par ressembler au collectionneur), c'est parce que jamais l'objet reconstitué n'est identique à l'original. Le voilà

donc amené à recommencer l'expérience sur un objet nouveau, et ainsi de suite... On peut ainsi comprendre que l'analyse soit insupportable à certains qui y voient une menace pour l'intégrité et l'authenticité de leur expérience. »

Pour Barthes (1964), il est faux de croire que l'habitude de l'analyse tue le plaisir esthétique, bloque la « spontanéité » de la réception de l'œuvre. Il faut se rappeler que l'analyse est toujours un travail, comme le fait Christian Metz (1977) qui demande du temps et qui ne peut se faire spontanément.¹⁷ En revanche, sa pratique peut, *à postériori*, augmenter la jouissance esthétique et communicative des œuvres, car elle aiguise le sens de l'observation et le regard, augmente les connaissances et permet ainsi de saisir plus d'informations (au sens large du terme) dans la réception spontanée des œuvres. Enfin, que l'ignorance soit une caution de plaisir reste à démontrer qu'elle soit un auxiliaire de la compréhension, certainement pas. Or comprendre aussi est un plaisir.

Il poursuit en ajoutant qu'une des fonctions primordiales de l'analyse en est la *fonction pédagogique*. Si elle peut s'exercer dans un cadre institutionnel tel que l'école ou l'université, l'analyse à visée pédagogique ne lui est pas réservée. Elle peut se faire sur les lieux de travail, au titre de la formation continue, mais aussi dans les médias utilisant eux-mêmes l'image. Cela peut en effet être une bonne façon de permettre au spectateur d'échapper à l'impression de manipulation, tellement redoutée par ailleurs.

Aux yeux de Barthes (1964), l'image est bien un langage, un langage spécifique et hétérogène ; qu'à ce titre, elle se distingue du monde réel, et qu'elle en propose, au moyen de signes particuliers, une représentation choisie et nécessairement orientée ; distinguer les principaux outils de ce langage et ce que signifie leur présence ou leur absence ; relativiser sa propre interprétation tout en comprenant les fondements ; autant de gages de liberté intellectuelle que l'analyse pédagogique de l'image peut apporter.

Au sujet de l'analyse de l'image, Barthes (1964) prétend qu'une des fonctions de l'analyse de l'image peut être la *recherche* ou la *vérification* des causes du bon fonctionnement ou, au contraire, du mauvais fonctionnement d'un message. De nombreuses « expériences » pédagogiques, mises en place dès les années 1970 dans des établissements scolaires, ont débouché sur un début d'institutionnalisation de l'enseignement de l'image, et plus particulièrement du cinéma. La BBC, par exemple, a diffusé, à destination du grand

¹⁷ Metz, Ch. (1977). « L'imaginaire du chercheur » in *Le Signifiant imaginaire*, UGE.

public, des documents pédagogiques sur la communication visuelle et ses enjeux. La chaîne de TV ARTE a consacré une soirée thématique à ce sujet, mais cela reste encore exceptionnel.

Pour Barthes (1964), cette utilisation de l'analyse se retrouve principalement, dans le domaine de la publicité et du marketing. Elle a souvent recours non seulement à des praticiens, mais aussi à des théoriciens, et plus particulièrement à des sémioticiens. L'approche sémiotique de la communication publicitaire s'avère en effet fructueuse pour sa compréhension et l'amélioration de ses performances. Ici, moins de réticences vis-à-vis de la théorie, moins de ratiocinations quant au coût de l'analyse, mais au contraire l'espoir que l'analyse sémiotique sera un gage d'efficacité et donc de rentabilité.

Pour la « sémiologie de l'image », Barthes (1964) avance les propos suivants : « Dès l'apparition de la sémiologie de l'image, de grands théoriciens (tels que Jacques Durand ou Georges Péninou, par exemple) se sont distingués au sein d'agences de publicité. De nos jours, même si les chercheurs en sémiotique se trouvent plutôt à l'université, nombre d'agences de conseil en communication ou en publicité et marketing n'hésitent pas à les consulter comme experts sur des cas pratiques qui posent problème (Floch, 1990). Certains reprochent à ce type d'études de ne servir que de recettes en vue de l'efficacité commerciale. C'est oublier qu'une bonne analyse se définit d'abord par ses objectifs (en l'occurrence, analyser pour mieux communiquer et mieux vendre) ; cela n'empêche en rien que certains de ses résultats puissent être utiles pour une *recherche théorique* plus fondamentale. »

Il précise dans la suite qu'on trouve, dans les écrits théoriques, nombre d'analyses de films, de publicités visuelles, d'émissions de télévision qui servent d'exemple à des propositions théoriques aussi variées que la recherche d'unités de signification, de règles de syntaxe, de modes d'énonciation, de traitement du spectateur et ainsi de suite. La publicité a servi de terrain favori au départ de ce type de recherche.

2.7. Objectifs et méthodologie de l'analyse

En ce qui concerne les objectifs et la méthodologie de l'analyse, nous allons nous référer également aux propos de Barthes (1964). En effet, pour Barthes une bonne analyse se définit d'abord par ses objectifs : Définir l'objectif d'une analyse est en effet indispensable pour mettre en place ses outils mêmes, tout en se rappelant qu'ils déterminent hautement et l'objet de l'analyse et ses conclusions en fait, l'analyse pour elle-même ne se justifie pas plus

qu'elle n'a d'intérêt. Elle doit servir un projet et c'est celui-ci qui lui donnera son orientation comme il permettra d'élaborer sa méthodologie. Il n'y a pas de méthode absolue pour l'analyse, mais des choix à faire, ou à inventer, en fonction des objectifs.

De ces propos et constats, nous constatons que Barthes est à la recherche d'une méthode d'analyse de l'image considérée et évaluée comme signe. Ainsi, lorsque Barthes (1964) se fixe pour objectif de rechercher si l'image contient des signes et lesquels ; pour ce faire il invente sa propre méthodologie. Cette méthodologie consiste à postuler que ces signes à trouver ont la même structure que celle du signe linguistique, proposée par Saussure : un signifiant relié à un signifié. Ensuite Barthes considère que, s'il part de ce qu'il comprend du message publicitaire qu'il analyse, il tient des signifiés; donc, en cherchant le ou les éléments qui provoquent ces signifiés, il leur associera des signifiants et trouvera alors des signes pleins. C'est ainsi qu'il découvre que le concept *d'italianité* qui ressort largement d'une fameuse publicité pour les pâtes Panzani, est produit par différents types de signifiants: un signifiant *linguistique*, la sonorité « italienne » du nom propre; un signifiant *plastique*, la couleur, le vert, le blanc et le rouge évoquant le drapeau italien; et enfin des signifiants *iconiques* représentant des objets socio-culturellement déterminés : tomates, poivrons, oignons, paquets de pâtes, boîte de sauce, fromage...

Barthes (1964) approuve que les conclusions théoriques de cette recherche n'ont pas été toutes envisagées à l'époque, tant la recherche était neuve. Mais que la méthode mise en place se fonde à partir de la relation entre les signifiants et les signifiés. Trouver les signifiants et donc les signes qui composent l'image semble parfaitement opératoire. Cela permet de montrer que l'image est composée de différents types de signes: élastiques, iconiques, plastiques, qui concourent ensemble à construire une signification globale et implicite, intégrant, dans ce cas précis, le chant de la langue, l'idée de nation et celle de cuisine méditerranéenne.

2.8. A la recherche du message implicite

Nous allons traiter maintenant la question de la découverte du « message implicite ». Pour ce faire, nous voudrions nous référer aux propos de Barthes (1964) qui dit que la problématique est de découvrir plus précisément les messages implicites (selon le type de message visuel), ce qui compte c'est la méthode à utiliser. On peut définir systématiquement

les différents types de signifiants co-présents dans le message visuel concerné et leur faire correspondre les signifiés qu'ils appellent, par convention ou par usage. La formulation de la synthèse de ces différents signifiés pourra être alors considérée comme une version logique du message implicite.

Pour ce type de méthodologie, Barthes estime qu'il est clair que l'interprétation ainsi proposée devra être relativisée par le contexte d'émission et de réception du message et qu'elle gagnera en plausibilité si elle est effectuée en groupe. Il signale que les points communs d'une analyse collective constitueront des « limites » plus raisonnables et plus vérifiables de l'interprétation, que celles des prétendues « intentions » de l'auteur. La recherche de la nature des différents éléments composant le message peut se faire par le procédé classique de la permutation, éprouvé en linguistique. Les deux principes de base étant celle *d'opposition* et de *segmentation*.

Pour Barthes, le langage visuel est différent, et sa segmentation pour l'analyse est plus complexe. Cela provient du fait qu'il ne s'agit pas d'un langage discret ou discontinu, comme la langue, mais d'un langage continu. Il n'est pas question pour Barthes d'évoquer l'historique des débats théoriques sur les fondements et la pertinence de la segmentation du langage visuel¹⁸. Mais, d'un point de vue méthodologique, il souligne encore une fois le principe de la permutation comme moyen de distinguer les différentes composantes de l'image. Pour lui, cela demande un peu d'imagination, mais peut se révéler très efficace

D'après Barthes (1964), le principe de la permutation permet de repérer une unité, un élément relativement autonome, en le remplaçant par un autre. Ainsi dit-il : cela demande donc que j'aie à ma disposition, mentalement, d'autres éléments similaires, mais non présents dans le message : des éléments substituables. Ainsi, je vois du rouge, et pas du vert, ni du bleu, ni du jaune, etc. Je vois un cercle, et pas un triangle, ni un carré, ni un rectangle, etc. Je vois des lignes courbes et pas des lignes droites, etc. Ce type d'association mentale permettant de repérer les éléments composant l'image (ici des signes plastiques: la couleur, les formes) s'étend à la distinction des différentes classes d'éléments: je vois un homme, et pas une femme, et pas un enfant, et pas un animal, et pas personne...; ses vêtements sont des vêtements de campagne, et pas de ville, et pas de soirée... (des signes iconiques : des motifs

¹⁸ Dans « *Cours de linguistique générale* » Saussure, 1915, (cf. bibliographie).

reconnaissables); il y a du texte écrit, et pas rien; il est noir, et pas rouge, et ainsi de suite... (des signes linguistiques: du texte).

Pour Barthes, ce type d'association mentale, qui aide à distinguer les différents éléments les uns des autres, a le mérite de permettre d'interpréter les couleurs, les formes, les motifs, *pour ce qu'ils sont*, ce que l'on fait relativement spontanément, mais aussi et surtout *pour ce qu'ils ne sont pas*. En effet, cette méthode ajoute à l'analyse simple des éléments présents celle du *choix* de ces éléments parmi d'autres, ce qui l'enrichit considérablement.

2.9. L'image comme message pour autrui

L'image est-elle toujours une forme autre du message construit et destiné pour autrui (en tant que destinataire ou récepteur du message). Par sa présence et son existence, l'image est structurée naturellement comme un message élaboré pour autrui, celui qui la visualise en tant qu'interlocuteur regardant l'image. La définition des objectifs, comme celle des outils de l'analyse de l'image, est des facteurs indispensables à sa pratique, mais ils ne sont pas les seuls. Cependant, deux autres considérations devront précéder l'analyse du message visuel: ce sont l'étude de sa fonction et de son contexte d'apparition.

2.9.1. Les fonctions de l'image

Joly (2015: 52) pose la problématique suivante : Pour considérer l'image comme un message visuel composé de différents types de signes, il faudrait la considérer comme un langage et donc comme un outil d'expression ou de communication. Qu'elle soit expressive ou communicative, on peut estimer qu'une image constitue en effet toujours un *message pour autrui*, même lorsque cet autrui est soi-même. C'est pourquoi une des précautions nécessaires à prendre pour comprendre au mieux un message visuel est de chercher pour qui il a été produit. Cependant, identifier le destinataire du message visuel ne suffit pas à comprendre à quoi il est censé servir. La *fonction* du message visuel est en effet, elle aussi, déterminante pour la compréhension de son contenu. Ainsi, pour distinguer le destinataire et la fonction d'un message visuel, il nous faut avoir des critères de référence. Dans ce sens, deux méthodes se proposent à nous et peuvent se montrer opératoires:

- La première consiste à situer les différents types d'images dans le schéma de la communication.

- La seconde à comparer les usages du message visuel à ceux des principales productions humaines destinées à établir un rapport entre l'homme et le monde.

2.10. L'image et la communication

Il convient de rappeler que les fonctions reconnues au langage verbal par Roman Jakobson (1963) ne sont pas sa seule propriété, mais que l'on peut les retrouver dans d'autres langages. On peut ainsi essayer de faire un classement des différents types d'images à partir de leurs fonctions communicatives. Cette classification, à examiner et critiquer au coup par coup, peut servir d'exemple des questions à se poser pour déterminer le cadre de l'analyse en message visuel.

Tableau 4. Les fonctions de l'image communicative

Fonction dénotative ou référentielle ou cognitive	Images d'identité, panneau routier presse, imagerie scientifique
Fonction expressive ou émotive	Esthétique, art
Fonction poétique	Esthétique, art, design, choix plastiques
Fonction conative (<i>du latin conatio = effort, tentative</i>)	Publicité, propagande, composition
Fonction phatique (<i>du grec phatis = déclaration, assertion</i>)	Décoration, habillage, mobiles

D'après Joly (2015: 54), cette classification n'est là qu'à titre d'exemple et montre à quel point elle est nécessairement incomplète et surtout très délicate (cite Bourdieu, 1965): certaines images sont difficiles à classer. C'est le cas pour les photographies de presse : elles sont censées avoir d'abord une fonction référentielle et cognitive, mais elles se situent en réalité entre fonction référentielle et fonction expressive ou émotive. Un reportage témoigne bien d'une certaine réalité, mais rend compte aussi de la personnalité, des choix, de la sensibilité du photographe qui le signe.

Dans une photo de mode, image implicative et donc conative, il est aussi possible de la fixer entre l'expressif, manifesté par « le style » du photographe, la poétique, manifesté par le travail des différents paramètres de l'image (éclairage, pose...), et le conatif, c'est-à-dire l'implication du spectateur, étant le potentiel futur acheteur.

D'autre part, il y a au moins une fonction que l'image ne peut pas avoir, sinon très difficilement, c'est la fonction métalinguistique. Celle-ci, qui consiste à « parler » de ses propres codes lui semble presque inaccessible, en raison de sa capacité assertive. En effet, l'image, même comparée au langage parlé par conformisme ou par commodité, en est cependant fondamentalement différente dans la mesure où précisément elle ne peut ni affirmer ni contester ou refuser quoi que ce soit, pas plus qu'elle ne peut se focaliser sur elle-même.

Aux yeux de Joly (2015: 55), la langue peut expliquer ce qu'est la construction positive ou négative d'une phrase, quelles en sont les marques et la nature des éléments qui entrent en jeu. L'image ne peut faire ce type de focalisation sur elle-même : elle ne peut tenir un discours métalinguistique. Même les tentatives qui ont été menées dans ce sens telle la peinture de tableaux monochromes cherchant à exalter la couleur pour la couleur, ou encore les collages exhibant les outils mêmes de la peinture (pinceaux, tubes de peinture), restent ambiguës. En effet, même accompagnés de légendes verbales directrices, ces essais ne peuvent juguler l'interprétation ni l'imagination du spectateur, tandis que l'énoncé d'une règle de grammaire, elle, cerne strictement son propos.

Elle enchaîne avec fonction langagière ou communicative de l'image:

« Une autre précaution à prendre, lorsque l'on cherche à déterminer la fonction langagière ou communicative de l'image, est de distinguer la fonction explicite de la fonction implicite, qui peut être fort différente. L'observation de l'usage du message visuel analysé, ainsi que de son rôle socioculturel, peut se montrer à cet égard très précieuse. C'est ainsi que le sociologue Pierre Bourdieu a pu montrer que la photo de famille¹⁹, dont la fonction semble de prime abord référentielle (untel à tel âge, la maison de famille, etc.) avait pour fonction essentielle de renforcer la cohésion du groupe familial, donc une fonction dominante plus phatique que référentielle. Ce détour par le rappel, à titre de modèle, des fonctions du langage, veut insister sur le fait que la fonction communicative d'un message visuel, explicite ou implicite, détermine fortement sa signification. Sa prise en compte est donc impérative dans une analyse d'image. »

¹⁹ Roland Barthes, « *La chambre claire* », *op. cit.*

2.11. De la valeur à la valorisation

Pour expliciter clairement les concepts de “valeur et valorisation”, nous allons nous référer pleinement à Dondero (2014) qui fait une parfaite synthèse de ces deux notions en se basant sur les *carrés sémiotiques* de Floch sur la photographie et ses pratiques. Pour commencer, elle avance une première question en renvoyant à Floch: Comment ne pas commencer un travail sur les valeurs des images, notamment les images photographiques, sans se référer aux travaux de Floch?

Elle poursuit en expliquant les *deux carrés sémiotiques* construits par Floch: Dans les formes de l’empreinte, le sémioticien français construit deux carrés sémiotiques, l’un concernant les *configurations énonciatives*²⁰ qu’il appelle « théories et esthétiques photographiques » (Floch, les formes de l’empreinte, p. 20). C’est le domaine des valeurs « intrinsèques » à l’énoncé visuel, les valeurs actualisées, l’autre concernant les pratiques d’usage et d’interprétation, ici les valeurs sont précisément pratiques et rendent pertinente la fréquentation des images, autrement dit les *valeurs réalisées*, ou encore les *valorisations*.

Maintenant, nous pouvons schématiser ainsi ces deux carrés sémiotiques en question de Floch:

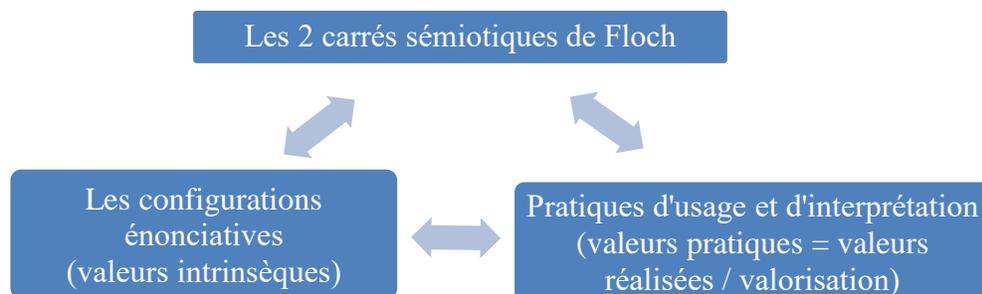


Figure 24. Les 2 carrés sémiotiques de Floch.

Dondero (2011) explique ainsi ces deux cas de figure sémiotique : Dans le premier cas, la catégorie projetée dans le carré concerne le rapport entre le langage (photographique) et la réalité : le carré met en scène l’opposition entre la conception constructiviste et la conception interprétative de ce rapport. La catégorie pertinente dans le deuxième cas est

²⁰ Comme cela apparaît clairement, la “praxis énonciative” est quelque chose qui permet d’expliquer les fonctionnements rhétoriques des pratiques langagières.

l'usage des images : photographie comme auxiliaire des arts et des sciences (moyen) vs photographie en tant qu'art à part entière (fin). Les deux carrés ont été utiles pour aborder certaines de réflexions sur la présence multiple des photos et sur leurs pratiques (cf. sémiotique de la photographie) (voir bibliographie).

Elle enchaîne avec *l'image photographique* en disant: C'est avec l'image photographique que les utilisations d'images se sont multipliées : la peinture, le dessin, la gravure ont toujours montré une existence spécifique relative à l'appréciation esthétique dans le monde de l'art issu de valeurs affectives. Aussi, si la *peinture* ne contient pas une *valeur artistique*, elle peut éventuellement présenter des valeurs décoratives et être appréciée dans la vie privée à l'intérieur des habitations (comme par exemple les portraits des ancêtres). En fait, si la *pratique artistique* vise une appréciation collective de haut niveau – l'œuvre d'art est patrimoine de l'humanité –, les décoratives et affectives concernent par contre des groupes limités, la famille, la parenté, la lignée, pour lesquels les valeurs en jeu ne concernent donc pas un goût particulier, ni des choix esthétiques, mais plutôt des *valeurs socio-culturelles et traditionnelles* de naissance.

Par la suite, elle précise que les *peintures* comme les *gravures* peuvent toujours être utilisées dans les documents de mœurs et de coutumes... Quelques exemples montrent un fait essentiel et intéressant : c'est bien la *photo* qui a ouvert la voie à une multitude d'utilisations sociales selon la pratique artistique comme par exemple la photo d'identité. Dans son carré portant sur les *pratiques d'usage et d'interprétation* des photos, Floch propose quatre utilisations possibles de la photographie. Avant tout, il distingue entre une utilisation qui valorise la photographie en tant que moyen, comme instrument visant une fin ultérieure, et une « non- utilisation » qui valorise la photo comme une fin en elle-même, ou comme un *objet d'observation*.

Dondero (2014) prétend qu'on obtient ainsi deux *valorisations contradictoires*:

Des valeurs d'usage dont l'image est utile comme document, preuve, témoignage, souvenir, opposées à des valeurs de base dont l'image est contemplée par sa beauté et par les correspondances qu'elle peut englober entre des univers opposés comme la vie et la mort. Il s'agit en conséquence de mettre en opposition des valeurs pratiques et des valeurs utopiques.

Shématisons ainsi ces deux types de valeurs opposées :

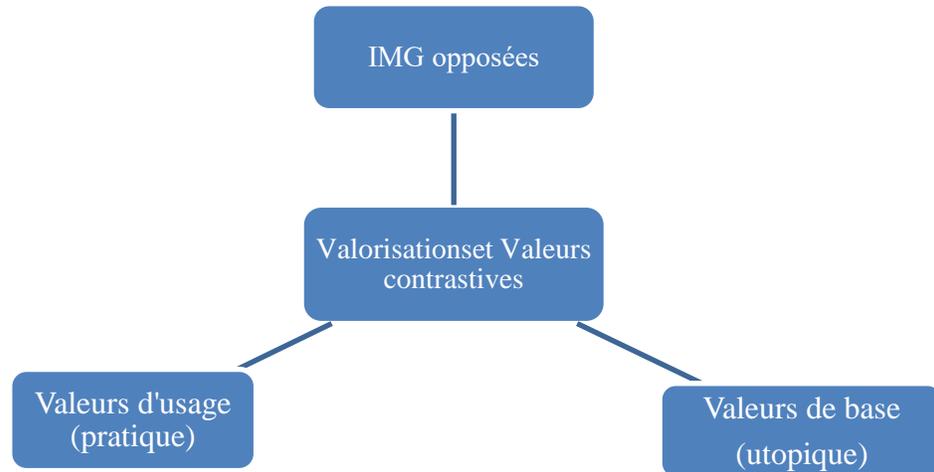


Figure 25. Les 2 valorisations contradictoires de l'image

Floch (2015) ajoute que les premières valeurs concernent plus les historiographes qui considèrent la photo comme une *image-témoignage*, et les deuxièmes par les artistes qui traitent l'image à la manière d'une œuvre. Cela dit, Dondero se demande si Floch ne confond pas ici la catégorie des producteurs d'images avec celle des usagers : les artistes sont bien entendu de bons destinataires d'images-objets de contemplation, mais ils en sont surtout les producteurs.

Par ailleurs, elle (2015) suggère qu'il faut se demander si les *valeurs utopiques* de l'artiste sont les mêmes que celles des observateurs (non-artistes) des œuvres d'art. A ce propos, elle propose de distinguer les deux systèmes de valeurs : les artistes produisent des valeurs utopiques permettant la réflexion sur la vie, la mort, l'amour, les *valeurs économiques et éthiques*, etc. qui peuvent être partagées par les non-artistes, mais l'artiste a aussi des objectifs par rapport à l'histoire de l'art, aux travaux de ses collègues et à sa communauté limitée. Ce qui revient à dire que créer la nouveauté, dépasser le déjà vu, mettre en scène sa virtuosité, etc., ce n'est pas forcément partagé par les « usagers » des objets d'art. Si finalement les valeurs utopiques sont peut-être partageables, les deux communautés ont des objectifs bien différents, et d'ailleurs les marchands d'art utilisent la photo à la manière des historiographes, comme « moyen » et pour des objectifs ultérieurs. « Ce qui veut dire en somme qu'il y a image et "image" ; ses diverses valeurs déterminent sa valorisation. Il faut bien entreprendre le processus allant de la valeur (ou plutôt des valeurs au pluriel) vers la valorisation indiquée dans le sous-titre de cette partie. »

Voici le schéma qui illustre le processus de l'image entre valeurs et valorisation :

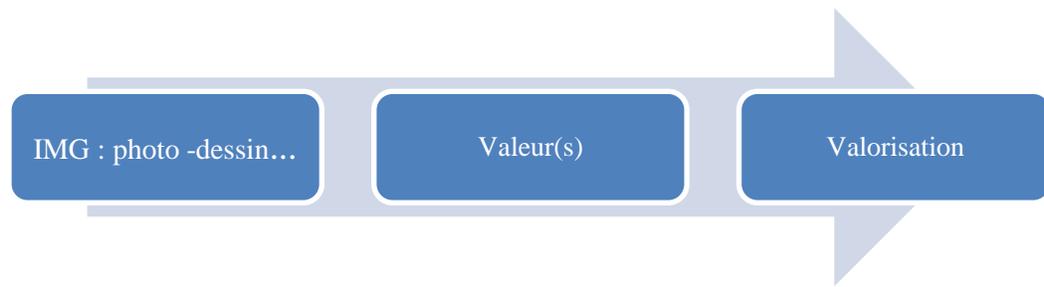


Figure 26. Processus de l'IMG : Des valeurs à la valorisation

Floch (2015) poursuit son observation de la catégorie examinée – le rôle de l'image à l'intérieur du programme narratif (d'un producteur ou d'un usager) – en niant par contradiction les valeurs utopiques et en les inversant en des valeurs qu'il appelle « critiques » : La photographie serait dans ce cas valorisée par sa technique en tant qu'épreuve, et deviendrait un exemple de sa technologie médiatique. Ceux qui en font usage sont appelés « bricoleurs » : il s'agit d'utilisateurs qui empruntent des techniques à des univers sémiotiques hétérogènes et qui les assemblent, les recatégorisent dans la perspective d'un autre discours, soumis à d'autres axiologies. A ce propos, Dondero se pose la question suivante : Dans quel sens les bricoleurs se situent-ils dans une position de contradiction par rapport aux artistes ?

Il s'agit sans doute du fait que l'artiste est considéré comme quelqu'un qui dépasse la technique pour poursuivre des valeurs idéales et qui n'agit pas d'un bricoleur, mais d'un créateur qui n'emprunte rien à personne, et qui crée d'emblée. Pour Floch (2015), le bricoleur fait toujours un travail de « deuxième main », vient après quelqu'un d'autre, il est malin et il utilise du déjà fait : mais l'artiste ne ferait-il pas de même ? En niant encore par contradiction les valeurs d'usage, on obtient les valeurs ludiques : Floch identifie une photo faite par et pour les « amateurs » : il s'agit de la pratique de la photographie-loisir.

Ce dernier propos de Floch (2015) est critiqué par Dondero qui juge qu'elle confond à nouveau les utilisateurs avec les producteurs; si les historiens sont surtout des récepteurs de photo, les artistes sont non seulement des utilisateurs, mais surtout des producteurs. A ses yeux, les photographes de loisir sont des preneurs de vue plutôt que des utilisateurs de ce genre de photos. Les bricoleurs sont aussi des producteurs plutôt que des observateurs. Il faut bien remarquer, d'après Dondero, que souvent les *pratiques de production* et *de réception* ne concernent pas une seule catégorie d'acteurs sociaux : lorsqu'on identifie des pratiques comme appartenant à un domaine, il faut tout de suite reconnaître que, dans l'échange entre

interprétation et production, ces pratiques échappent à ce même domaine et construisent des liens entre domaines différents.

D'après Dondero (2007: 21-38), ce schéma peut être utile comme point de départ pour investigation sur les *valeurs* que les images assument dans les domaines sociaux auxquels elles appartiennent. Elle affirme par la suite que Floch prend en considération *quatre types d'usage*, mais pas forcément quatre domaines sociaux identifiables. À part les domaines de la documentation et de l'art, les deux autres pratiques sont plutôt transversales: celle du divertissement d'amateur – centrée non pas sur du véritable plaisir esthétique, mais plutôt sur le jeu de l'*expérimentation*, du faire et du défaire, de l'essai, du ratage, du rattrapage, comme dans la pratique de la photographie touristique ou de famille – et celle des techniques et de la démarche technologique. Cette dernière est faite de plusieurs expériences, essais, etc. (Calvino, 2001: 74 – 89).

Elle considère que si les deux premiers systèmes de valeurs mis en acte dans des pratiques « correspondent » à deux domaines sociaux, celui de la recherche historiographique d'une part et celui de l'art d'autre part, il semble plus difficile d'identifier les domaines qui concernent le loisir et la technique : l'institutionnalisation de ces pratiques est moins rigide et ne possède pas de lieux prévus comme le sont d'ailleurs l'archive et le musée dans le cas des pratiques de documentation et d'art. Si l'archive et le musée sont des lieux de concentration des pratiques possibles et des pratiques interdites, les loisirs et la technique sont des pratiques qui ne possèdent pas forcément des lieux préfixés pour leur déploiement.

Elle enchaîne en donnant l'exemple de valorisation des images de loisir : Prenons la rue par rapport aux touristes : la rue est un lieu de pratiques hétérogènes qui se croisent et se dispersent ; dans un musée et dans des archives, en revanche, le nombre et le type de pratiques sont limités, et spécifiés par des acteurs qui ont des rôles thématiques et des objectifs précis. On pourrait en tout cas identifier le domaine privé de la famille et des cercles d'amis comme le domaine de *valorisation des images de loisir* qui ont lieu dans des endroits publics comme dans des endroits semi-privés telles que les habitations.

Pour elle, en photographie-technique, il est cependant plus difficile d'identifier un domaine institutionnalisé de *valorisation* car le travail sur la technique dépasse les cloisons des domaines sociaux : la technique est d'une certaine manière un outil transversal, car elle ne fonde pas elle-même des *valeurs autonomes* : elle se lie plutôt à la pratique générale de

l'expérimentation. La figure du scientifique, que Floch (2015) ne prend pas en considération, apparaît comme médiatrice, car elle associe les valeurs pratiques aux valeurs critiques de la technologie : les bricoleurs de Floch autant que les scientifiques travaillent tous deux par essais, par approximations et par ajustements. Selon Dondero, il faut bien sûr distinguer, à l'intérieur de la catégorie des scientifiques, les chercheurs (producteurs d'un savoir exclusif), des collègues d'une même communauté (récepteurs de ce savoir exclusif), des vulgarisateurs (producteurs de savoir pour une société large) ainsi que des récepteurs de la vulgarisation.

Dondero (2014) fait une considération sur la pratique de l'expérimentation : Si la *pratique de l'expérimentation* caractérise la catégorie des bricoleurs ainsi que celle des amateurs, elle caractérise également les pratiques scientifiques et artistiques : ces dernières sont également caractérisées par l'essai, le ré-essai, la mise à l'épreuve, le recommencement, l'erreur, etc.²¹

L'artiste part lui aussi d'hypothèses, mais la procédure de fabrication est souvent cachée, sauf quand, comme dans le cas de l'art contemporain, la procédure de fabrication de l'objet ne se distingue pas de l'objet lui-même et fonctionne comme œuvre d'art. Sur les valeurs esthétiques des images scientifiques et les échanges entre valeurs de l'art et valeurs de la science.

L'expérimentation apparaît ainsi comme la pratique qui traverse les domaines. Ce qui différencie ces types d'expérimentation, ce n'est pas forcément *l'acte de production*, mais le sens à donner au produit fini : *la raison et les objectifs*. Si l'expérimentation dans le monde de l'art sert surtout à tester et à dépasser les limites de la créativité humaine, de l'intelligence et du savoir-faire, dans le cas des sciences, l'expérimentation se pose aux fondements de la validité de chaque nouvelle démarche.

Elle (2014) poursuit avec le cas de la *technique* en disant : Dans le cas de la technique, l'expérimentation vise à tester et à élargir les possibilités de mesure, de transformation des matières, etc. Dans le cas de la *photo-loisir* et des amateurs, il s'agit d'une expérimentation non seulement ludique, qui vise à la démultiplication de soi-même en différents rôles identitaires, mais également esthétique et technologique. L'historiographe serait-il exclu de cette pratique de l'expérimentation par le fait qu'il connaisse son chemin mieux que les

²¹ cf. Anne Beyaert-Geslin, Maria Giulia Dondero, Arts et sciences: Approches sémiotiques et philosophiques des images.

autres, qu'il connaisse son point de départ et son point d'arrivée et utilise l'image comme un témoignage, dont il est sûr du parfait fonctionnement ? Y aurait-il de l'expérimentation chez l'historien aussi, dans les actes d'élection des images-témoignages et des images-documents ?

Ensuite, elle se réfère encore une fois à Floch en prononçant la citation suivante : Floch ne se pose pas le problème de la validité scientifique du travail de l'historiographe, qui est considéré comme quelqu'un qui valorise dans une image sa *fonction de témoignage et de preuve* de quelque chose: Pourtant, dans les sciences, notamment dans les sciences humaines, chaque témoignage est censé construire une *argumentation*, voire une *démonstration*: Le témoignage est ainsi toujours dirigé vers le temps futur, donc soumis à des critères de validité et de pertinence qui sont expérimentaux. Le scientifique de laboratoire n'utilise d'ailleurs pas l'image comme témoignage de quelque chose de déjà donné, mais comme un *moyen de visualisation* en vue d'une meilleure efficacité de la *schématisation des données* ou comme terrain de travail.

2.11.1. Relation entre valeur et valorisation

Dondero (2014) évoque le rapport du *carré des usages* avec le *carré des esthétiques* photographiques chez Floch: Floch propose une autre opposition, en dehors de celle des valeurs d'usage et des valeurs utopiques, qui ne dérive plus de l'approche des pratiques d'utilisation, mais du rapport entre langage photographique et réalité. Ce rapport se joue précisément entre une conception interprétative – par son *discours*, l'homme s'attache à interpréter le sens du monde et ses valeurs – et une conception constructiviste. Les choses sont connues en tant qu'elles sont construites par les discours. À la première option correspondrait une photographie référentielle, et sa négation par contradiction concernerait une photographie dénommée oblique: La première viserait à attirer le spectateur à un discours du monde indépendant de celui de la photographie, tandis que la deuxième, obtenue par négation de l'idéal de la référentialisation, est décrite comme une photographie privilégiant le paradoxe, le double sens, le décalage et qui met au centre de sa représentation l'image elle-même, sa construction, sa rhétorique, ainsi qu'une réflexion sur son *énonciation*.

Ce qui est surprenant pour Dondero (2014) c'est que les deux types de photographie et de valeurs mis en avant sont également exemplifiés par des photos que nous considérons aujourd'hui comme artistiques : Celles de Lartigue et de Steichen dans le cas de la photo

référentielle et celles de Doisneau (Le pont des Arts) et de Cartier-Bresson (Les Arènes de Valence), ainsi que celles des surréalistes dans le cas de la photographie oblique. Ce qui peut surprendre est le fait que *l'image référentielle* est exemplifiée par Floch par un type de photo en blanc et noir, très stylisé, ayant sa place dans le monde de l'art.

Dondero (2014) prétend que Floch a pour seul statut de référence des photos le *statut artistique*, même quand il s'agit d'illustrer un type de photographie qui ne vise qu'à produire un effet d'illusion référentielle. Plutôt que de tenter de construire des rapports ou des combinatoires entre les *pratiques de valorisation* et les *valeurs discursives* des images, Floch préfère, un peu en contradiction avec lui-même, limiter le terrain d'investigation aux pratiques artistiques. Cette stratégie est utilisée également dans la caractérisation des valeurs des deux autres positions catégorielles dans le carré : La *photographie oblique* implique l'activité constructive de la photographie mythique, opposée à la photo référentielle. Cette troisième position est caractérisée par une mise en correspondance de deux mondes inconciliables (vie-mort, nature-culture, etc.) selon le fonctionnement lévi-straussien des mythes. Les exemples proviennent encore du monde de l'art, de photographes tels que Brandt et Boubat. La photographie substantielle, produite par négation de la photographie mythique, est également exemplifiée par des artistes tels que Evans ou Strand dont les produits s'orientent vers « le degré zéro de l'écriture » et l'effacement de l'intervention du photographe (cf. Valeurs : aux fondements de la sémiotique):

Elle (2014) poursuit ainsi ses considérations sur les propos de Floch en disant : Outre son indifférence pour les *autres statuts de l'image* (statut scientifique, publicitaire, éthico-politique, dévotionnel, etc.), Floch ne différencie pas ces deux carrés sémiotiques, selon une distinction qui nous paraît pourtant évidente : Dans le premier carré, il s'agit de pratiques et d'usages (praxis énonciative et valorisations), dans le deuxième il est question de *stratégies discursives* (énonciation énoncée et valeurs). Floch (2015) paraît dissocier les deux carrés en tant que schématisations provenant de *deux oppositions catégorielles* différentes, mais il ne se focalise pas sur le fait que ces deux oppositions concernent deux niveaux de *pertinence sémiotique* différents: La pratique et l'énoncé qu'on pourrait catégoriser à la suite du modèle des pratiques de Fontanille. La mise en relation des deux carrés aurait pu amener Floch à se poser des questions sur les *esthétiques privilégiées* dans chaque domaine pris en considération : Est-ce que le domaine de la publicité et du marketing utilise plus souvent

l'esthétique référentielle ou l'esthétique mythique ? Est-ce que le domaine de la documentation privilégie toujours les images visant le *degré zéro de l'écriture* ou peut-il aussi s'appuyer sur des images mythiques? Il y a plus généralement une correspondance entre les esthétiques langagières et les pratiques?

Selon l'opinion de Dondero (2014), Floch semble nier la pertinence de cette relation entre les deux carrés et ne se montre pas gêné d'utiliser le *monde de l'art* comme l'unique point de référence de ses quatre esthétiques, après avoir plaidé pour une *sémiotique des usages multiples* et pour le dépassement de l'idéologie de tradition peircienne qui réduit la photo à une seule pratique, devenant forcément une idéologie. Par exemple, il semble que la photographie référentielle concerne l'esthétique qui devrait convenir à un domaine généralement décrit comme « documentaire »: A l'encontre des photos de statut artistique, les photographies valorisées comme documents rendent toujours pertinente la question de l'authenticité. La *valorisation pratique* rend l'enquête sur la genèse de l'image pertinente et même nécessaire pour en comprendre l'efficacité, ce qui n'est pas du tout, pour elle, nécessaire afin de juger de l'efficace esthétique d'une image artistique.

Dondero (2014) continue en donnant un exemple de photo : Dans son analyse de la photo de guerre, Beyaert-Geslin dans « l'image préoccupée » montre en fait comment l'investigation sur l'authenticité est capitale pour pouvoir évaluer la dimension éthico-politique d'une photographie. C'est précisément l'attestation de l'authenticité qui permettra à la photo, ainsi qu'au photographe, de devenir des modèles et des incarnations des *valeurs de l'humanité* : Le courage et le sacrifice dans le cas de la photo de guerre. Dans le cas du reportage de guerre, l'analyse des esthétiques photographiques et des valeurs énoncées ne peut pas suffire. Par exemple, les « preuves plastiques » de la difficulté de la prise de vue ne suffisent pas à attester la justification de la photo : Dans les photos bien connues de Robert Capa de la guerre espagnole, la scène dangereuse est signifiée par une *sous-information figurative* qui est balancée par une sur-information plastique.

Selon la conviction de Dondero (2014), le *plan de l'expression* fournit peu de détails de l'événement, car c'est l'empreinte corporelle de l'énonciateur qui est censée être au centre de l'image : Son corps en danger, très proche du danger, est signifié sous la forme des points texturaux et des formes floues à effet obscur. L'événement photographié est représenté comme un obstacle à l'énonciation photographique. Face à ce type de photo, il convient de

se demander s'il faut les entendre comme des autoportraits d'une vie mise au service d'une cause collective ou s'il peut plutôt s'agir d'une construction préfabriquée du photographe ou du produit de retouches postérieur qui ne visent qu'à être vrais sans pour autant s'appuyer sur un véritable sacrifice. Selon son point de vue, la seule garantie qu'on puisse finalement identifier dans un tel domaine, c'est l'éventuelle blessure sur le corps du photographe : Elle serait la seule preuve véritable d'un engagement éthique de la part du photographe qui puisse légitimer une photo de ce genre en tant que photo authentique d'un sacrifice corporel. Le corps blessé du photographe devient ainsi la seule surface d'inscription de l'événement qui puisse relever d'une prise authentique: On voit que de cette façon la *configuration plastique* de l'image perd toute sa nature; elle ne fonctionne que comme un indice d'authenticité, comme un questionnement qui nous demande d'aller voir ailleurs pour vérifier.

Par la suite, Dondero (2014) parle également du *changement de statut* d'une même image avec le propos suivant: Une même image photographique peut certainement passer d'un statut documentaire à un statut artistique: Une photo de dénonciation peut continuer à fonctionner comme témoignage politique même si elle est exposée dans un musée, et peut ne pas perdre sa force éthique même à l'intérieur d'une grille interprétative qui rend surtout effectifs les *jeux métalinguistiques* et les *valeurs plastiques*. A ce propos, elle avance le questionnement suivant: Mais quelle relation établir entre ces deux pratiques de lecture et les contraintes langagières? La relation entre les *configurations énonciatives* et les *pratiques réceptives* est-elle déterminée par des règles ou existe-t-il une arbitrarité totale de la combinatoire? Toutes les images se prêtent-elles à être assumées sous un statut artistique et, vice-versa, les images constituées comme exemptes de tout objectif historique ou documentaire peuvent-elles devenir témoignages, ne fût-ce que de leur technique photographique?

Ensuite, il faut essayer de comprendre quelles sont les *valorisations* que mettent en avant les usages établis dans le domaine de l'art. Elle suggère qu'il faut à ces fins se baser sur un *niveau de pertinence sémiotique* intermédiaire entre les énoncés et les pratiques, entre l'énonciation énoncée et la praxis énonciative, soit sur le niveau de l'objet. Contrairement à la peinture, dans le cas de la photographie, la question de l'objet ne concerne pas seulement les dispositifs éditoriaux et d'exposition, mais s'étend à ses tirages multiples et à la construction et modulation de la valeur d'original.

Dans la suite, elle fait des réflexions sur la conception de *l'image dans l'énonciation* en établissant un rapport entre les concepts "*image, énoncé et énonciation*": En hiérarchisant l'énoncé, l'objet et la pratique, on peut repérer quatre types de modulation de l'énonciation: 1) l'énonciation énoncée dans l'énoncé-image, 2) l'énonciation présupposée par l'énoncé, qui est réalisé par le support-objet (et qui à son tour présélectionne le type d'interaction énonciative prévisible et / ou future), 3) les empreintes énonciatives déposées sur l'objet et qui témoignent des énonciations-usages réalisées dans le passé, 4) les énonciations en acte qui sont manifestées au cours de la pratique. Les types d'énonciation s'enchaînent ainsi en une hiérarchie: Ce qui était seulement présupposé comme actuel à un niveau, se manifeste à un niveau supérieur comme observable et cela, grâce à un processus allant de la virtualité des possibles à la réalisation des usages. Elle fait le point en disant que le niveau de l'objet est donc un niveau qui permet de faire des hypothèses sur les pratiques qui pourraient se réaliser.

2.11.2. Considérations générales

Dondero (2014) fait le point sur les *valeurs dans les images* (énonciation énoncée) et les *valorisations des images*, notamment de statut artistique, mais également éthico-politique et religieux (praxis énonciative), en tentant de caractériser les *questions théoriques* qui lient la théorie sémiotique contemporaine aux théories de la photographie. Elle a tenté de faire dialoguer les avancements de la sémiotique des pratiques avec les problèmes posés par un médium aussi précaire et instable en termes de statuts sociaux que la photographie. Elle a ensuite caractérisé ces statuts au travers des propositions de Schaeffer ainsi que de Goodman. Si elle a pu établir des distinctions entre les statuts pris en considération concernant la valorisation de l'original, de l'authenticité, des différents tirages, il faudra poursuivre, d'après elle, la recherche sur la question de pratiques d'utilisation in vivo des acteurs sociaux (énonciation en acte) afin d'étudier la manière à travers laquelle les *pratiques quotidiennes* se stabilisent et s'institutionnalisent dans ces mêmes statuts.

2.12. Pouvoir et force des images

Selon Joly (2015: 138), l'analyse du texte et du traitement de la photographie met en évidence toute la subtilité et la force de sa nature, comprise entre la trace, le temps, la ressemblance et la convention. Cette circularité est toujours présente dans l'image, même non

photographique, et cette spécificité de l'image contribue sans doute au fait qu'on lui attribue plus de « pouvoirs » qu'à d'autres moyens de communication.

Concernant la signification du mot « pouvoir », nous jugeons utile de donner la citation suivante de Joly (2015: 138 – 139):

Toutefois, il s'agit d'abord de définir ce que l'on entend par « pouvoir ». Si l'on comprend cela dans le sens de « puissance » ou « d'autorité » comme dans l'expression le « pouvoir d'un chef », ou si l'on comprend cela dans le sens de « avoir la possibilité » ou une « propriété » particulière comme le « pouvoir nutritif » d'un aliment. Il est clair que la plupart du temps, lorsqu'on évoque le pouvoir des images, on évoque plutôt la puissance ou l'autorité des images, sous-entendant qu'elles ont du « pouvoir » sur nous qui les regardons et les utilisons, qu'elles nous « contrôlent », d'une certaine manière. En réalité elles n'ont d'autre pouvoir que celui d'être vues et/ou regardées. Elles n'ont pas d'autre pouvoir, quoi qu'on en dise, car les images n'ont ni intention, ni volonté. Elles n'ont pas plus de pouvoir que tout autre objet du monde, un verre d'eau par exemple, qui peut ou non être bu, mais n'exerce pas pour autant d'autorité sur nous et notre comportement. Les images sont là, parmi nous, comme les autres objets du monde et nous, nous et non « elles », pouvons ou non les regarder, les utiliser ou les manipuler, tout comme nous pouvons ou non, selon notre volonté et non celle du verre, boire l'eau qu'il contient.

Cependant, elle (2015: 139) affirme que depuis l'Antiquité, certains attribuent aux images un *pouvoir spécifique*: les textes et les paroles n'ont pas ce pouvoir supérieur en efficacité. Voici ce qu'elle dit à propos de ce *pouvoir dominante* de l'image au niveau de la pensée :

Le pouvoir d'agir sur les pensées et les actes de leurs spectateurs, en dépit même de leurs opinions ou de leurs choix personnels. Le pouvoir des images serait celui de l'abus ou de la manipulation, généralement comprise comme une orientation cachée des esprits et des comportements, et cela dès le plus jeune âge de leur spectateur. Pouvoir et influence seraient ainsi étroitement mêlés dans l'esprit des critiques comme des consommateurs d'images, l'influence étant d'autant plus forte, d'ailleurs, qu'elle serait mauvaise et s'exercerait sur un public plus jeune.

Joly (2011) dans « l'image et les signes » avance cette considération intéressante concernant les autres types de *pouvoirs de l'image* depuis l'histoire de l'humanité jusqu'à nos jours:

«Pour donner suite aux pouvoirs magiques ou religieux attribués aux images préhistoriques, les Anciens, dans l'Antiquité occidentale, l'ont prise en compte pour l'éducation des jeunes gens, pour son lien avec les ancêtres et les âmes des morts, tandis qu'elle a nourri des problématiques religieuses des plus contradictoires, du polythéisme au monothéisme, et ce jusqu'à nos jours. Pour le révolutionnaire, elle serait un instrument privilégié pour former « l'homme nouveau » ; pour le colonisateur, elle serait un instrument privilégié pour contrôler, former, informer « l'indigène » ; pour l'éducateur, elle serait un instrument privilégié pour instruire et former « l'élève » ; pour le politique, elle serait un instrument privilégié pour convaincre ses partisans, exercer sa propagande atteindre « l'analphabète » ; pour le commercial, elle serait *un* instrument privilégié pour convaincre « le consommateur » ainsi de suite. De la préhistoire à nos jours, on prête

ainsi à l'image des pouvoirs magiques ou persuasifs particuliers, au point de l'invoquer, de la recommander ou de la craindre, ce qui au bout du compte revient au même.

Elle prétend que le point commun de tous ces types d'images, si différents en apparence, est que l'on suppose *a priori* que les images « par nature » possèdent un pouvoir « naturel » de séduction, et que par conséquent elles seront plus efficaces qu'une injonction orale ou qu'un discours verbal. D'autre part, elle (2015: 140) pose la problématique suivante et la reformule ainsi par la suite:

Mais le plaisir et la séduction relèvent-ils du pouvoir ? Plaisir et séduction relèvent plutôt du bien-être, c'est-à-dire d'un « état », plutôt que d'un « faire » ou d'une action, mêmes potentiels. Il n'y aurait « pouvoir » qu'en second lieu si, parce que l'image séduit et « plaît », elle mettrait son spectateur dans un état d'aise qui, par « nature », affaiblirait sa faculté de jugement et de gouverne de sa propre conduite. L'état « imagique » (pour répondre à l'état « filmique » étudié par Christian Metz)²² serait un état d'irresponsabilité, car le bien-être induirait un abandon de la réflexion et de la faculté de décision. Néanmoins, dans l'imaginaire critique, il ne détournerait pas totalement de l'action. L'heureux état « imagique » conduirait au contraire le spectateur à agir, mais sous influence, à agir comme l'image le lui suggérerait implicitement, de façon sournoise.

Afin de démontrer que les images sont en particulier des outils d'expression et de communication, elle (2015: 141) prétend que de façon plus prosaïque et concrète, il nous faut reconnaître que les images ne sont que des outils d'expression et de communication et qu'elles peuvent être utilisées par des menteurs comme par des personnes honnêtes, par des manipulateurs comme par des non manipulateurs. Dire que « l'image ment » ou que l'image « manipule » c'est confondre l'auteur et le texte, l'intention de l'auteur et l'intention de l'œuvre et, surtout, c'est oublier l'intention du spectateur.

Au sujet de l'efficacité de la communication visuelle et la communication verbale et gestuelle, Joly (2015: 141) souligne le propos ci-dessous en adoptant une approche comparative :

Sans partager ces présupposés aussi abusifs que fréquents, on ne peut nier une certaine efficacité de la communication visuelle, l'efficacité ne lui étant pas pour autant exclusive. La communication verbale ou gestuelle aussi produit ses effets. Mais à quoi tient alors ce que Daniel Bougnoux (1991) appelle « l'efficacité iconique » ?²³ Pour lui, celle-ci viendrait du fait que l'image est un intermédiaire entre trace et symbole, entre fusion et abstraction, entre le magma primaire fondateur et la séparation nécessaire du symbolique. On peut aussi lier cette efficacité à la plasticité du langage visuel, à la fascination de la ressemblance, à la force de la reproduction et de la répétition. Mais c'est le spectateur ou le commentateur qui s'attarderont, selon leur propre perspective sur telle ou telle de ces étapes et en fonction du support, de technique ou du contexte de l'image.

²² Cf. *Le signifiant imaginaire*, UGE, 1977.

²³ « Destin de l'image », *Nouvelle Revue de psychanalyse* n° 44, NRF, Automne 1991.

Au fond, il faut avouer que le pouvoir est un trait caractéristique de l'image. A ce titre, Joly (2015: 142) note qu'il est tout à fait naturel de prétendre que l'image détient un pouvoir, ou des pouvoirs, intrinsèques et captateurs. L'image du pouvoir colossal qui influence les esprits et les comportements, révèle plus une crainte qu'une constatation, et relève plus de l'imaginaire que du réel, ainsi que du désir de contrôler et de surveiller plus que de la capacité d'accueillir et de relativiser le message visuel. Attribuer ce pouvoir à l'image, c'est sans doute transférer sur elle le pouvoir fantastique du « tout voir », « tout contrôler », pouvoir qui passe donc par le regard. Car le pouvoir n'est pas dans l'image, mais dans l'œil de celui qui regarde, c'est-à-dire dans l'*imagination*, la *représentation* et la *perception* que le spectateur donne à son regard. Ce qui nous renvoie d'office à la *caractérisation de subjectivité* tant de l'image que du récepteur.

Au niveau du rapport « image-réalité » Joly (2015 : 143) ajoute le propos ci-après :

Il existe cependant, dans la quotidienneté la plus banale, une complexité de l'interaction *image/réalité*. Nous sommes tout autant constitués de souvenirs d'images auxquels l'expérience nous renvoie, que de souvenirs d'expériences personnelles auxquelles les images nous renvoient. La lecture attendue de l'image nécessite que sa fonction fût de renvoyer à la réalité dont elle serait une représentation. Dans ce cas c'était la réalité qui renvoyait à l'image, la réalité qui devenait le signe d'une image, et non plus l'inverse. On peut donc parler ici d'une certaine réalité de l'image, car tout image pourrait avoir plus ou moins une part de la réalité.

Par la suite, elle (2015 : 143) tente de comparer la complexité de ces deux notions « image-langage » en évoquant les concepts « le symbolique, le réel et l'imaginaire ». Voici sa formulation sur la question dichotomique « image-réalité » et « image-langage » :

Si l'interaction *image/réalité* est constante, elle se complique aussi, comme le langage, du jeu entre le symbolique, le réel et l'imaginaire. Sa survie même se fait par l'intermédiaire des mots et du langage parlé ou écrit. Les mots et les images se relaient, interagissent, se complètent, se commentent, s'annoncent et s'éclairent mutuellement avec une énergie vivifiante. Loin de s'exclure, les mots et les images se nourrissent et s'exaltent mutuellement. « L'image traverse les textes et les change ; traversés par elle, les textes la transforment. ». Ce que nous lisons ou entendons à propos des images, la façon dont la littérature, la presse, les médias ou encore la signalisation se les approprient, les triturent et les présentent, détermine nécessairement l'approche que nous en avons.

C'est ce que rappelle Louis Marin (1993) dans son ouvrage « Des pouvoirs de l'image » consacré à une réflexion sur l'image et ses « pouvoirs ». C'est en effet à partir des textes littéraires que le théoricien de l'art propose de définir l'image, « en interrogeant ses vertus, ses forces latentes et manifestes » plus que son être. Pour Louis Marin, en effet, « L'être de l'image, en un mot, serait sa force. » Et cette force, c'est dans les textes « que l'on

nomme depuis quelques siècles littérature » que l'on peut la lire, l'analyser. Quant aux « pouvoirs » supposés de l'image, Marin (1993) les considère comme une « fiction théorique » ou encore comme « une hypothèse métapsychologique » de l'accomplissement imaginaire du désir (de pouvoir) du sujet, celle d'une « image fantastique dans laquelle le sujet se contemplerait absolu ». On comprend alors comment ce désir peut provoquer en retour une peur ou une crainte des images comme de leurs pouvoirs supposés. Au bout du compte, on constate que les images n'ont comme « pouvoirs » majeurs que ceux que leurs spectateurs leur attribuent teintés de la peur de soi-même qu'elles peuvent susciter.²⁴

2.13. L'image et sa performativité

Dans l'objectif de pouvoir refléter de façon claire la question de *performativité de l'image*, nous allons consulter davantage l'œuvre de Wirth (2013: 83-99) intitulée « Qu'est-ce qu'une image? ». Cette partie concernant la notion de performativité sera donc en grande partie consacrée à la synthèse de notre lecture profonde du dernier chapitre de cet ouvrage en question. Notons bien que nous ne changerons pas ici les propos et constats de Wirth afin de ne pas déformer l'homogénéité du texte. Selon Wirth (2013 : 83), pour s'interroger sur la *performativité de l'image* sans se perdre dans les moindres détails inutiles, il convient de se poser ces deux questions fondamentales et d'y apporter les réponses, mais en revanche il souligne à haute voix que ce n'est pas si simple que l'on pourrait prétendre:

a) Est-il possible d'adapter les théories pratiquées aux actes de langage dans l'étude des valeurs de l'image?

b) Si oui, comment et dans quelles modalités de pratique?

2.14. L'image et la signification

Selon Joly (2011: 95), l'approche de *l'image comme signe visuel* permet de mieux comprendre sa spécificité en tant qu'*outil de communication*, d'expliquer certains types de traitement et de fonctionnalité dans sa pratique, et d'envisager le type de relation qu'elle entretient en rapport avec la « réalité ». Pour exposer cela clairement, l'auteur note l'utilité d'aborder quelques *moyens sémiotiques* pour entreprendre l'étude de la *signification par*

²⁴ Cf. Martine Joly, « Pouvoir des images ou peur des images ? », in *Les Pouvoirs des images*, Figures de l'art 11, Revue d'études esthétiques, PUP 2004.

l'image fixe. Sur ce sujet, elle estime l'importance d'explicitier quelques points essentiels notamment à propos de la *lecture* de l'image. Nous comprenons ici le terme « lecture » comme le commencement de l'analyse en tant que *lecture profonde* et analytique.

2.14.1. L'image est-elle polysémique?

Pour Joly (2011: 95), dire que l'image est polysémique est avant tout une question assez polémique. La polysémie de l'image a en effet été très vite considérée comme l'aspect spécifique de la *communication par l'image*, en particulier dans les domaines des sciences pédagogiques, éducatives et publicitaires. Elle poursuit sa formulation en disant que dans la *pédagogie* comme dans la publicité, l'image est utilisée comme motivation, parce qu'elle apparaît comme plus affective, plus attirante, mais, en même temps, elle est spécialement fabriquée et construite. Ce qui compte, c'est que sa « polysémie » ne contredise pas négativement l'interprétation de l'enfant (dans l'éducation) ou du consommateur (dans le commerce public). Il y a un travail à réaliser sur l'image même et son *contexte verbal* (comme les commentaires des manuels scolaires, les messages linguistiques des publicités) ou *iconique* (l'ajout d'autres images), pour envisager une polysémie spécifique propre à l'image. Le fait qu'une *image visuelle* nous transmet un *grand nombre* (poly) *d'informations* (sémies) visuelles, elle peut en parallèle avoir de plusieurs significations et donc autant d'interprétations. Ce qui demande un certain nombre de présupposés à étudier.

Sur cette question du *trait polysémique* de l'image Joly (2011 : 96) avance le propos suivant:

«Si la spécificité de l'image est d'être polysémique, c'est que quelque chose d'autre que l'image ne l'est pas. Ce quelque chose d'autre, sous-entendu dans les premiers temps de la réflexion sur l'image, c'est le mot. Implicitement on compare l'image au langage verbal et plus particulièrement au « mot ». Cette comparaison, qui ne peut tenir bien longtemps, est cependant révélatrice de la place privilégiée qu'a le langage verbal dans notre système de valeurs où il sert toujours de référence idéale : « pour la langue, contre l'image », précise Christian Metz.

Pour elle, le « mot » en soi-même est une *notion polysémique* de par sa nature :

Cependant le « mot » aussi est « polysémique » : il suffit d'ouvrir le dictionnaire pour s'en convaincre. Selon le contexte, un même mot peut avoir plusieurs significations: un « disque » peut avoir six acceptions différentes, le mot « disposition » huit, le mot « point » une vingtaine, et ainsi de suite. La polysémie n'est pas la spécificité de l'image, même comparée au mot, mais seulement un certain degré de polysémie. En réalité, ce qu'on appelle image (ou même signe iconique) est un texte visuel : « La preuve en est que son équivalent verbal n'est pas un simple mot, mais au minimum une description (qui peut être infinie) ou un énoncé et parfois même tout un discours. » Or une

description, *un énoncé ou un discours verbal* sont eux aussi polysémiques (ils transmettent aussi de nombreuses informations) et ils ont besoin, tout comme l'image, d'être contextualisés pour être correctement interprétés. Il suffit de penser aux accusations de détournement de sens que les hommes politiques portent contre les journalistes, lorsque ces derniers citent leurs fameuses « petites phrases » hors contexte.

Joly (2011: 96) prétend par la suite que la *contextualisation* comme la *dé-contextualisation* contribuent largement à la production de sens de tous les types d'expression ou de communication. Pensons, par exemple, au rôle qu'a joué la dé-contextualisation dans l'art contemporain avec des artistes comme Duchamp, Man Ray ou Tapiès. On se rappelle l'effort de libération du bon ou du mauvais goût que fit Duchamp en inventant le ready-made : « objet usuel promu à la dignité d'objet d'art par le simple choix de l'artiste. »

En revenant à la notion de « polysémie de l'image » ou le niveau de « l'image polysémique », elle (2011 : 97) poursuit ainsi:

Donc, pour en revenir à l'image, elle est nécessairement polysémique dans la mesure où elle est un *énoncé iconique complexe* ; mais on ne peut faire de la polysémie sa spécificité dans la mesure où tout énoncé complexe (verbal ou non verbal) est polysémique. La polysémie tient à cette complexité qui réclame alors un contexte pour lever les ambiguïtés qu'elle suscite. C'est cette complexité même qui a besoin, si l'on veut réduire un trop grand nombre de significations et d'interprétations induites, d'avoir recours à un contexte et à un co-texte verbal ou iconique à son tour, ainsi qu'à des moyens de transmissions particuliers (presse, toiles, murs, écrans, etc.), eux-mêmes inscrits dans des situations et institutions particulières. Ainsi, le terme de polysémie sert-il à désigner à tort quelque chose que tout le monde sent confusément, une particularité propre à l'image que Metz appelle « l'absence de focalisation assertive : l'image parle peu d'elle-même.

En ce qui concerne la « focalisation », Joly (2011: 97) attribue cette qualification tant à l'image qu'au langage verbal avec une vision comparatiste, même si celle de l'image est moins perceptible, effective et moins assertive, par rapport à celle du langage. A ce propos, elle ajoute cette citation marquante:

La focalisation consiste à *mettre en relief* (en focus) un élément d'un énoncé par des moyens propres au code employé. L'utilisation métalinguistique du langage sert ainsi très facilement à désambiguïser un énoncé verbal. Les procédés qu'emploie l'image pour mettre en relief tel ou tel point d'un énoncé visuel sont souvent moins facilement perçus qu'une focalisation verbale, quoiqu'ils existent cependant (par l'intermédiaire de la couleur, de la composition, du cadrage, de l'éclairage, du choix des proportions, etc.). De plus cette focalisation, lorsqu'elle est réalisée avec des moyens propres à l'image, n'est cependant pas assertive comme dans le langage verbal : c'est-à-dire que l'image par elle-même, sans recours au langage verbal, n'affirme ni ne dénie rien. « Une image ne peut pas dire non », déclarait le théoricien américain Worth. Ni vraie ni fausse, une image n'est ni une proposition ni une déclaration.

Joly (2011: 98) cite ici les propos de Metz concernant la question de *polysémie* de l'image:

Ce n'est pas l'image qui est polysémique, mais le spectateur », précise Christian Metz. C'est donc l'hésitation interprétative provoquée par le manque d'assertivité de l'image que l'on appelle alors polysémie. On peut néanmoins relever des effets réels de polysémie accrue dans certaines images, redoublant celle liée à son caractère d'énoncé. Metz en relève six cas: ceux provoqués par le dommage de la matière signifiante de l'image : dégradations, superpositions, palimpsestes; ceux résultant d'une attente inappropriée : on attend l'équivalent d'un mot : « visage », on trouve un énoncé : un portrait ; ceux délibérément construits, comparables aux « jeux de mots » ou au double sens : c'est le cas des images cachées dans les images, des anamorphoses; ceux résultant d'un manque de savoir du spectateur; ceux résultant d'une interprétation en profondeur d'une « œuvre » qui ne sont bien entendu pas réservés au domaine de l'image; et enfin le cas de l'image non figurative, cas particulier d'image qui provoque un effet de polysémie particulièrement intense parce qu'elle abandonne le recours à des éléments figuratifs pour se référer à ses propres éléments (couleur, forme, matière).

Metz poursuit son jugement en évoquant le rapport « langage – image »:

Cette faculté-là est totalement absente de la langue qui continue même dans les textes, la parole et les « mots ». Entre *langage et image*, il y a une tentative de *non-figurativité langagière*, mais la déconstruction du mot et mieux encore du morphème (l'unité de sens) reste une barrière presque insurmontable pour la langue alors que l'image est beaucoup plus libre. Un exemple opposé contredit cette idée que l'image est « particulièrement » polysémique : c'est la formule souvent citée de Napoléon selon qui « un bon croquis vaut mieux qu'un long discours ». Il faut cependant reconnaître que cette déclaration ne s'avère juste que parce que tout schéma doit être accompagné d'un commentaire verbal qui en réduit la polysémie.

Joly (2011: 99) reprend la parole au sujet de la *polysémie dénotative* et la *polysémie interprétative* images figuratives en disant :

Enfin dans le cas des *images figuratives*, il faut distinguer la *polysémie dénotative* et la *polysémie interprétative*. En effet, la reconnaissance des objets du monde représentés, socio-culturellement codée (de l'esquisse à l'hyperréalisme), est souvent rapide et sans hésitations. On peut nommer facilement ce que l'on reconnaît : un arbre, un chien, une rivière, etc. En revanche, il peut y avoir hésitation quant à l'interprétation de l'image : cherche-t-elle à produire un concept comme c'est souvent le cas avec l'image publicitaire (féminité, liberté, bonheur, liberté, etc.) ? Dois-je la prendre pour une réserve de renseignements visuels sur un événement quelconque, comme l'induit l'image de reportage ? Dois-je construire un univers imaginaire comme m'y invite le film de fiction ? etc.

L'interprétation de l'image est une question vitale dans le domaine de la sémiotique, ainsi que dans les études et analyses sémiologiques. C'est la raison pour laquelle, elle (2011: 99) souligne fortement la notion de *contextualisation* au profit de l'interprétation de l'image:

En réalité, l'hésitation entre ces *différents types d'interprétation* est très vite interrompue par toutes sortes de marques propres à chaque type d'image, à sa *contextualisation* ainsi qu'à son inscription institutionnelle. On reconnaît souvent au premier coup d'œil si l'on a affaire à une « pub », une photo de presse ou de famille, un tableau de la Renaissance, un film de fiction ou à une série B, et ainsi de suite. La pratique du « zapping », à la télévision, le prouve facilement. C'est donc une fois opéré tous ces filtrages fortement inductifs de *l'interprétation* que l'on peut néanmoins encore hésiter entre deux ou trois interprétations : s'il s'agit d'une publicité l'hésitation est plus rare, car la construction

plastique est généralement très contrôlée et déterminante. Une photo de reportage sans légende peut dérouter : de qui s'agit-il, que fait-il, où va-t-il ? S'il ne s'agit pas de personnages très connus, un texte doit venir identifier les personnages et surtout donner des *indications de lieu et de temps nécessaires* pour circonscire un événement.

Finalement, elle (2011: 99) conclue en précisant l'importance de la distinction stricte entre la *description et l'interprétation* de l'image ; en effet il faut savoir ce que l'on veut faire d'une image en tant qu'objectif, car si cette observation que l'image est polysémique est juste, il convient d'une part de préciser le niveau de clarification ou d'explication de l'image (description ou interprétation) et, d'autre part, d'en faire la distinction par rapport au sémantisme du langage.

2.14.2. Lecture de l'image : Lecture passive?

Joly (2011 : 100) explique les raisons de la complexité de ce type de lecture en supposant que cette lecture n'est autre qu'un cliché : Un autre cliché extrêmement répandu à propos de la *lecture de l'image* est de la déclarer facile et passive. Celle-ci serait « naturelle » et ne demanderait aucun effort particulier à nos enfants, par exemple, qui rechigneraient d'autant plus à lire des livres que notre société les en détournerait par la profusion des bandes dessinées ou des images télévisuelles mises à leur disposition.

Toutefois, afin d'expliquer le niveau de la lecture de l'image, elle se réfère à la lecture des textes en relation avec l'apprentissage: S'il est juste de dire que la lecture des textes demande un *apprentissage* et des *opérations intellectuelles* très abstraites, réclamant du lecteur un effort certain, quelle que soit la difficulté du texte déchiffré, il est cependant faux de dire que la lecture d'une image est « naturelle » et qu'elle ne demande aucun apprentissage ni aucun effort intellectuel. C'est précisément ce que tend à montrer et à analyser tout cet ouvrage. L'analyse de quelques-uns des paramètres de l'image mobilise chez le spectateur un ensemble d'activités mentales et de savoirs intériorisés par une stratégie qui lui demande une participation active.

Cependant, Joly (2011: 100) fait une remarque explicite qui consiste à *comparer ce qui est comparable*. En effet, lorsqu'on dénonce la « facilité » de la lecture de l'image, on compare implicitement la lecture d'une « BD », le spectacle d'une série B à la télévision ou la participation à un jeu vidéo, à la lecture de Proust ou de Balzac. Ou encore la lecture de son feuilleton favori à l'étude d'une leçon de mathématiques ou de géographie. Dans ces cas-là, oui, la lecture de l'image s'avère certainement plus facile que celle du livre. Mais il arrive

aussi que l'on se détourne de certaines images difficiles pour aller lire un livre ou un journal « faciles »: plutôt un bon roman policier qu'une émission « culturelle » à la télévision, plutôt la lecture d'un magazine qu'aller voir un film de recherche, plutôt certaines revues que l'art contemporain ! Il y a des textes plus ou moins faciles à lire, il y a des images plus ou moins faciles à regarder. Tout le débat de l'audimat tourne autour de ce phénomène et les différences d'audience entre TF1 et Arte, par exemple, suffisent à illustrer cette réalité.

Les deux questions fondamentales qu'il faudrait se poser sur la comparaison de l'image pendant sa lecture sont les suivantes : *L'image est-elle toujours comparable ? Comment comparer une image ?* Joly (2011: 100) se concentre sur ces questions et fait la suggestion suivante :

« Mais pour dénoncer l'image une fois encore, on compare des choses incomparables, c'est-à-dire des images faciles à des textes difficiles. S'il est vrai que, pour des raisons économiques et idéologiques, la télévision dite « commerciale » propose plus d'images faciles que d'images difficiles, on ne peut cependant pas en déduire que l'image est « facile » à lire « par nature ». La seule généralisation que l'on puisse faire raisonnablement, c'est de reconnaître qu'il existe une loi universelle bien connue, qui préside à toute évolution, qu'elle soit langagière, technologique ou autre, et qui là encore exerce son pouvoir absolu, à savoir la « loi du moindre effort ». Nous verrons cependant que, faciles ou moins faciles, les images sollicitent pour leur déchiffrement toute une activité mentale non négligeable, et nécessitent un apprentissage qui, s'il n'est pas fait à temps (à peu près en même temps que l'apprentissage du langage), bloque la *lecture* et la *compréhension* des images. »

Ensuite, elle (2011: 101) enchaîne avec le lien entre la *facilité de la lecture de l'image* et la *passivité physique du spectateur* qui résulte de la globalité de la lecture de l'image. ce propos, elle ajoute la remarque suivante:

Un autre argument en faveur de la *facilité de lecture* qu'offre l'image est celui de la *passivité physique* du spectateur, qui serait liée à la *globalité de la lecture* de l'image. Là encore il s'agit d'un lieu commun un peu rapidement avancé. Tout d'abord l'impression de globalité de l'appréhension visuelle d'une image dépend de la taille de celle-ci et de la distance à laquelle s'en tient le spectateur. Telle fresque murale, tel grand tableau ne sera perçu globalement que si le spectateur en est relativement éloigné; s'il s'en rapproche le spectateur aura conscience de parcourir l'image plus progressivement et selon des trajets plus ou moins déterminés par sa composition d'enfance et d'images dont nous nous sommes intimement imprégnés et constitués.

2.14.3. L'image et son influence

Joly (2011: 102) signale *l'influence de l'image* et se contente de retenir deux choses à son sujet: d'abord que c'est une des grandes peurs que suscite l'image. Son pouvoir de persuasion serait tel qu'elle pourrait conduire au pire chacun d'entre nous, plus efficacement que la parole, plus que le livre, plus que l'exemple, plus que l'éducation, plus que le déterminisme social, plus que tout. Il faut d'abord noter ce que cette peur révèle de hiérarchisation implicite des actes de communication : du dire au voir, du voir au faire. Peur qui, quoique non objectivement fondée, justifie la censure tout comme la propagande visuelle, politique ou religieuse.

Elle (2011: 103) introduit une autre observation sur *l'influence de l'image*, en particulier sur les enfants et les jeunes (et qui conduirait plus au mal qu'au bien), n'a jamais pu être démontrée scientifiquement. Des études ont été faites sur l'influence de la télévision sur le comportement des jeunes en particulier autour des grandes peurs sociales comme la violence. Mais il n'y a pas autant d'informations et de conclusions concrètes sur l'influence (positive ou négative) de la publicité sur les comportements d'achats. Néanmoins, on ne doit sans doute pas montrer n'importe quoi à n'importe qui et que, concernant l'image, mais aussi toute la démarche éducative, il faut faire des choix qui relèvent du bon sens et du sens des responsabilités. En définitive, s'il y a influence, elle ne peut se réduire à la seule image, mais elle peut être le résultat de tout un contexte exemplaire dont l'image fait certes partie, mais qui ne peut se limiter seulement à elle.

2.14.4. Entre l'image et le sens

Cependant, Joly (2011: 103) juge nécessaire d'aborder la question de l'image et du sens, plus précisément les problèmes de la sémiotique spécifique de l'image. Les outils empruntés à la sémiotique générale permettent de mieux cerner l'aspect iconique (analogique) de l'image, qui lui est généralement reconnu, mais aussi son aspect indiciaire, dont on ne fait pas habituellement la caractéristique de l'image (sauf pour la photographie). Le rappel de quelques points fondamentaux de la sémiotique spécifique de l'image va permettre d'en explorer maintenant l'aspect symbolique, au sens peircien du terme, c'est-à-dire construit par des paramètres *socio-culturellement codés* et qui influencerait nécessairement son interprétation.

2.14.5. Direction du sens vers l'image

Joly cite ici Barthes (2011: 104) pour aborder la question « Comment le sens vient-il à l'image ? » : Barthes posait cette interrogation concernant la *sémiologie de l'image*, en France, dans le fameux article déjà cité de 1964: « Rhétorique de l'image ». La question, cependant, si elle concerne en priorité la démarche sémiotique, ne lui est pas réservée. C'est la réponse à la question qui empruntera, en sémiotique, une démarche particulière à évoquer. D'autres types de réponses se présentent à cette même question, selon qu'elle concerne les plasticiens, les théoriciens de l'art, les philosophes ou encore les historiens ou les psychanalystes.

Ainsi, elle ajoute en particulier que le début du siècle manifestait une *créativité et une activité intellectuelles* particulièrement riches. La réflexion sur l'art, et sur la signification dans l'art, n'échappe pas au dynamisme du moment. On a conscience que l'art, et l'art visuel en particulier, met en relation le rationnel, l'irrationnel, la *compréhension cognitive* et l'expérience intuitive, voire la contemplation mystique. L'ambition de nombreux théoriciens et aussi d'artistes est de comprendre comment ces différents niveaux s'articulent ainsi que d'en analyser les fonctionnements les plus accessibles.

Pour ce qui est du *côté artistique du langage* pour considérer que *l'art est un langage*, Joly estime que l'on peut trouver des exemples de cette interrogation et de certains modes de réponses chez les formalistes russes, bien entendu, et leurs héritiers les plus directs tels que Lotman, pour qui *l'art est langage*, l'art est un moyen de communication et, ce faisant, « une somme de procédés ». Cette interrogation, portant essentiellement sur la poésie, contamine néanmoins très tôt une réflexion sur les mécanismes de signification par l'image, en particulier chez Eisenstein, dont les réflexions et expérimentations sur le montage concernent essentiellement les modalités de production de sens du film.

D'autre part, elle (2011: 104) considère la psychanalyse, l'art et la création artistique en disant que *la psychanalyse* s'interroge sur l'art, avec Freud, bien sûr, dont une part importante des travaux concernent l'art, la *création artistique* et aussi la *signification* de l'œuvre d'art. Elle estime aussi que les artistes pédagogues, plus tard, élaboreront des méthodologies d'analyse des œuvres. Des historiens de l'art comme Gombrich s'interrogeront sur ce que l'image nous dit ; des philosophes comme Nelson Goodman sur les langages de l'art.

2.15. Approche sémiologique de l'icône

Au sujet de l'approche sémiologique de l'image comme icône, c'est-à-dire *l'image iconique* Joly (2011: 105) évoque *l'iconologie* et prétend que traditionnellement l'iconologie était une sorte de « code des artistes en tout genre » et correspondait à des traités de codification des figures et des allégories en peinture. Avec Panofsky, l'aspect systématique de l'iconologie se nuance et s'enrichit de toute une culture interprétative historique. Il est possible de décrire ainsi la méthode d'analyse de l'iconologie proposée par Panofsky, en 1939, dans les fameux Essais d'iconologie. L'iconologie, qui « vise à déchiffrer les images que le passé nous a laissées », est une démarche historique qui reste en effet une référence, même critiquée. Elle cite Panofsky qui distingue trois niveaux dans l'interprétation de l'œuvre d'art :

1. La description pré-iconographique qui rend compte des motifs indépendamment de leur signification, celle que ferait un sauvage ignorant nos gestes de salutation, en parlant d'un homme qui enlève son chapeau lorsqu'il croise certaines personnes.

2. L'analyse iconographique qui déchiffre justement de tels gestes et, plus généralement, rend compte des significations conventionnelles dans un contexte donné. Dans l'art médiéval, par exemple, un personnage masculin auréolé et muni d'un couteau sera interprété comme saint Barthélemy.

3. L'interprétation iconologique qui dépasse l'identification des thèmes et interroge l'œuvre comme symptôme, comme témoin des valeurs symboliques d'une civilisation. »

Après avoir résumé cette méthode, Joly (2011: 106) note que *l'iconologie* qui permet de travailler sur les *significations*, est plus préoccupée par leur évolution historique que par leur mode de production. Au fil de ces exemples, qui ne recouvrent pas toute la *réflexion sur l'image*, bien entendu, mais néanmoins certaines de ses étapes importantes, elle constate donc que ces différentes approches s'intéressent bien sûr à la *signification par l'image*, mais essentiellement par *l'image artistique*. Cette interrogation sur la *signification* s'insère dans une réflexion plus large sur l'art et sur ses fonctions.

Des approches plus contemporaines, publiées sous des termes très généraux, concernent à leur tour la peinture et les relations entre histoire de l'art et psychanalyse dans un cas, histoire de l'art et philosophie dans l'autre. Ainsi, l'interrogation sur la *signification par l'image*, ses enjeux et ses mécanismes, n'est pas neuve, mais s'inscrivait essentiellement,

avant la sémiologie, dans une tradition d'interrogation et de *questionnement sur l'art*, l'image étant confondue avec les arts visuels. On peut donc se demander quelle a été la spécificité de *l'approche sémiologique* dans l'étude de la *signification par l'image*. Selon Joly, son originalité, qui est sa force et sa faiblesse, a été d'aborder le processus de signification par l'image à partir de la notion de signe, avec un désir de généralisation qui engloberait et dépasserait le domaine artistique, à l'inverse des approches précédentes.

2.15.1. Le point de vue structuraliste

Du point de vue structuraliste comme approche sémiologique, Joly (2011: 107) consulte Barthes pour déterminer la « sémiologie de l'image » : L'image contient-elle des signes ? Si oui, quels sont-ils ? Et comment s'organisent-ils ? Telles sont les questions que se pose la sémiologie de l'image et auxquelles Barthes, par exemple, se propose d'appliquer sa réflexion, prenant pour point d'appui *l'image publicitaire*. Selon lui, si l'image contient des signes, on les distinguera plus facilement dans ce type d'image, « parce qu'en publicité la signification est assurément intentionnelle ». Les signifiés du message publicitaire « doivent être transmis aussi clairement que possible ; si l'image contient des signes, on est certain qu'en publicité ces signes sont pleins, formés en vue de la première lecture: l'image publicitaire est franche ou du moins emphatique ». « Image franche », c'est-à-dire destinée à être comprise vite et du plus grand nombre, l'image publicitaire exhibera plus que toute autre ses propres unités ainsi que leur principe d'organisation. Les principes de base découverts dans ce type d'image devraient ensuite pouvoir s'appliquer à des images plus complexes comme l'image artistique, par exemple.

Selon le *principe méthodologique* et les conséquences théoriques de Barthes d'abord, puis d'autres, l'image publicitaire constitue un champ d'interprétation et d'analyse considérable. Partant du principe qu'un signe unit un signifiant à un signifié, Barthes remonte des signifiés, ou des significations, produits par le message visuel, pour rechercher les signifiants qui leur sont reliés. Tous ces éléments viendraient, chacun à leur manière, renforcer le concept. Cette démarche, même si elle n'est pas encore complètement aboutie théoriquement, a le mérite de mettre en évidence que l'image dans son ensemble est composée de différents types de signifiants et donc de signes.

Jusque-là les choses sont à peu près claires selon Joly (2011: 108) ; mais elles se compliquent en effet lorsque, sous l'influence linguistico-structuraliste, on cherche à justifier la notion de « signe » iconique en lui trouvant une structure analogue à celle du signe linguistique, puisque à l'époque le modèle linguistique semblait assez général pour expliquer des champs aussi divers en sciences humaines que l'ethnologie (Lévi-Strauss), la psychanalyse (Lacan), la littérature (Barthes) ou encore le cinéma (Metz).

Par la suite, elle suppose que les *signes linguistique, iconique, ou autre*, n'ont pas la même *structure et fonctionnement* pour trouver que *certaines règles d'organisation du langage* étaient communes à des langages autres que la langue même, tels que ceux des mythes, de l'inconscient, de l'image ou du cinéma. Troublé par ce genre de démarche, Metz a poussé à l'extrême la « métaphore du cinéma comme langage » pour démontrer qu'il était bien langage et non pas langue, puisqu'il ne possédait pas la caractéristique spécifique de toutes les langues, à savoir la double articulation. Or, c'est parce que Metz a été le seul à démontrer que le cinéma n'était pas une langue, et donc à aborder avec circonspection et prudence l'idée de règles communes aux différents types de langage qu'on l'a scandaleusement accusé d'avoir « appliqué la linguistique au cinéma!»

Joly (2011: 108) attire l'attention sur cette *nouvelle science des signes*:

Réservoir de modèles associant rigueur et pouvoir descriptif, la linguistique apparaît ainsi comme la source idéale où puiser la nouvelle science des signes. Bien entendu, la "deuxième fondation" chomskyenne de la linguistique était déjà en marche. Elle finira par bouleverser radicalement la problématique du langage, mais en France, on ne le comprendra que beaucoup plus tard [...]. Quant à la sémiologie structuraliste, elle s'avérera le plus souvent insensible à la dimension sociale des objets (photographie de presse, publicité, etc.) pris comme point de départ de l'analyse », déclare Eliséo Véron; et d'ajouter: Là où la dérive structuraliste s'est confirmée, voire accentuée, il n'y aura jamais de proportion entre la généralité de l'ambition affichée, et les particularités des objets étudiés : la "sémiologie de l'image" ne verra pas le jour.

Joly (2011: 109) pense que cette conclusion n'est pas généralisable et Eliséo Véron est le premier à remarquer que cette « dérive n'a pas opéré partout et, par endroits, elle a même été neutralisée, donnant lieu à des développements touchant à "des images": en cinéma avec les nombreux travaux faits à partir de ceux de Christian Metz; en peinture avec les travaux de Louis Marin ou d'Hubert Damish ; en publicité avec les travaux de Georges Péninou, entre autres : « la sémiologie a pris comme objets de départ des phénomènes signifiants qui résultent de pratiques sociales. Peu importe aujourd'hui si ces chercheurs ont fait, s'ils font encore ou pas de la sémiologie. Les travaux du début des années soixante ont

ouvert par la suite des champs de recherche dans divers secteurs du domaine des sciences sociales. »

D'autre part, elle pense avoir donné un exemple de cet enrichissement par l'éclairage sémiotique du parcours historique et anthropologique du chapitre précédent de même que nous en montrerons un aspect plus exploratoire dans le chapitre suivant. Voyons maintenant comment le passage de la notion de signe à celle de code puis à celle de message a permis d'abandonner une conception du signe trop étroite et d'en adopter une nouvelle plus générale, dégagée du modèle linguistique et selon nous indispensable à une approche opératoire et constructive de la signification par l'image.

2.15.2. Du signe-code au message

Joly (2011: 109) estime qu'il faut considérer le *signe iconique* comme *unité de sens*, devrait s'inscrire dans un *code*, ou dans un système particulier. Elle ajoute qu'il faut comprendre ici le terme de « code » au sens large du terme, c'est-à-dire comme un ensemble d'éléments qui font système les uns par rapport aux autres: Les couleurs, les dessins, les mots (les monèmes) entre eux, sont considérés comme les *éléments de codes spécifiques* (code des couleurs; code des objets; code linguistique), même si chacun de ces codes n'est pas un système fini, comme la langue.

Pour Joly (2011: 109), il y a une *conception distinctive* du code, pour ainsi dire, qui a débouché sur des conceptions différentes de la sémiologie :

« Pour les partisans de la sémiologie de la signification, dans les années soixante-dix, un code peut être un système ouvert, voire flou, mais doit toujours être considéré comme code, ou comme champ d'observation structuré, dès lors qu'il produit des significations et qu'on le choisit comme objet d'étude. En revanche, pour les partisans de la sémiologie de la communication, d'inspiration plus strictement linguistique, ne sont « codes » que les systèmes finis de signes (les langues, le code de la route, le code morse, le code des ascenseurs, etc.). Même si cette opposition entre ces deux courants sémiologiques s'est un peu estompée au fil des années, il est certain que le mot de « code » est à employer avec précaution tant il a été galvaudé ces dernières années. »

Umberto Eco évoque ironiquement la « fortune du code », l'histoire de ce « terme fétiche ». Il montre comment, dès le début des recherches sémiologiques, on a voulu faire

entrer dans la notion de code, celle d'une série de règles et de normes, une sorte de grammaire des sous-ensembles (sémantique, syntaxique, voire pragmatique) des langages. Il évoque comment on a ainsi, à partir des années cinquante, reformulé l'opposition saussurienne « langue - parole » en « code - message » sous l'influence des propositions de Shannon et Weaver, ou encore de Jakobson et Halle.

Eco rappelle alors que tout était devenu « code »: on parlait de codes phonologique, linguistique, sémantique, esthétique, artistique, littéraire, culturel, génétique ; on opposait le discret et le digital au continu et à l'analogique, lieu du spontané et du naturel ; un code analogique était-il seulement pensable ? On convoquait alors les codes de la perception jusqu'aux codes des processus neurophysiologiques, les codes sociaux, de comportements, interactifs, de classe, ethnolinguistiques, gestuels, physiognomoniques, culinaires, olfactifs, musicaux, tonétiques, paralinguistiques, proxémiques, architecturaux... Dans toute l'histoire culturelle on voit donc apparaître une contamination terminologique dont Eco rappelle cependant qu'elle provoquera à la fois confusion et cohésion, fétichisme et développements féconds.

Selon Eco, le bénéfice essentiel de toute cette démarche est cependant d'avoir introduit avec la notion de code celle de convention et d'accord social d'une part, et celle de mécanisme régi par des règles de l'autre. Cette « philosophie du code », métaphorique ou non, s'inscrit alors dans une perspective qui reste pour lui essentielle: « Voir la vie de la culture comme un tissu de codes et comme un rappel incessant de code à code signifiait chercher des règles pour l'activité de la sémiotique. Même quand les règles étaient simplifiées, il importait de les chercher. La bataille pour le code a été une bataille contre l'ineffable. S'il y a règle, il y a institution et société et donc il y a un mécanisme constructible et déconstructible. Parler de code voulait dire voir la culture comme le fait d'une interaction réglée, l'art, la langue, les objets artificiels et même la perception, comme les phénomènes d'une interaction collective régis par des lois explicites.

Joly prétend (2011: 111) que la vie culturelle est la vie de textes gouvernés par des lois intertextuelles où tout « déjà-dit » agit comme règle possible. Dans cette optique, l'emphase et la passion (voire la précipitation) avec lesquelles le post-structuralisme a essayé de faire justice des codes et de leurs systèmes, en remplaçant la règle par l'abîme, la béance,

la différence pure, la dérive, la possibilité d'une déconstruction soustraite à tout contrôle, ne doivent pas être saluées avec trop d'enthousiasme.

Elle enchaîne en disant qu'un certain nombre de chercheurs, dès les années soixante-dix, avaient déjà dénoncé, comme Christian Metz en France, « la quête stérile d'unités minimales » et énoncé qu'il fallait se débarrasser non seulement de la *notion saussurienne de signe*, mais aussi de celle de code pour accéder à celle de message. Comme le déclare Eliséo Véron: « À partir de là, c'est un véritable bouleversement de la problématique qui devient possible. Car il n'est plus question d'affirmer qu'il faut connaître les "codes" pour pouvoir analyser les images: pour arriver à quelque chose qui est de l'ordre de l'agencement opératoire, de l'ordre de l'organisation signifiante, il faut partir des "messages". C'est l'analyse des "messages" qui devient un préalable au repérage de règles d'organisation des matières signifiantes, ce sont les "messages" qui construisent, progressivement, au sein de l'histoire et de la société, des ensembles de règles de production et de reconnaissance qu'on ne pourra plus appeler des "codes" ».

2.16. L'image et les signes

Maintenant, nous allons entamer l'image en relation avec les autres catégories de signe comme le signe visuel, le signe iconique et le signe plastique. Pour ce faire, nous allons nous référer ici aussi à Joly et son ouvrage (2015): « Introduction à l'analyse de l'image ».

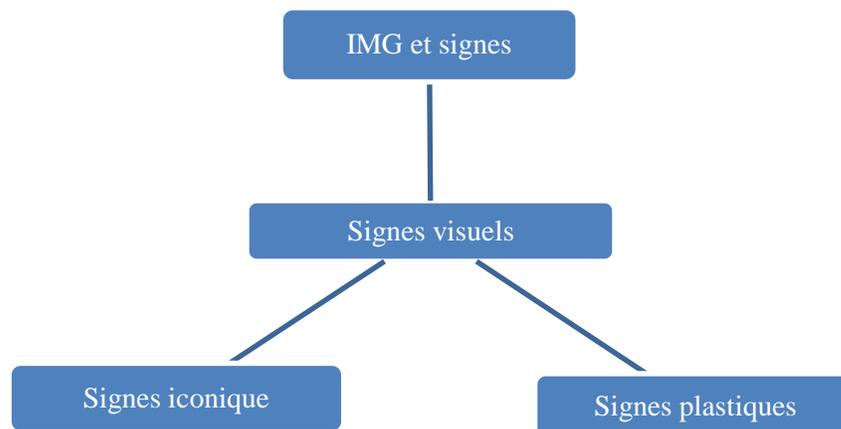


Figure 27. L'image et les signes

2.16.1. Le signe visuel

En ce qui concerne le signe visuel, Joly (2011: 112) cite Eco qui montre clairement la signification du terme de « code » correspondant en réalité à une notion de signe réduite et limitée de l'équivalence, permettant de prendre en compte l'inférence. La notion de signe comme dynamique sémiotique contextualisée, se trouvant dans des messages particuliers, permet alors de prendre en considération non plus l'image, mais des « messages visuels », dans lesquels interagissent des *signes iconiques*, des *signes plastiques* et des *signes linguistiques*.

2.16.2. Le signe iconique

Selon Joly (2011: 112), la question de la définition du *signe iconique* comme type de représentation permet de reconnaître certains « objets du monde ». On abandonne le terme de copie pour celui, plus juste, de transformation (Eco), ou de reconstruction (Groupe μ).

Elle poursuit son propos en disant que le concept de *signe iconique* s'est d'abord montré opératoire pour désigner une unité visuelle permettant de reconnaître un objet parce qu'il avait avec cet objet une « similitude de configuration ». Toutefois, pour résoudre le vrai problème de la « similitude », on ne pouvait conserver la notion de « signe iconique » qu'en montrant que celui-ci « possède des caractéristiques qui montrent qu'il n'est pas "l'objet" et affiche ainsi sa nature sémiotique », faute de quoi on aboutit à dissoudre la notion même de signe. C'est donc sur la notion d'objet représenté, plus que sur celle de la relation entre le dit objet et le signe, qu'a portée la critique du signe iconique pour aboutir au concept actuel de transformation iconique. Les sémioticiens de l'image ont cherché à élaborer un modèle du signe iconique qui rende compte de sa spécificité par rapport au modèle du signe en général.

Pour Joly (2011: 116), la composition d'une image a une *signification*. Par exemple, pour composer les peintures, il est possible d'utiliser le contraste de proportion et le contraste de couleur en soi. Parmi les trois formes caractéristiques (carré, cercle, triangle), le carré représente une forme déterminée par les directions horizontales et verticales. De petites formes peuvent, par leur position sur la surface du tableau, acquérir une signification importante, alors que de grandes formes reculent et apparaissent comme paralysées. Dans les tableaux artistiques, les couleurs fondamentales sont généralement le jaune, le rouge, le bleu, le blanc et le noir. Chacune de ces couleurs reflète un caractère unique et un poids spécial.

Aux yeux de Joly (2011: 117), il faut signaler comment une telle *modélisation* résout un certain nombre de difficultés posées par la notion de *signe iconique*. Par exemple, en spécifiant que le référent n'est pas un « objet du monde », mais l'actualisation d'un type, « étant lui-même une représentation mentale intériorisée et stabilisée, qui, confrontée avec le produit de la perception, est à la base du processus cognitif ». Cette formulation un peu compliquée permet néanmoins de relativiser à la fois l'ancienne notion d'iconicité (ou de ressemblance) et celle de reconnaissance.

Elle reconnaît qu'il y a là un schéma qui intègre toute une *évolution de la réflexion* sur l'analogie perceptive : « En dehors de toute schématisation, c'est parce que certains traits sensibles importent seuls à l'identification que des manifestations visuelles différant par tous les autres traits peuvent être perçues comme des exemplaires multiples d'un même objet et non comme des objets distincts [...]. Par exemple, la photo d'un chat n'a pas pour référent le chat particulier qui a été pris en photo, mais bien plutôt toute la catégorie des chats dont celui-ci constitue un élément. Le spectateur aura sélectionné d'emblée les traits pertinents de reconnaissance : taille, pelage, forme des oreilles, etc., et n'aura pas tenu compte de la couleur du poil. [...] L'image (cinématographique ou photographique) n'est lisible que si on reconnaît des objets et reconnaître, c'est ranger dans une classe, de telle sorte que le chat comme concept, qui ne figure pas explicitement dans l'image, s'y trouve réintroduit par le regard du spectateur. »

Pour elle, la problématique est de comprendre que l'image est en partie constituée de signes iconiques. Le premier point est d'abord de répondre au problème de la segmentation du message visuel : voilà un nouveau type de langage (un outil qui produit des significations) dont il faut essayer de distinguer les éléments constitutifs, non seulement pour l'analyser et plus consciemment, mais aussi pour en maîtriser plus correctement l'élaboration.

Pour Joly (2011: 118) la notion de *signe iconique* a permis dans un premier temps d'isoler des *unités figuratives* qui constituent une grande part de la majorité des messages visuels, des formes sur des fonds, que nous avons appris à reconnaître en fonction de nos attentes. On avait relativement vite démontré et admis que les représentations visuelles constituaient un « langage visuel » dans la mesure où « par langage nous entendons tout système de communication qui utilise des signes agencés de façon particulière ». Mais alors même que l'on isolait les signes iconiques comme des unités de significations, on recherchait

au sein de ceux-là mêmes un niveau d'unités plus petites, simples, dépourvues de sens, un niveau de deuxième articulation.

Elle signale que d'autres chercheurs ont analysé cette problématique avec d'autres arguments. Ainsi, Fernande Saint-Martin constate : « Les catégories d'éléments qui composent le langage visuel sont nombreuses et infinies. Si l'on pense à la couleur, par exemple, l'industrie chimique a déjà isolé plus de 50 mille nuances différentes et ces nuances varieront selon la quantité, la texture, etc. ; de même la combinatoire des points, des lignes, des plans peut produire des quantités infinies de formes, etc. »

Par la suite, elle signale qu'on peut isoler des unités minimales propres à différents types d'images telles que le pixel de l'image numérique, les cristaux liquides de l'image électronique, les molécules de nitrate d'argent de la pellicule photographique ou encore les pigments des peintures. On le voit, ces unités se diversifient selon les supports et ne peuvent en aucun cas déboucher sur une généralisation du concept.

Joly (2011: 119) souligne qu'on a massivement conclu à l'absence de double articulation dans le langage visuel, sans lui dénier pour autant sa nature de langage. Cependant, une des rares propositions d'unité minimale, dépourvue de sens, composante du langage visuel est celle de Fernande Saint-Martin avançant le concept de colorème « comme élément premier du langage visuel » : « Le colorème désigne [...] une région topologique de la représentation visuelle, c'est-à-dire qu'il est constitué de deux zones en interrelation : une couche centrale correspondant à la vision fovéale, plus précise, dense, compacte, et des couches périphériques, moins denses, moins claires et plus diffuses, correspondant à la vision maculaire. »

Pour Joly (2011: 119), cette *proposition très originale* abandonne radicalement la référence au modèle linguistique d'organisation du langage, pour emprunter des outils à la topologie d'un mathématicien comme René Thom. Pour celui-ci, le principe d'individualisation des formes spatiales se réaliserait non pas sous forme d'éléments isolés/isolables, mais sous forme de « boules d'éléments », d'agglomérats à structure topologique. Ces « agglomérats de matière » constitueraient le matériau sémiotique de l'œuvre visuelle dans des compositions avant tout dynamiques et pleines d'énergie. Cette notion d'énergie est, quant à elle, empruntée à Bachelard: « C'est l'énergie qui devient la

notion ontologique fondamentale de toute doctrine moderne de la matière, le principe de l'individualisation des substances matérielles. »

Elle conclut en disant que cette *proposition complexe* a le mérite de permettre d'élaborer une véritable *syntaxe visuelle*, c'est-à-dire de proposer des lois d'organisation des colorèmes entre eux, qui précèdent celles de l'interprétation, telles que la description des régions d'une représentation visuelle (petites, grandes, moyennes), la division compositionnelle de la surface (horizontale, de gauche à droite; verticale, de haut en bas...), ainsi qu'une description minutieuse des formes (ouvertes, linéaires, angulaires, courbes, fermées, simples ou complexes, etc.).

2.16.3. Le signe plastique

Pour mieux expliquer le signe plastique, Joly (2011: 120) établit la distinction fondamentale entre *iconique et plastique* :

Cette distinction a en effet longtemps été négligée par la théorie sémiotique de l'image qui s'est d'abord principalement attachée au niveau iconique, engageant la mimésis. Les caractéristiques « substantielles » ou « matérielles » de l'image ont été considérées en premier comme des variantes stylistiques, et ont été analysées comme le plan de l'expression du signe iconique. La terminologie était empruntée à Hjelmslev qui désigne ainsi la face manifeste (ou signifiante) de tout objet langagier et l'oppose au plan du contenu (face à manifester ou signifiée). Signalons au passage que cette opposition expression/contenu ne recouvre en rien l'opposition factice et inadéquate fond/forme qui ne permet d'analyser ni l'un ni l'autre. Forme ne s'oppose pas à fond (sauf dans le langage ordinaire), mais à substance ou matière : les moyens d'expression ont leur propre substance (image, son...) à laquelle on peut donner différentes formes (cf. tous les choix paramétriques : angle de prise de vue, montage, éclairage, etc.), de même que tout contenu a une substance (les sujets : amour, guerre, etc.) à laquelle on donne une forme (le roman épique, le roman-photo, la comédie musicale, etc.).

Aux yeux de Joly (2011: 120-121), c'est le Groupe μ qui, un des premiers, a proposé de considérer la dimension plastique des *représentations visuelles* comme un système de signes à part entière, comme des signes pleins et non plus simplement comme le signifiant des signes iconiques. Jusque-là, en effet, les théoriciens qui s'occupaient du niveau plastique des images (couleurs, formes, composition, texture) étaient des théoriciens et des historiens de l'art, des psycho-sociologues, voire des psychanalystes, mais pas des sémioticiens. Pour le Groupe μ , une rhétorique de l'image se devait de prendre en considération « le surplus de substance d'où viendraient (à la peinture, par exemple) son poids, sa charge, son titre spécifique de peinture » selon l'expression du théoricien de l'art Hubert Damisch. La confusion entre signifiant plastique et signifiant iconique correspondait en réalité à l'idée

d'un « signe-image » unique, exerçant une fonction essentiellement iconique et susceptible de connaître des variations stylistiques.

Elle (2011: 121) souligne ensuite *l'autonomie du signe plastique* à l'égard du signe iconique :

S'appuyant sur les travaux d'un certain nombre de théoriciens, le Groupe μ parvient à démontrer l'autonomie du signe plastique, qui reste solidaire du signe iconique, mais qui ne lui est pas subordonné. Le message visuel met ainsi en œuvre une h non pas entre deux, mais entre quatre plans, selon la terminologie de Hjelmslev, ou quatre « isotopies » (de iso = même, et topos = lieu, place), selon la terminologie de Odin. Ces plans sont distincts et solidaires à la fois : ce sont le plan de l'expression et le plan du contenu plastiques ; le plan de l'expression et le plan du contenu iconique.

On peut visualiser ainsi l'articulation *iconique/plastique* au sein d'un message visuel

:

Message visuel	le plastique		signifiant	signifié
	l'iconique	signifié	signifiant	

Figure 28. Articulation iconique/plastique et le message visuel

Le plastique, continuum que découpe le signe iconique, s'organise à son tour selon des axes susceptibles de graduation, articulés autour de quatre grandes séries :

1. La couleur, avec l'axe des couleurs proprement dites (les couleurs du spectre de la lumière) et celui des valeurs, des tonalités ;
2. La forme, avec l'axe des formes proprement dites (cercles, carrés, triangles...) et aussi des lignes, des points, des surfaces... ;
3. La spatialité, qui inclut la composition interne de la représentation, la dimension relative (grand, petit), la position par rapport au cadre (haut/bas, droite/gauche), l'orientation (vers le haut, vers le bas), le loin/le près ;
4. La texture, avec les oppositions du grain et de la lisse, de l'épais et du mince, du tramé, de la tâche, du continu, etc.

Ainsi pour Joly (2011: 122), « la distinction fondamentale entre signes plastiques et signes iconiques dans les messages visuels fournit-elle son programme au rhétoricien », même si celui-ci ne peut pas attribuer aux signes plastiques des valeurs fixes pour toutes les images. Elles valent en fait dans un système donné, constitué par l'œuvre, comme le jeu des couleurs « pures » qui fait système dans celle de Mondrian. On a donc des mini-codes qui se dissolvent hors du message, mais on a tout de même des repères d'usage socialement codés

qui permettent la communication et l'interprétation des outils plastiques eux-mêmes en interaction ou non avec des signes iconiques.

Elle (2011: 122) poursuit son propos sur le signe plastique en donnant un exemple :

On pourra lire dans le *Traité du signe visuel* un essai de description du « fonctionnement de chacune des grandes familles des signes plastiques : les couleurs, les formes et les textures ». « Dans chaque cas, nous disent les auteurs, nous tenterons de fournir une grammaire des signifiants, et de montrer comment ces derniers s'associent à des signifiés. » Il est impossible de reprendre ici toutes les observations aussi riches que variées proposées dans cet ouvrage. Nous voudrions cependant montrer, à partir de quelques exemples, la portée de l'apport théorique de la notion de signe plastique.

2.17. Les couleurs et l'image

D'après ce que nous comprenons de notre lecture du livre de Joly (2011), l'image (bien qu'elle soit considérée elle-même comme un signe) comporte plusieurs sortes de sous-catégories de signe; ceux qui renvoient directement à l'expérience perceptive et ne sont pas spécifiques aux messages visuels, tels que les couleurs, l'éclairage ou la texture ; ceux qui sont spécifiques à la représentation visuelle et à son caractère conventionnel, tels que le cadre, le cadrage ou la pose du modèle.

Joly (2011: 123) souligne que la perception même de la couleur est culturelle : « L'historien Michel Pastoureau dans son *Dictionnaire des couleurs de notre temps*, *Symbolique et société* donne raison à Goethe contre Newton. Il montre que la découverte du prisme des couleurs par Newton ne rend pas compte de la perception des couleurs au travers des siècles et des différents pays. Pour lui, et il le démontre, le seul discours possible sur la couleur est anthropologique».

Pour la couleur « rouge », elle (2011: 123) avance la suggestion suivante :

Ainsi le rouge, qui est « la couleur par excellence, la première de toutes les couleurs et qui dans plusieurs langues signifie aussi "coloré" n'a pas été toujours opposé au vert comme cela nous semble « naturel » de nos jours. Le plus ancien contraire du rouge était le blanc qui avait deux contraires : le rouge et le noir. Puis le rouge a été opposé au bleu et au blanc. En effet même l'organisation de l'ordre des couleurs de l'arc-en-ciel n'était pas, au Moyen Âge, la même que celle du prisme physique de Newton. La première couleur dans le développement historique, nous rappelle le chef-opérateur Henri Alekan, est le rouge (grottes en Australie, peintures rupestres des peuples d'Afrique noire, Altamira, les premiers peintres grecs selon Pline et jusqu'à nous les peuples primitifs). Étymologiquement "rouge" signifie "lumière" en sanscrit.

Quant à Kandinsky, voici ce qu'il dit à propos des couleurs:

Le rouge, tel qu'on se l'imagine, couleur sans limites, essentiellement chaude, agit intérieurement comme une couleur débordant d'une vie ardente et agitée. Elle n'a

cependant pas le caractère dissipé du jaune, qui se répand et se dépense de tous côtés [...]. Le rouge témoigne d'une immense et irrésistible puissance [...]. Le rouge moyen (comme le rouge de cinabre) atteint à la permanence de certains états intenses de l'âme. Le bleu profond attire l'homme vers l'infini, il éveille en lui le désir de pureté et une soif de surnaturel [...], il apaise et calme en s'approfondissant. En glissant vers le noir, il se colore d'une tristesse qui dépasse l'humain [...]. Lorsqu'il s'éclaircit, le bleu semble lointain et indifférent, tel le ciel haut et bleu clair. À mesure qu'il s'éclaircit, le bleu perd de sa sonorité jusqu'à n'être plus qu'un repos silencieux [...]. Le vert absolu est la couleur la plus calme qui soit [...], elle ne s'accompagne ni de joie ni de tristesse ni de passion. Le vert est la couleur dominante de l'été, le temps de l'année où la nature, ayant triomphé du printemps et de ses tempêtes, baigne dans un reposant contentement de soi. [...] 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.

Cette longue citation prouve à quel point la perception et l'interprétation de la couleur sont *culturelles*. Qu'évoque le vert profond à des personnes élevées dans des pays désertiques ou glaciaires, que dire du blanc quand on sait que c'est précisément la couleur du deuil et de l'affliction en Orient et en Extrême-Orient?

Les propos de Kandinsky, comme des travaux de Pastoreau, nous incitent à l'observation et au bon sens: Pas de grille absolue d'interprétation des couleurs, mais de la sensibilité à son entourage, à sa propre culture, à sa propre histoire, ainsi qu'à celles des autres. Il est possible d'attribuer de la « chaleur » à certaines couleurs (les couleurs « solaires », le rouge, le jaune, l'ocre), et de la « froideur » aux couleurs célestes ou aquatiques (le bleu, le vert). On sait aussi que les couleurs sont de l'énergie, que certaines sont plus apaisantes ou plus excitantes que d'autres et que par conséquent elles peuvent mettre le spectateur dans des états psycho-physiologiques particuliers, influant sur l'interprétation.

C'est ce que suggère encore Goethe dans son *Traité des couleurs* lorsqu'il écrit : « Le schéma par lequel peut être exprimée la variété des couleurs, traduit des rapports primordiaux qui existent aussi bien dans la pensée humaine que dans la nature ; on ne peut par conséquent mettre en doute qu'il soit possible de se servir de ces relations en quelque sorte comme d'un langage, lorsqu'on veut exprimer des rapports primordiaux qui ne tombent pas sous le sens avec autant de force et de variété. » On peut ainsi, en ayant recours à nos expériences premières (jour/nuit, ciel, frondaisons, soleil, sang, feu...), et en observant les usages sociaux et symbolisés des couleurs, comme d'autres signes plastiques, dans notre société, déceler avec plus de rigueur l'induction de tel ou tel type d'interprétation par les signes plastiques d'un message visuel.

Joly (2011: 124-125) affirme que le même travail d'observation peut se faire en effet à propos des autres *signes plastiques* de l'image. Loin de proposer des pistes interprétatives, les significations des différents signes plastiques dépendent bien entendu de chaque type de message, ainsi que du contexte de la communication. L'exemple de la couleur montre que la plasticité des messages visuels constitue un niveau de signification à part entière qui interagit avec les autres niveaux que sont l'iconique, le linguistique et l'institutionnel pour produire le message global.

Ensuite, elle (2011: 125) compare l'effet de l'éclairage ou de la lumière avec la couleur :

Le traitement de la lumière ou de l'éclairage est très proche de celui de la couleur. Dans son livre, *Des lumières et des ombres*, Henri Alekan propose d'appliquer ce que dit Kandinsky de la couleur à la lumière : la lumière est perçue optiquement et vécue psychologiquement. Ceci d'abord parce que lumière et couleur sont indissociables (même dans le « noir et blanc » la densité du noir, la qualité des contrastes, le dégradé des gris, dépendent de la lumière), mais aussi parce que, comme les couleurs, la lumière détermine un état « psycho-physiologique » particulier chez le spectateur. État qui, comme pour la couleur, est lié à notre expérience du monde. Un éclairage oblique ou zénithal ne renvoie pas à la même expérience selon que l'on a grandi sous des latitudes tempérées, équatoriales ou polaires.

D'autre part, Joly (2011: 125) estime que l'histoire de la lumière renvoie aussi à toute l'histoire de l'humanité. C'est pourquoi Alekan propose d'abord de distinguer les lumières artificielles des lumières naturelles. Celles-ci, lumières solaires et lunaires, ont été combattues par l'obscurité, jusqu'à ce que l'homme ait été capable de la vaincre par la découverte du feu, puis de l'électricité. Du mythe de Prométhée à la « fée électricité » d'Apollinaire, notre histoire est jalonnée de légendes, de contes ou de récits divers, consacrés à la conquête de l'homme sur l'obscurité et le « noir », liés au danger, à la perte des repères, à la mort. Qu'il s'agisse donc de nous donner à reconnaître des lumières naturelles ou artificielles n'est déjà pas indifférent pour la signification d'une image.

Après cette distinction, Alekan propose d'observer deux grands types d'éclairage : l'éclairage directionnel et l'éclairage diffus. L'étude des effets liés à ces deux grands choix se fait à travers l'histoire de l'éclairage de la peinture au cinéma. On ne peut en quelques lignes remplacer la lecture d'un tel ouvrage ni surtout l'observation des très nombreuses planches qui le composent. Nous en retiendrons néanmoins quelques pistes d'observation qui peuvent se révéler extrêmement fructueuse pour la compréhension et l'interprétation des messages visuels.

Selon Joly (2011 : 126) l'éclairage directionnel donne l'impression que l'image est éclairée par une source lumineuse latérale violente, souvent hors champ. Quoique la source lumineuse soit rarement unique, mais composée la plupart du temps d'une source principale étayée de sources secondaires, en photographie comme au cinéma ou en peinture, c'est l'impression d'une source unique qui demeure, qu'elle se donne comme artificielle (projecteurs, feu, lampes) ou comme naturelle (soleil, lune). Un certain nombre d'orientations interprétatives en découlent :

1. *Premièrement* ; l'éclairage directionnel hiérarchise la vision. Le regard parcourt d'abord les zones éclairées pour ensuite explorer les zones intermédiaires de clair-obscur et éventuellement tenter de percer le secret des zones d'ombre. Toute une dynamique du regard est mise en place, qui subordonne l'interprétation au parcours du trajet lumineux et à l'impression laissée d'abord par la zone la plus éclairée, comme une sorte d'indicateur de lecture.

2. *Deuxièmement* ; l'éclairage directionnel accentue le relief et creuse les ombres. Outre le fait de modeler les objets et d'exhiber les repères spatiaux, ce procédé se révèle d'une grande richesse expressive pour jouer avec l'ombre. L'ombre, cette réalité mystérieuse, mobile et aléatoire, volatile, mais attachée aux personnes et aux choses. L'ombre, comme l'obscurité, nourrit les peurs et les superstitions, remplit nos livres, nos films et nos images : double ou fantôme, elle peut aussi se perdre, ce qui n'est guère moins inquiétant.

3. *Troisième caractéristique* de l'éclairage directionnel, il intensifie les couleurs et les valeurs sur son trajet, tout en accentuant le mystère de ses alentours.

4. *Quatrièmement*, il « sensualise » la représentation dans la mesure où la lumière réagit aux matériaux qu'elle rencontre : réfléchi par certains, réfractée par d'autres ou encore absorbée ou rasante, elle fait vibrer les textures diverses et sollicite volontiers le toucher, au-delà de la vue.

Enfin Joly (2011 : 126) pense que si l'on a affaire à une lumière « naturelle », l'éclairage directionnel « temporalise » la représentation que l'on situera un matin, un soir ou un après-midi ce qui, là encore, influencera notre lecture et notre interprétation. On comprend que ce type d'éclairage, insistant sur le relief, les couleurs, le temps ou les textures, et associé à une représentation figurative, aura tendance à en accentuer le caractère « réaliste » et à accroître « l'impression de réalité » qui peut s'en dégager.

Par contre, Joly (2011: 127) commente le fait et l'effet de l'éclairage de l'image à l'égard de la composition ou le jeu des couleurs :

Un éclairage diffus laissera plus libre le regard que guideront éventuellement la composition ou le jeu des couleurs. Le relief est atténué, les matériaux plus uniformes, les couleurs plus douces. Une sorte d'intemporalité lui est attachée, plus propice à l'hésitation ou au rêve. Il y a aussi des intermédiaires, entre ces deux grands choix, des éclairages plus « fonctionnels », destinés à rendre tout visible, où les ombres s'annulent, les valeurs disparaissent, et qui renvoient à des utopies de studios, boîtes noires quand ils ne servent pas. Néanmoins, quelles que soient les propositions choisies, une observation sérieuse s'impose pour mieux cerner l'orientation de nos lectures d'images. Quant à la texture, qui est une propriété de surface, comme la couleur, elle peut se décrire à partir de ses qualités « rythmiques » (la répétition de micro-éléments) ou, plus « sensuelles », de « hérissément », de « moelleux », de « viscosité », etc. Une opposition bien connue est celle de la lisse et du rugueux : on sait que le lisse, le glacé, le vernis sont ressentis comme des textures plus « visuelles » que le rugueux ou le grain qui sollicitent aussi le tactile. Le choix du support et des outils est donc fondamental et les historiens de l'art ont abondamment décrit les différentes textures picturales du « lissé » au « hachuré », du « brossé » au lavis, etc., et leurs implications esthétiques, sinon significatives.

Joly (2011: 127) reconnaît, selon le support, les matières et les manières, des univers de référence orientant l'interprétation : l'image numérique renvoyant à l'univers technologique, la toile à celui des arts « légitimes », le papier glacé aux magazines de luxe et ainsi de suite. Il est évident que la reproduction systématique des œuvres et d'une manière plus générale des images, ainsi que les transferts de supports divers (de la toile à la reproduction, de la reproduction aux médias audio-visuels, des médias au magazine, etc.) brouillent quelque peu les pistes, ce qui ne veut pas dire qu'il ne faille pas tenir compte de tous ces transcodages institutionnels qui ont aussi leur part dans la signification globale du message.

Elle (2011: 127) considère par la suite que la *signification des lignes et des formes* a également son histoire dans la représentation visuelle et il est possible de les associer à tel ou tel signifié: les lignes courbes à la douceur ou à la féminité, les lignes droites à la virilité, etc. Concernant la *communication médiatique*, Joly (2011: 128) fait le constat suivant :

Dans la communication médiatique, en particulier, nous pouvons être sûrs que ce sont des associations aussi stéréotypées que celles-là qui vont être mises en place. Ainsi les formes vont-elles organiser, comme les couleurs, des structures sémiotiques qui « constituent sans nul doute une projection de nos structures perceptives, celles-ci étant à leur tour déterminées par nos organes et par leur exercice (lequel est physiologiquement, mais aussi culturellement déterminé). Il en va ainsi de l'organisation de l'espace, perçu en trois dimensions (que cet espace soit vu comme droit ou courbe). Nous sommes sujets à la gravité ; de là, la naissance des notions de haut et de bas et celle d'un axe sémiotique de la verticalité. Nous nous mettons en mouvement (pour chasser, pour fuir, nous nourrir,

entretenir des relations sexuelles) ; de là, la naissance d'un rapport avant-arrière, entre le sujet et l'objet, et celle d'un axe sémiotique de frontalité. Nos organes sont symétriques ; de là, la naissance du couple gauche-droite, et d'un axe de latéralité. Ces différents paramètres vont créer des formes qui renverront à des concepts fonctionnels liés à la perception et à l'usage social de l'espace.

Ensuite, elle (2011 : 128) poursuit avec une considération sur la *perception* de l'image :

Travaillant ainsi sur la perception, l'image, et en particulier l'image publicitaire, pourra créer des phénomènes de synesthésie (du grec *sun* = ensemble et *aisthesis* = sensation), c'est-à-dire de mise en place de correspondances perceptives qui solliciteront d'autres sens que celui de la vue : tactiles par le traitement de la texture, auditives par le choix de la sonorité des mots, voire olfactives ou gustatives par le traitement des couleurs et de la lumière. Ces correspondances, telles que l'association des tons, des sonorités, des textures et des lignes, pourront, en jouant sur la synesthésie, provoquer des significations fortes et orientées avec lesquelles le signe iconique pourra entretenir tout un jeu de conjonction, d'opposition ou de décalage. C'est le cas de l'exemple choisi par Barthes lorsqu'il montre que sonorité linguistique, jeu des couleurs et des signes iconiques (les légumes, les pâtes...) concourent à l'expression de l'italianité (stéréotypée certes) de l'annonce Panzani. Très fréquents en publicité, ces phénomènes de synesthésie sont un aspect usuel de la relation iconique/plastique au sein du message visuel. »

2.17.1. Les signes plastiques spécifiques

Selon la suggestion de Joly (2011: 130), le cadre est un des *éléments plastiques* de l'image, une composition spatiale, ce qui n'est pas le cas des couleurs, ni des formes, ni de la texture. C'est un élément spécifique qui isole et désigne l'image comme « image ». Le cadre de l'image est considéré comme une « clôture régulière isolant le champ de la représentation de la surface environnante ».

Elle (2011: 130) prétend que l'image (plastique) est le plus souvent *rectangulaire* (comme l'écran de cinéma, de télévision, d'ordinateur, de mobile). C'est une limite, une frontière physique qui délimite et sépare deux espaces distincts qui sont l'espace représenté (à l'intérieur du cadre) et l'espace de l'exposition (à l'extérieur du cadre, le hors-cadre). Le hors-cadre a pour particularité d'être un espace variable, qui change depuis le moment de l'élaboration de l'image (le hors-cadre est le plateau de tournage, la nature ou l'atelier du peintre, le lieu de reportage du photographe...) à celui de sa présentation (le magazine, le journal télévisé, la salle de cinéma, le musée, la salle de classe, etc.).

A propos de la fonction interactive du *hors-cadre* et du *cadre de l'image*, elle (2011: 130) pense que cela influence *la signification* et sur *l'interprétation* du message général : « L'interaction entre le hors-cadre et le cadre jouera donc sur *la signification et sur*

l'interprétation du message global. En tant que contexte institutionnalisé de la communication, le hors-cadre infléchira la lecture de l'image en déterminant certains types d'attente chez le spectateur : on n'est pas dans le même état d'esprit et on ne cherche pas la même chose si on compulse la monographie en couleur d'un peintre, si on consulte le catalogue d'une exposition, si on entre au musée, ou si on voit une de ces toiles chez un collectionneur privé. Il semble donc toujours important d'analyser la *relation cadre/hors-cadre* et d'en déduire ce qu'elle révèle des attentes légitimes du spectateur et donc de l'orientation de sa lecture. »

Elle (2011: 130-131) estime que le cadre (de l'image) est généralement *rectangulaire*, un héritage particulier de la Renaissance italienne et de la représentation en perspective. Le rectangle servant de repère et de guide pour construire les lignes de fuite et l'illusion de la troisième dimension, de la profondeur. Le dispositif en fut sans cesse retouché par les artistes : quatre siècles plus tard, Van Gogh utilisait un modèle de sa fabrication qui lui permettait "de dessiner aussi vite que l'éclair" (lettre à son frère Théo, août 1882) grâce à des repères géométriques servant à établir les lignes de fuite et les proportions. »

D'après Joly (2011: 131) fournit ensuite un *panorama historique* sur la conception et l'utilisation du cadrage de l'image : « Jusqu'à cette époque, le cadre ou le « bord » des images variait selon l'architecture des supports, façades ou coupoles d'églises, retables, pinacles, niches, médaillons, etc. Certains panneaux de bois peint « étaient creusés au centre, laissant en réserve sur le pourtour une bordure en relief ». Ces bordures, sculptées et dorées, attiraient le regard et mettaient en relief l'image. Longtemps ce fut la fonction du cadre, outre celle de limite, que d'attirer le regard sur l'image. Les éléments décoratifs varièrent, d'abord empruntés à l'architecture (corniches, pilastres, etc.), selon le goût et les matériaux des différentes époques avec, aux XVII^e et XVIII^e siècles, un « âge d'or » du cadre-ornement. »

Elle (2011: 131) prétend que *le décor est un ornement* qui signale une *mise en valeur* de l'image : « Travaillé par des sculpteurs de renom, adapté au décor des pièces où était accrochée l'œuvre (le hors-cadre), il servait à la fois à signaler celle-ci et à la mettre en valeur. Les moulures en « pâtes économiques », les décors chargés et répétés sans véritable justification, le décor souvent devenu lourd et conventionnel de certains cadres leur valurent le surnom de « cadres-pâtisserie » et le dédain de nombreux artistes, qui, au XIX^e siècle, vont reprendre, réinterpréter certains motifs canoniques et surtout innover et inventer.

Joly (2011: 131-132) donne des exemples de *visions artistiques* sur les limites du cadrage de l'image. Pour elle, qui dit limite ou frontière, dit aussi contrainte, et les artistes du XIX^e siècle vont chercher à se libérer de la contrainte du cadre en le réinterprétant. À notre époque de reproduction systématique des œuvres d'art, en particulier par la photographie, on connaît un aspect des œuvres qui non seulement perdent leurs proportions, mais aussi leurs cadres et l'on ignore la plupart du temps tout le travail d'innovation d'artistes comme Jean Monet ou Van Gogh. C'est en revisitant le travail de tels artistes et jusqu'aux artistes les plus contemporains que le Groupe μ a pu mettre en évidence toute une « Sémiotique et une rhétorique du cadre », avec ses différentes fonctions (significations) d'indicateur, de bornage, de compartimentage, d'écho, de signature, de débordement ou encore de suppression pure et simple. Autant de pistes à observer et à interpréter lorsque nous sommes devant une image.

Joly (2011: 132) insiste sur ce qu'implique la tentation de la *suppression ou du masquage du cadre*, avec lesquels nous sommes tout à fait familiarisés, tant par la publicité que par la presse. La première manière de faire oublier le cadre rectangulaire, c'est le recadrage au sein même de l'image : tous les procédés qui nous font voir l'image à travers toutes sortes de percées ou d'échancrures, telles que la trouée d'un feuillage, l'entrebâillement d'une fenêtre, le reflet d'un miroir. En bref, toutes les variantes possibles de la fente ou de la déchirure dont la fonction, outre celle d'accroître le plaisir du voyeurisme, est de nous faire oublier que nous avons affaire à une représentation.

Elle (2011: 132) juge que le fait de cacher, méconnaître ou même *négliger le cadre* (pour ne pas dire le supprimer) pourrait en effet entraîner en même temps à une autre manière de *masquer le cadre* : celle qui consiste à confondre le bord du support et les limites de l'image. Lorsque la limite d'une photographie publicitaire, par exemple, se confond avec le bord et le format de la page d'un magazine, on a l'impression que si la page était plus grande on en verrait plus, c'est-à-dire que c'est la page elle-même qui devient comme une « fenêtre » qui délimite le champ de notre vision. Ce procédé très connu joue avec l'effet non moins connu d'hors-champ. C'est-à-dire que c'est la limite du support même qui pousse à compléter imaginativement le champ représenté par un espace plus large et non perçu. Ce procédé, très fréquent dans l'image animée, peut aussi se trouver activé dans l'image fixe.

Joly (2011: 132, 135) pense utile d'insister sur le fait que cet *oubli du cadre*, de quelque manière qu'on l'obtienne, préside à une conception de l'image culturellement très

marquée, qui implique, au-delà des choix esthétiques, une véritable éthique de l'image. En effet, en masquant le caractère de représentation (c'est-à-dire de construction) de l'image, on la donne non pas comme un énoncé visuel, une interprétation, mais une fois encore comme le monde même. C'est pourquoi il nous semble que l'examen du traitement du cadre peut d'emblée nous fournir des informations précieuses sur les inductions de signification et d'interprétation du message visuel. Néanmoins le cadre n'est pas le cadrage et le choix de celui-ci est tout aussi déterminant pour l'interprétation de l'image.

Joly (2011: 135) se concentre davantage sur le cadrage de l'image en vue de démontrer sa valeur ou plutôt sa fonction, certes, de délimiter, mais aussi et plus particulièrement de *valoriser la visualité* de l'image:

Le cadrage correspond à ce qu'on appelle en photographie *l'échelle des plans*. Cette échelle des plans varie du « gros plan » au « plan de grand ensemble » en passant par le « plan rapproché », le « plan américain », le « plan italien », le « plan moyen », le « plan de demi-ensemble » et quelques autres, tels que le « très gros plan » ou « plan détail » ou encore le « plan taille ». Ces dénominations indiquent la « taille » du plan qui est déterminée par la distance d'un corps utopique à l'objectif photographique. Le gros plan correspond sommairement à la taille d'un visage, le plan rapproché à celle du buste d'une personne, le plan américain à une personne cadrée à mi-cuisse, l'italien à une personne cadrée à mi-mollet, un plan moyen à une personne en pied, un plan de demi-ensemble à une personne dans son environnement proche, le plan d'ensemble élargit le décor, le grand ensemble encore plus, et ainsi de suite jusqu'au plan panoramique.

Aux yeux de Joly (2011: 135) *l'échelle des plans* renvoie en effet plus particulièrement à l'univers cinématographique, même si elle concerne aussi la photographie. Cette terminologie est aussi employée pour la télévision quoiqu'elle y soit le plus souvent inadéquate. Que peut bien vouloir dire en effet un « gros plan » à la télévision ? C'est qu'en effet il nous est possible d'associer des significations à ces différentes tailles de plan.

Elle (2011: 135-136) enchaîne par la suite avec la *signification* du choix de la taille du plan tout en proposant l'hypothèse suivante sur le sujet en question :

Repérer les types de significations induites par le choix de la taille du plan selon chaque médium n'est pas notre propos. Chacun d'entre nous est capable de faire ce type de déduction pour peu qu'il s'efforce de puiser dans ses propres souvenirs, dans sa propre culture. En réalité une telle grille serait impossible à faire tant les significations varient d'un médium à l'autre, d'une époque à l'autre, sont même fluctuantes au sein d'une même époque, et n'ont rien de systématique, même si souvent elles sont automatiques et prennent alors valeur de signal. Les observations de bon sens peuvent nous guider dans nos interprétations : les plans moyens ou larges insistent sur la relation entre un individu et son environnement, tandis que plus on se rapproche des personnes, plus on insiste sur leur personnalité ou leur caractère, etc. Le cas du gros plan étant un cas à part, précisément, aussi bien au cinéma qu'à la télévision. Notre propos portant plus particulièrement sur l'image fixe, l'interprétation est encore différente s'il s'agit de

publicité, de peinture, de photo « d'art » ou de presse, etc. Donc à chacun sa taille de plans, pourrait-on dire, d'autant plus que faire une grille d'interprétation de ces choix semble, là encore, la tentation la mieux partagée. Ce qui nous semble important, c'est d'inciter, du point de vue de la méthode, à observer bien entendu la taille du cadrage et de faire l'effort interprétatif suffisant pour ne pas le prendre comme « allant de soi », mais comme une composante non neutre et déterminante du message global.

2.17.2. Cadrage et perspective des images

D'autre part, Joly (2011: 136) montre son intention d'insister sur ce qu'implique idéologiquement la définition même de la *taille des plans*. Il va de soi que celle-ci repose sur la distance théorique. Ce qui veut dire que la référence absolue, c'est le corps humain et ses proportions. Voilà qui nous renvoie à l'apparition de la perspective géométrique en peinture.

Joly (2011: 136) cite Panofsky, selon la thèse d'Erwin Panofsky, l'apparition de la perspective géométrique en peinture n'est pas tant une découverte permettant de représenter le monde au plus près de la vision « naturelle ». Quoique les thèses de Panofsky ne soient pas partagées par tous et même critiquées par certains, il faudrait rappeler quelques aspects qui semblent convaincants. Avant, ce qui était grand, dans la *représentation visuelle*, c'était ce qui était sacré, ou ce qui, dans la hiérarchie sociale, redoublait l'ordre sacré du monde créé par Dieu. Dans la représentation religieuse, le Christ était plus grand que la Vierge, qui était elle-même plus grande que les saints ; dans la représentation profane, les seigneurs étaient plus grands que les serfs, et ainsi de suite. Ainsi, la représentation du monde était soumise à la dimension du sacré. Dans la représentation en perspective, ce qui est grand c'est ce qui est près de l'observateur, dont la place est désignée par la composition même du tableau. Ce qui est petit en est loin.

Joly (2011: 137) suppose que soumettre la *représentation visuelle* au regard de l'homme signifie que l'homme remplace Dieu dont l'organisation du monde ne dépend plus. Ce renversement de valeurs correspond, on le sait, à un recentrement complet de la civilisation autour des valeurs humaines, et non plus divines, ainsi qu'à l'apparition du capitalisme en Occident, c'est-à-dire à l'institutionnalisation de l'usure, jusqu'alors condamnée comme escroquerie.

De ce fait, pour elle (2011: 137), considérer l'image en perspective comme « naturelle » dépend de la représentation visuelle occidentale, ainsi que des lois physiques de la vision. Cette dépendance empêche de comprendre à quel point nos modes de représentation nous

engagent et nous distinguent d'autres types de cultures et des représentations qui leur sont liées. C'est ce qu'explique, par exemple, Guy Gauthier, à propos de la tradition chinoise qui représente « la montagne et ce qu'il y a au-delà de la montagne », chose d'incompréhensible pour nous qui attendons à ce que la montagne constitue un masque, un écran visuel pour tout ce qui se trouve « derrière » elle.

Sur le plan du *cadrage dans la signification des images*, Joly (2011: 137, 139) avance le propos suivant:

Du point de vue méthodologique, tenir compte du *cadrage dans la signification des images* implique que l'on tienne compte de la perspective comme une option représentative parmi d'autres. Quoique considérablement banalisée dans le monde entier, pas seulement en Occident, par l'intermédiaire de la technologie (les objectifs d'appareils photo, de caméscopes ou de caméra), la perspective photographique a en effet été conçue et construite dans la droite lignée de la peinture perspectiviste. Nulle obligation, à l'origine, pour que le cadre de la photographie soit rectangulaire, ni pour que les objectifs respectent les lois de la perspective géométrique. Les cadres ovales (qui ont aussi leur histoire), les objectifs tels que les grands angulaires ou les objectifs à très longue focale (sans profondeur de champ) le prouvent bien.

Ce qu'il faut noter, selon Joly (2011: 139), c'est de savoir si on est réellement dans une *représentation en perspective*, ou de chercher à comprendre, au contraire, ce que signifie une recherche visuelle qui consiste à « revendiquer » la surface, comme l'à-plat en peinture, ou, en photographie, le refus de la profondeur de champ (la netteté des plans) pour exploiter au contraire les oppositions floues/nettes, qui sont des outils plastiques au même titre que la couleur ou la texture. Là encore les choix esthétiques sont des choix éthiques, qu'ils soient conscients ou non, et, de même que le travail sur le cadre, ils peuvent avoir des implications « légitimes » ou détournées.

Un des moyens de détourner ou d'échapper à la *perspective géométrique*, et donc à l'illusion de la profondeur, consiste, pour elle (2011: 139), à travailler sur des représentations délibérément à deux dimensions et non à trois. Mais ce peut être aussi de jouer avec plusieurs perspectives comme dans le cas des anamorphoses, ou encore avec la composition interne de l'image et l'angle de prise de vue (attendus/inattendus).

Joly (2011: 139-140) se prononce ici sur la question de l'*anamorphose* au niveau des images et de cacher des images dans l'image :

L'anamorphose est une des façons les plus ostentatoires, et en même temps les plus ludiques, étant ironiques, de jouer avec les règles mêmes de la perspective en montrant que celle-ci n'est jamais qu'une question de point de vue, au sens perceptif même. L'anamorphose ou l'analogie en dérision, selon Barthes, consiste à *cachez des images dans l'image* et à les faire découvrir en faisant changer le spectateur de place, quitter le

point de vue que lui impose la construction de l'image principale pour un autre qui, s'il lui fait perdre la vision « correcte » de l'image globale, lui permet d'y découvrir une autre cachée. Cette « perspective curieuse » s'inscrit dans la tradition des trompe-l'œil et des portraits-jardins ou paysages. Mais, d'une manière générale, le monde de l'anamorphose accompagne le code moral et philosophique : pour ou contre, c'est toujours un discours secret. Ce qu'on ne veut pas dire ouvertement, on le dit au niveau anamorphotique : scènes érotiques, scatologiques, ésotériques, métaphores philosophiques, paraboles religieuses.

Dans la suite, elle (2011: 140) estime que jouer avec la *perspective*, sans la faire disparaître pour autant, ce peut être aussi le décadage. Par exemple, déplacer ce que l'on attend au centre du tableau, proposer des champs vides, ou quasi vides, d'où « s'échappent » des personnes ou des objets. En effet, la composition interne du message visuel, peinture ou publicité, dépend étroitement aussi de la représentation en perspective qui nous a habitués à un certain nombre d'attentes, en particulier celle d'une composition équilibrée, voire symétrique, par rapport au fameux « point de fuite » parfaitement centré.

Aux yeux de Joly (2011: 140, 141), la *composition interne* du message visuel est un des axes plastiques de l'image. Ce type de composition est étroitement liée au cadre et au cadrage. La publicité, par exemple, propose des compositions relativement stéréotypées qui vont de la composition axiale à la composition focalisée ou séquentielle. Chacune d'entre elles correspond le plus souvent à des types de messages particuliers. La composition axiale, qui consiste à présenter le produit dans l'axe du regard, bien au centre du message, correspond la plupart du temps à un message de lancement, d'apparition du produit sur le marché : un message « épiphanique » qui combine fréquemment la position axiale avec le monopole de la couleur ou de la lumière. Message plus constatif, la composition focalisée consiste à faire porter le regard sur le produit décentré, en jouant sur la surprise du spectateur.

D'après Joly (2011: 142), pour ce qui est de la *composition séquentielle* qui organise un parcours du regard sur l'ensemble de l'annonce, elle suit d'une manière générale le trajet consacré, partant du haut à gauche de l'annonce pour la faire parcourir ensuite du haut à droite vers le bas à gauche et aboutir, dans un dernier mouvement de gauche à droite, en bas et à droite de l'annonce, sur l'image du produit même. Ce type de message métaphorisant, c'est-à-dire cherchant à faire attribuer au produit les qualités décrites dans l'annonce (fraîcheur, évasion, etc.), respecte le sens de la lecture occidentale. Elle explicite ce type de composition en la qualifiant de non-universel:

C'est une *composition* qui n'a donc rien d'universel, pas plus d'ailleurs que les autres compositions qui jouent avec, ou déjouent, des attentes culturellement déterminées. Si

l'on tient compte, donc, du sens de la lecture, il est évident que l'orientation et la composition du message visuel devront aller de la droite vers la gauche pour un spectateur arabe, tandis qu'elles seront verticales en Extrême-Orient, ce que l'on constate facilement dans les publicités japonaises. Il en est de même avec l'angle de prise de vue qui peut, tout comme les autres choix esthétiques, conforter ou surprendre nos attentes. Apparemment naturel » de face et à hauteur d'homme, il pourra se spécifier plongée « écrasante » ou de la contre-plongée « magnifiante », ou encore les utiliser à contre-emploi, tant il est vrai que, là comme ailleurs, les règles sont « floues » et toujours réinterprétables. On voit donc comment l'organisation systématique de certains des paramètres plastiques spécifiques de l'image (du cadre et du cadrage à l'angle de prise de vue, de la perspective ou de la surface à la composition) nous renseigne sur ses significations induites.

Finalement, le dernier paramètre que Joly (2011: 142) examine est celui de la *pose du modèle*. La notion de modèle renvoie au signe iconique, comme nous l'avons vu. Un certain nombre de règles de transformation des données visuelles de l'expérience, culturellement codées, vont nous donner à « reconnaître » des objets, des lieux ou des personnages. Il est certain, alors, que la signification produite par ces signes iconiques nous renverra à notre expérience et nous poussera à interpréter ces signes iconiques comme les signes socio-culturels eux-mêmes : code des objets, code des vêtements, des lieux, etc.

Aux yeux de Joly (2011: 142-143), le même phénomène se produira avec la *signification* de ce que l'on appelle la proxémique (la gestion de l'espace), de la gestuelle ou de la kinésique (interprétation des mouvements, suggérés dans l'image fixe), et ainsi de suite :

Tout ce travail d'interprétation est en réalité géré par la scénographie de la représentation au sein de laquelle, s'il y a des personnages, ceux-ci prendront des poses. Il y en a bien sûr une infinité, cependant deux grands cas de figure se présentent, autour desquels toutes les autres peuvent s'organiser : soit le modèle se présente de face, soit il se présente de profil. La pose de face, le regard tourné vers le spectateur, est la pose la plus implicative pour le spectateur. En effet celui-ci fixe alors le regard du modèle dans une sorte de tropisme projectif. Si, dans une image, il y a des personnages, on cherche les visages ; s'il y a regard, on cherche le regard. Ce pseudo face-à-face abolit l'espace de la représentation et établit un semblant de relation interpersonnelle, de relation duelle. C'est un « je » qui s'adresse à un « vous » dans une relation de supériorité et d'injonction, souvent utilisée en publicité et redoublée des formes linguistiques les plus implicatives elles aussi, celles de l'interrogation ou de l'injonction. Ce type de posture, face-à-face, les-yeux-dans-les-yeux, va bien sûr provoquer un type d'adhésion de la part du spectateur favorisant le processus de projection.

En revanche, pour elle (2011: 143), la pose de profil accentuera plutôt la *position comme regard* en se déplaçant vers l'oblique. Il pourra reprendre les codes stéréotypés de la spectatrice, l'impression d'assister à une saynète ou à un spectacle. Le personnage de profil est une troisième personne, un « il » que nous observons et auquel nous aurons tendance à

nous identifier. La pose de profil peut aussi favoriser la narrativisation de l'image fixe qui, pleine d'une réserve temporelle, apparaîtra comme placée entre un « avant » et un « après » imaginaires, tandis que le face-à-face nous fixe dans le « hic et nunc » (ici et maintenant) de l'échange visuel.

2.17.3. Le rapport iconique - plastique

Pour Joly (2011: 143), il est évident que l'interaction mise en place entre les éléments plastiques et les éléments iconiques de l'image est déterminante dans la *production de la signification globale* du message visuel. Cette interaction est circulaire et passe du plastique à l'iconique, ou inversement, de manière telle que nos attentes, elles-mêmes déterminées par le contrat communicationnel (on est dans la publicité, ou dans « l'art », ou dans « l'information », etc.), sont confortées ou, au contraire, surprises. Toutes sortes de variations peuvent intervenir d'un pôle à l'autre, mais c'est au spectateur qu'il revient de relativiser son interprétation à partir de ces données.

Par la suite, elle (2011: 144) nous propose de distinguer *trois grands types de rapports* autour desquels se distribueront toutes les variantes possibles : des rapports de congruence, d'opposition ou de prédominance. Lorsque la *signification des signes plastiques* complète ou s'harmonise avec celle des signes iconiques, il nous semble plus juste de spécifier qu'ils sont congruents que redondants, comme on a l'habitude de le dire. Pour cela, elle donne l'exemple de deux publicités des années vingt pour des cigarettes publiées par la Seita à l'occasion de l'exposition « L'affiche et le fumeur » qui eut lieu à Paris en 1979.

Pour exemplifier encore, Joly (2011: 144) s'attarde particulièrement sur la publicité de cigarettes pour femmes (Belga), associe des couleurs chaudes (rouge – chapeau et « Belga » –, jaune, ocre pour le fond), et du noir, à des lignes courbes qui forment le contour d'un portrait de jeune femme, menton dans le creux de la main tenant une cigarette, regardant le spectateur, l'épaule sensuellement ramenée vers le visage encadré d'un bonnet rouge d'où s'échappent quelques cheveux courts. Elle poursuit son raisonnement en disant :

On voit que l'association des lignes, des couleurs et du portrait convient, compte tenu de nos attentes culturelles, à l'évocation de la féminité, tandis que le noir du vêtement conjugue l'évocation des couleurs du drapeau belge et celle d'une certaine « modernité » évoquée aussi par les cheveux courts et le fait que la jeune femme tient une cigarette à la main. BARTHES aurait dit que ces signes sont redondants, considérant la « redondance » comme un ajout de significations concourantes. Mais cette idée implique

celle que les signes plastiques aient des significations fixes, ce qui n'est absolument pas le cas : ainsi la courbe peut évoquer la féminité, mais aussi le vertige.

Pour Joly (2011: 144, 146) c'est *l'harmonisation des différents signifiés* entre eux (douceur des formes-chaueur des tons-charme du portrait), leur convenance, en un mot leur congruence, qui en assure la complémentarité. Pour exemplifier cela, elle ajoute une autre publicité de cigarette pour homme cette fois-ci :

De la même manière une publicité de cigarettes pour hommes de la même époque associe des couleurs froides (bleu, blanc, gris), des lignes droites et des angles aigus, une orientation oblique ascendante vers la droite et le portrait stylisé d'un profil d'homme aux yeux fermés, et dont la fumée rectiligne de la cigarette effleure les narines. Tous ces éléments apparaissent bien comme congruents dans la mesure où ils s'adaptent les uns aux autres pour signifier la virilité et aussi le dynamisme et la sportivité, le bonnet gris de l'homme incitant à donner au bleu du fond de l'annonce une connotation plus aquatique (bleu-piscine) que céleste (bleu ciel).

Par contre, elle note qu'il est possible de trouver des *relations d'opposition* entre les différents types de signes, qui pourront faire jouer, à partir d'une certaine surprise du spectateur, une dilatation ou une prolifération de la *signification globale du message*.

Joly (2011: 147) souligne que le *troisième type de rapport* (un peu plus simplifié) entre les deux catégories de signes, pouvant être un rapport de prédominance du plastique sur l'iconique ou inversement. Il est très fréquent que l'iconique l'emporte sur le plastique, ou tout au moins qu'on en ait l'impression. Bien entendu, là encore, tout dépend du « contrat » implicite de communication, mais dans la publicité ou la photo de presse, par exemple, il nous semble que les motifs et les figures prennent le pas sur la composition ou le jeu des contrastes. Ce qu'il faut comprendre semble directement provoqué par le sujet représenté: personnages, paysages, objets, etc. Mais bien souvent, lorsque l'on observe de plus près, on constate que certaines données plastiques orientent l'interprétation.

Pour enchaîner avec l'effet des *signes iconiques*, Joly (2011: 147-148) suggère qu'on peut penser que les *signes iconiques* dominent la signification :

Par contre, si on se contente de parcourir du regard assez rapidement l'annonce, comme on le fait en feuilletant les magazines, on s'aperçoit que la composition plastique, extrêmement simple, est très fortement inductrice de sens. En effet, une composition verticale sépare l'annonce en deux zones : à gauche, une zone blanche, à droite une zone ocre et rosée. La zone ocre et rosée empiète légèrement et comme mollement sur la zone blanche, à peu près vers son milieu, tandis qu'une barre horizontale ocre et noire, au bas et au milieu de la page, constitue un véritable trait d'union visuel entre les deux zones. On voit donc comment une sorte de contamination de l'inerte par le vivant, de l'inanimé par l'animé, par l'intermédiaire du parfum, est déjà suggérée par la composition, le choix des tons et des formes, et que la reconnaissance des visages n'en constitue plus, au bout du compte, qu'une déclinaison possible.

Enfin, elle (2011: 148) précise qu'il faut noter comment l'acceptation plus ou moins facile des dominantes plastiques ou iconiques de la communication visuelle dépend, elle aussi, des contextes et des situations de communication. Elle soutient cette suggestion en reformulant ainsi avec la peinture abstraite :

Nous avons dit que la *peinture abstraite* – ou concrète –, en bref non figurative, avait eu du mal à être acceptée. On pourrait avoir tendance à déceler dans ces réactions une certaine hostilité, voire un certain blocage devant l'expression à dominante plastique. Cela a bien évolué : en effet, le grand public est désormais très familier avec un certain type d'expression plastique qui apparaît dans les génériques d'émission, les habillages de magazines ou de chaînes de télévision, la mode, les publicités bien entendu et surtout dans les logos. La prolifération des logos, pure expression plastique de *l'identité visuelle* d'une entreprise, ne dérouté personne et ne bloque en rien une interprétation qui non seulement comprend le logo – comme la publicité il a été pensé et élaboré pour cela – mais aussi en apprécie les qualités plastiques, en évalue le plaisir esthétique qu'il est susceptible ou non de provoquer.

De ce fait, elle (2011: 148) insiste sur la *puissance significative* des outils plastiques, souvent plus déterminante dans la production du *sens global de l'image* que l'iconique sur lequel on a tendance à polariser son attention. Plastique et iconique entretiennent une relation de circularité dont l'analyse est indispensable pour comprendre le *processus de signification* du message visuel. Toutefois, l'iconique et le plastique n'interagissent pas seulement entre eux, mais aussi avec l'axe linguistique dont la présence dans les messages visuels est nettement permanente. Néanmoins, il faut expliquer plus amplement les mécanismes de cette interaction.

2.18. Le message par image et mots

Joly (2011: 148) nous propose une étude de la *relation entre l'image et les mots* dans son ouvrage intitulé « *Introduction à l'analyse de l'image* ». Elle y rappelle les principes bien connus d'ancrage et de relais étudiés par Roland Barthes dans son ouvrage titré « *Rhétorique de l'image* ». Elle montre aussi que d'autres types de relations entre le texte et l'image peuvent apparaître au sein des messages visuels tels que l'anticipation, la suspension, l'allusion, le contrepoint, l'intensification, etc. Au-delà de l'ancrage et du relais, il peut y avoir une complexité et une subtilité aussi grandes dans les relations scriptovisuelles que dans les relations audiovisuelles.

D'autre part, elle (2011: 149) évoque aussi, à propos de la notion de ressemblance comme conformité aux attentes, à quel point l'impression de vérité ou de fausseté de l'image était plus liée à *la relation image/texte* ou *image/commentaire* qu'au contenu de l'image elle-

même. Finalement, elle privilégie le *caractère imaginaire de l'image* et sur la manière dont sa spécificité représentative engendrait et nourrissait de nombreux textes dans une relation réciproque de créativité. Cependant, les seules relations ainsi envisagées sont les relations et l'interaction entre *contenu linguistique et contenu iconique*.

2.18.1. L'image dans les mots

Concernant l'image des mots, selon Joly (2011: 149) il ne faut pas négliger le jeu possible (et effectif) entre le contenu plastique du message visuel d'une part, et celui du message verbal d'autre part. L'exemple d'une publicité éclaircira les choses. Un gros plan photographique noir et blanc montre le profil d'une jeune fille à la chevelure sauvageonne, embrassant un garçon dans un élan orienté de gauche à droite. La photographie est barrée d'un texte rouge vif, dans une légère oblique ascendante. Le graphisme imite l'écriture manuelle, et déclare : « J'ai du sang Manoukian. » On voit que, outre les fonctions de relais (faire parler la fille) et d'ancrage (souligner son élan), tout un contrepoint est fixé entre les différents niveaux d'expression et de contenu.

Au niveau des couleurs, elle (2011: 149-150) considère le *rouge* (montré) du sang (écrit) et de la marque (écrite) pour un tempérament suggéré plastiquement (par le dynamisme de l'orientation), iconiquement (par la posture) et linguistiquement (par l'expression verbale). D'autre part, cette annonce bouscule certaines habitudes d'interprétation liées à la posture du modèle: en attribuant un « je » à une représentation mettant en scène traditionnellement un « il » ou un « elle », on propose sur un mode légèrement subversif l'appropriation de certains codes voisins et d'ordinaire exclus de ce type de publicité.

Ensuite, Joly (2011: 150) insiste sur le fait que le *rôle de la plasticité des textes* dans l'élaboration de ces rapports est à observer soigneusement au cas par cas, bien connu et exploité qu'il est par les graphistes comme par les publicitaires. Elle poursuit son jugement avec l'analyse de la relation « image -texte » avec cette citation :

Mais il est souvent oublié dans l'analyse de la *relation image-texte*, au profit de l'observation du seul contenu linguistique du message verbal. Autrement dit, il faut aussi considérer *l'image des mots*, le choix de la typographie, des couleurs, de la texture et des formes des lettres comme une dimension significative à part entière, pleine de ressources et de potentialité expressives. Cette dimension plastique des textes écrits a été conceptualisée et étudiée sous le terme d'« icôno-textualité » par certains. C'est « le secret de l'écriture » et de la typographie dont Raymond Queneau dit : « Tout cela

fonctionne de bien curieuse façon. Reste obscur encore le prodigieux effort d'abstraction que nous supposons à l'origine de tous les alphabets. Le nôtre a perdu les valeurs mystagogiques de l'hébreu et du grec et que l'arabe possède toujours. Il n'est cependant pas interdit de lui trouver encore des vertus secrètes et des charmes latents.

2.18.2. Remarques générales

Pour conclure cette partie, Joly (2011: 152) souligne comment la *démarche sémiotique*, ayant permis de comprendre le *statut de l'image*, donne aussi les moyens d'approcher la complexité de ses processus de *signification* et d'*interprétation*. Comme le soulignait déjà Christian Metz dans un texte célèbre, « Au-delà de l'analogie, l'image », la démarche sémiotique permet de comprendre à quel point la spécificité de ce qu'on appelle « l'image » est d'être hétérogène, de mêler plusieurs systèmes de signes entre eux, de ne pas se réduire à la seule analogie, mais au contraire de s'ouvrir à tout un jeu visuel culturellement codé, dont le décryptage, loin d'être facile, passif et « naturel », constitue une réponse active et créatrice à une stratégie complexe de communication.

Joly (2011: 152) a montré que la *notion de signe* est capitale pour comprendre le fonctionnement des messages visuels, pour continuer à distinguer l'image de la chose, à l'admettre comme une construction socio-culturellement codée de propositions d'inférence et d'interprétation. Elle pense en particulier à l'emploi de l'image dans la presse écrite, à la télévision ou dans d'autres métiers de la communication. Une image ne n'est pas seulement une simple image, mais un ensemble de signe comme « discours visuel » ayant un sens. C'est ce que nous montrerons précisément dans chapitre suivant, à travers des exemples de couverture de roman : La spécificité de la *rhétorique* et de la *stylistique* littéraire.

2.19. Une notion-concept : L'image

Dans son texte sur la « Performativité de l'image », Wirth (2013: 83-99) évoque une remarque un peu ironique sur l'usage du mot "image": *Or, le mot est aujourd'hui utilisé dans n'importe quel sens*. Il semble cependant qu'on puisse proposer une définition de l'image compatible avec l'ensemble des usages non métaphoriques du mot. Comme les mots, les images sont des signes, mais ils possèdent la ressemblance des objets représentés. Le niveau de la ressemblance et la forme qu'elle prend peuvent être des plus divers, mais il s'agit toujours de la reproduction des traits de l'objet. Les images sont donc des signes aux objets représentés.

Pour affirmer la conception des moyens d'expression de l'image, Wirth (2013) dit: “Je peux peindre deux figures absolument semblables, mais je n'ai aucun moyen de dire à l'aide de l'image que les deux figures désignent ou ne désignent pas le même individu. Je peux faire le portrait d'un individu ou dessiner une chimère, mais je ne peux pas dire à l'aide de l'image si ce que je dessine existe ou pas.”

La *définition de l'image* que donne Wirth (2013) est restrictive et correspond largement à celle de l'icône que Charles Sanders Peirce distingue avec raison des images réellement produites. L'image au sens large peut en effet disposer d'éléments qui affirment quelque chose. Il s'agit de signes utiles comme les mots et les chiffres qui, dans les cartes géographiques, nomment et mesurent. Mais le caractère propositionnel explicite ou implicite que l'image emprunte à d'autres codes, ne concerne pas les propriétés spécifiques de l'image.

2.20. De l'image à l'acte iconique

Pour situer le statut de l'image envers la proposition ou plus généralement la parole, Wirth (2013) avance le constat suivant : « En tant que signe ou qu'ensemble de signes incapables de former une proposition, l'image ne possède aucune performativité. » Pour préciser un peu plus son propos, il donne les exemples suivants dans cette citation :

Le problème est mieux perçu dans les Libri carolini, écrits sous la direction de Charlemagne pour réfuter les conclusions du second concile de Nicée (787):

« Comment feraient les peintres pour représenter n'importe lequel des préceptes de la loi divine, par exemple : Écoute, Israël, le Seigneur ton Dieu est le seul Dieu, dans lesquels rien ne résonne qu'on ne puisse peindre ? » Ils remarquent ailleurs que l'image est impuissante à représenter la prophétie d'Isaïe : « Voici qu'une vierge concevra ». Elle peut bien montrer une femme avec un enfant dans les bras, mais elle ne peut dire que c'est la Vierge Marie plutôt que Sarah, Bethsabée, Elisabeth ou encore Vénus.

Par la suite, Wirth (2013) souligne les propos suivants sur la question de l'image iconique religieuse :

Il faut pour cela une légende, mais une nouvelle difficulté surgit. Ira-t-on adorer ou maudire la même image selon qu'on l'intitule « Marie » ou « Vénus » ? Mais doit-on en rester à ce constat ? Charlemagne et ses théologiens ne croient pas aux pouvoirs de l'image parce qu'ils refusent ce qui le fonde dans l'argumentation du pape et des Byzantins, le dictum de saint Basile selon lequel « l'honneur rendu à l'image transite vers son modèle ». Ils remarquent que ceux qui le rabâchent sont incapables d'expliquer rationnellement comment cela se produit. Ils auraient pu se satisfaire de l'observation

empirique, chère aux Byzantins, que l'adoration de l'image impériale honore réellement l'empereur, mais ils considèrent le culte impérial comme une pratique païenne déplorable qui ne saurait légitimer quoi que ce soit.

Mais pour lui (2013), l'image se rapporte à la *chose représentée* et le *mouvement de l'âme* qui se porte vers elle. Cet argument a été refusé plusieurs fois, mais il semble intéressant dans deux points de vue : ou bien nous observons l'image dans sa matérialité, dans ses caractères stylistiques, etc., ou bien nous regardons ce qu'elle nous montre et nous réagissons à ce qu'elle représente. Cela vaut pour le statut des images. Et le pouvoir de l'image dont il est ici question oblige à reprendre sous un angle différent le problème de leur éventuelle performativité.

Wirth (2013) prétend que la *propriété des images* ne réside pas dans leur caractère spécifique ; on peut éprouver les mêmes émotions en lisant un livre avec des images. D'une part, on a toujours reconnu à l'image une capacité expressive supérieure à celle du langage, parce qu'elle est un signe mimétique et parce qu'elle diffuse *rapidement* une quantité d'informations que la voix et l'écriture transmettent dans un certain temps. D'autre part et surtout, l'image se substitue à des personnes, alors le texte se contente juste de les désigner ou de les décrire ; ce qui constitue la différenciation entre la description de personnage par image ou par les mots et les paroles (description textuelle / description imagée).

Dans son écrit sémiotique « la place de l'image », Wirth (2013) s'interroge sur le fait que cette *propriété* assigne ou non à l'image une force performative :

D'une certaine manière, l'image peut emprunter la parole ou des équivalents de la parole à son modèle. On pense bien sûr d'abord à l'audio-visuel, manière très simple de retransmettre des énoncés performatifs, mais ce média pose des problèmes que nous ne pouvons traiter ici : dans quelle mesure une photographie, numérique ou pas, est-elle une image ? Et peut-on considérer un enregistrement sonore comme partie intégrante d'une image ? De fait, on peut en rester aux images qui, contrairement aux photographies qui sont essentiellement des empreintes, ont une relation d'équiformité avec le modèle, c'est-à-dire une ressemblance fondée sur des traits pertinents, car il arrive fréquemment qu'elles produisent des énoncés.

Dans la suite, il (2013) enchaîne en s'exprimant sur l'effet de l'image dans l'art médiéval; voici la citation qu'il donne à ce propos:

On pense aux banderoles qui font parler les figures dans *l'art médiéval* depuis les environs de l'an mille et aux bulles qui leur ont succédé dans la bande dessinée. Il s'agit certes d'emprunts à un code autre que celui de l'image, mais, en tout cas pour les banderoles médiévales, ce code est un objet et non un moyen de la représentation: contrairement aux légendes ajoutées aux images, il s'agit d'images des mots et non des mots eux-mêmes. Il n'y a d'ailleurs même pas besoin de mots pour que l'image s'exprime : des milliers de portraits du Christ et des saints font le geste performatif de bénédiction en direction du fidèle. On concédera qu'un esprit sain, aussi pieux soit-il, ne pense pas

que les images lui parlent ou le bénissent, mais cela pose le problème plus général de la réification des actes de langage.

Pour Wirth (2013), on parle d'*énoncés performatifs* en insistant sur *énoncés* pour bien mettre en valeur *le rôle et l'autorité du locuteur*. Il est bien évident que la *performativité* n'était pas aux yeux d'Austin une force magique inhérente à certains mots. S'il a parfois donné l'impression du contraire, c'est sans doute parce qu'il cherchait des *critères linguistiques de performativité* dans la forme du discours plutôt que dans son contenu et dans les circonstances de renonciation (cf. Bourdieu, *Langage et pouvoir*, 2001). En termes sémiotiques, il considère l'image en tant qu'image et non en tant que chose. D'une manière ou d'une autre, la *performativité* se confond ici avec l'autorité que nous attribuons à l'émetteur réel ou imaginaire d'un énoncé. Cet énoncé peut prendre *la forme de la parole*, la forme sonore ou la forme d'un objet matériel.

Selon Wirth (2013), si l'image ne possède pas de codes dans lesquels transcrire un énoncé, elle peut représenter *l'énonciateur et même l'énoncé*, à travers la médiation gestuelle par exemple. Si la personne représentée peut agir sur nous à travers son image, l'inverse n'est pas moins vrai. Nous faisons des images pour honorer ou pour déshonorer des personnes, en les présentant en majesté ou dans des situations humiliantes, avec des traits idéalisés ou caricaturaux. Il s'agit bien d'un processus performatif, l'image montrant l'effet désiré et pouvant contribuer à le produire. La signification des images dépend particulièrement de la situation d'énonciation dans laquelle elles ont été construites.

Son propos (2013) se poursuit ainsi concernant le *pouvoir d'évocation* des images:

Mais on retrouve dans de tels cas le pouvoir d'évocation des images et toute leur impuissance à transmettre un contenu propositionnel. Tant que l'image ne s'adjoit pas l'aide de codes non mimétiques, comme les légendes ou les auréoles, et tant que la connaissance du contexte de sa production ou de son utilisation ne nous vient pas en aide, rien ne permet de s'assurer qu'une scène de supplice raconte le martyre d'un saint ou voue un criminel au châtement. Dans le cas précédemment analysé, où le personnage représenté s'exprime à travers son image, celle-ci n'est pas un ingrédient du message, mais seulement un moyen de l'enregistrer et de le transmettre. Lorsque l'image est utilisée pour honorer ou déshonorer quelqu'un, elle est bien un ingrédient de l'énoncé performatif et même l'ingrédient essentiel. Mais elle ne peut délivrer seule la totalité du message.

Il faut reconnaître que les *énoncés performatifs* ont besoin d'un *contexte* pour avoir une efficacité, mais l'image a déjà besoin d'éléments contextuels pour constituer un énoncé, n'ayant pas (comme la parole) les moyens syntaxiques de construire une assertion. Par la

suite, il (2013) ajoute cette suggestion en exemplifiant avec deux conceptions opposées relatives aux sentiments humains « l'honneur et le déshonneur » :

Il n'y a pas de bien grandes différences de fonctionnement entre *l'honneur ou le déshonneur* produits par la confection de l'image et par le comportement envers elle. L'image peut d'ailleurs jouer sur les deux niveaux opposés. Assez souvent, la manipulation de l'image entraîne en quelque sorte la création d'une nouvelle image. Tant d'images sont incomplètes sans la présence du sens en raison du fait qu'elles n'ont pas accompli l'ampleur de leur sens complet. La performativité appartient donc à l'acte iconique, par analogie avec l'acte de parole.

En outre, la performance d'une image peut signifier deux conceptions différentes, voire contradictoires concernant par exemple les sentiments et les émotions relatifs aux êtres humains et regroupés sous les deux grandes catégories thématiques de la littérature « le *Bien* et le *Mal* » ; comme le positif et le négatif, le bonheur et la tristesse, la joie et la souffrance, etc. Ces sentiments et émotions humaines correspondent en même temps aux thématiques littéraires que nous pouvons percevoir sur la page de couverture des romans.

2.21. Pratique des images sociales

Sur le plan pratique et critique des images sociales, Wirth (2010: 149-151) évoque toujours la question de *performance* en donnant un exemple :

“Sur le plan de la performance, Jean de Meun, dans le long passage qu'il consacre au personnage allégorique de Faux semblant dans le Roman de la Rose (après 1278), apporte des éléments qui dépassent de beaucoup la dénonciation des imposteurs et des profiteurs. Le fond du problème est lié pour lui à « ce raisonnement dont la conclusion est honteuse : il porte une robe de religion, donc il est religieux », alors qu'il est manifeste que *l'habit ne fait pas le moine*. Seulement, personne n'arrive à faire entendre la vérité, ni par l'apparence, ni par l'explication logique. Nous jugeons sur les apparences et donnons crédit aux signes et aux objets qui « montrent » ou qui « disent » qu'un tel est prince ou qu'un tel est paysan. Le jugement à priori n'est pas seul en cause, pour Jean de Meun nous nous trompons de causalité. En bref, il refuse la performativité des signes de l'identité sociale, en expliquant que « la robe n'enlève et n'ajoute rien.”

Ce faisant, il (2013 : 150) pointe un double fait: la possibilité de la non-correspondance entre l'habit et le cœur. On ne peut sans doute rien contre le fait sémiotique, mais on peut éviter son exploitation. Il y a avant tout une montée en généralité de la *tension sémiotique* vers la tension acte-signe plus générale : la césure entre signe figuré et signe

matériel devient la césure entre, d'une part, tous les signes institués et, d'autre part, le domaine de l'action, voire du non-signe. “Personne” versus “Individu”, Symbole (arbitraire, conventionnel, figuratif, ironique), Objet (signe qui possède ce à quoi il renvoie, objet qui signifie ce qu'il est). Cette question de référence concerne pleinement la relation entre les *signes* et les *actes* et par conséquent entre les *images* et les *significations*.

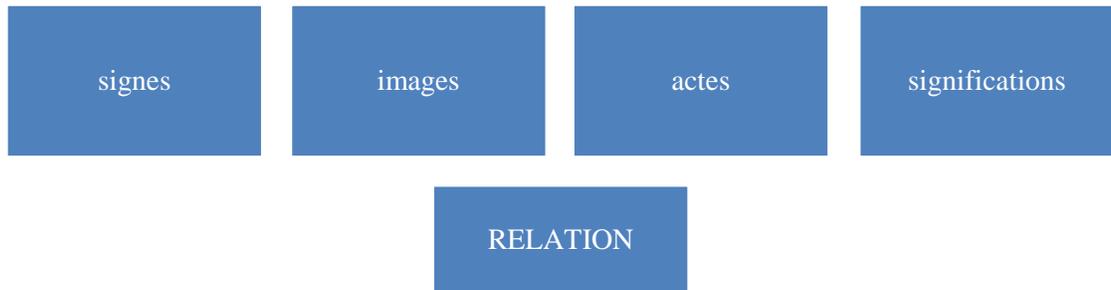


Figure 29. Relation signe-acte et image-signification

2.22. Considérations générales

Au terme de nos profondes lectures analytiques de suggestions, propositions et constatations sémiotiques sur l'image de Joly (2011) et Wirth (2013), nous pouvons enfin finaliser ce chapitre avec ces considérations générales afin de récapituler le statut, la valeur et la fonction de l'image dans divers plateformes et domaines (comme le média, la publicité, la technologie, l'informatique, la religion, la civilisation, la philosophie, l'art et la littérature, etc.) : « Mais qu'en est-il de l'image utilisée de nos jours ? »

De nos jours, lorsqu'on parle d'image, il semble que l'on pense non seulement encore et toujours à l'image médiatique (la TV plus que le cinéma), mais surtout désormais à l'image numérique, de l'appareil photo, du téléphone portable ou encore de l'ordinateur et du web, ainsi que des diverses consoles de jeux vidéo. À propos de ces images-là, on parle encore volontiers d'invasion, voire de prolifération. Il faudrait réellement observer l'image du point de vue de la distinction de Hjelmslev entre « contenu » et « expression » On est généralement dans le domaine de la « semblance » : Ressemblance ou vraisemblance.

Les changements semblent plus évidents en ce qui concerne les critères *d'expression* : d'une part, on observe dans certains cas une sorte de « perfection » technique, dans la *définition des images*, la *précision des lignes et des couleurs*, un *soin dans le détail*, la *subtilité des nuances*, en bref la *lisibilité*. Ceci avec une reprise des critères classiques de composition, d'utilisation de la couleur, des formes et des motifs, même si les ressources sont

désormais quasi illimitées dans ces domaines et que l'on peut jouer sur la profondeur, le morcellement, le collage, ou les types d'effets spéciaux.

D'un autre côté, on assiste aussi à l'apparition de plus en plus fréquente d'images « sales » tant dans leur texture que dans leur contenu. Ce qui change réellement, c'est la diffusion de ces images, ses modalités, ses fonctions et ses conséquences. Le mode de transmission de ces images numérisées, quelles qu'elles soient, est désormais instantané grâce au net et aux satellites, ce qui entraîne une *accélération de l'information visuelle*. Cette accélération provoque néanmoins une accumulation, une multitude d'images qui causent parfois une confusion quant à leur nécessité d'utilisation.

Cependant, l'image, qu'elle soit classique ou contemporaine, est un moyen d'expression et de communication qui nous rattache aux traditions les plus anciennes et les plus riches de notre culture. Sa *lecture*, même la plus naïve et la plus quotidienne, peut devenir un outil d'autonomie plus que de passivité. Sa *compréhension* nécessite la prise en compte des contextes de la communication, de son interprétation et de ses spécificités culturelles.

En conséquence, la *lecture de l'image*, renforcée par l'analyse, peut devenir un moment privilégié pour l'esprit critique. Avec l'usage de sa représentation visuelle, nous pouvons avoir l'énergie d'une interprétation créative. S'intéresser à l'image, c'est aussi s'intéresser à toute notre histoire, à nos mythologies comme à nos différents types de représentations. La richesse de la démarche contredit la réduction de l'image à l'image médiatique ou aux dernières technologies : les signes visuels nous accompagnent toujours comme ils ont accompagné l'histoire de l'humanité.

CHAPITRE III
ANALYSES INTERPRÉTATIVES DES COUVERTURES DE ROMANS
FRANÇAIS CLASSIQUES ET MODERNES

Dans cette troisième partie de notre thèse, nous allons aborder en profondeur le troisième chapitre sous le titre suivant : « Analyses interprétatives des couvertures de romans français classiques et modernes » Dans ce chapitre original qui consiste en la pratique des analyses sémiotiques interprétatives, nous allons nous centrer essentiellement sur les échantillons de couverture tirés de romans tant classiques que modernes issus de la littérature française.

Afin de pouvoir répondre à la problématique posée au début de cette thèse, notre recherche se fondera surtout sur la description et l'interprétation *des images de couverture de roman* issus de la littérature française, et de plus cette étude révélera les relations entre le titre et le visuel que l'on peut lire et interpréter. Afin de réaliser cette étude, nous allons d'emblée bénéficier de la *théorie de communication* de R. Jakobson (1963), en même temps nous effectuerons nos analyses détaillées à propos de notre thématique sous les grandes idées et approches des linguistes reconnus mondialement, comme bien entendu Ferdinand de Saussure, C. Sanders Peirce, Roland Barthes, A. Julien Greimas dans une perspective sémiotique. D'autre part pour pouvoir faire l'analyse des images de couverture de roman, nous allons consulter la théorie de Laurent Gerveau (2000) qui propose les deux états et actes essentiels qui consistent la lecture de l'image : *La description et l'interprétation de l'image*.²⁵

La *compréhension* et l'*explication* constituent les deux étapes les plus importantes dans le processus de la *lecture* des images bien entendu en rapport avec le titre. Pour pouvoir réaliser l'analyse sémiotique des images de couverture de roman, nous allons procéder à un long travail analytique sur la *structure profonde* du visuel à l'égard du contenu linguistique du roman en question. Dans cette direction objective, nous allons obéir à une *méthode à la fois analytique et descriptive* dans le cadre de la sémiotique en rapport avec la rhétorique de l'image. L'originalité de cette étude se fonde sur cette méthode analytique et descriptive dans le cadre d'une approche pragmatique associant la *multidisciplinarité et l'interdisciplinarité*

²⁵ Dans cette partie, nous utiliserons désormais l'abréviation IMG pour désigner la notion d'image.

et réunissant (à priori) d'une part les domaines de la linguistique et la sémiotique, et (à postériori) d'autre part la littérature, la stylistique et la rhétorique.

Etant donné que nous sommes dans l'expressivité au moyen de l'image et du visuel littéraire, il convient de mettre en jeu la relation entre la rhétorique et la sémiotique; autrement dit, il est ici aussi question d'une dichotomie essentielle qui consiste à mettre en évidence la *relation de dépendance et de connexion particulière* entre ces deux axes ou paradigmes susceptibles de marquer *l'existence de l'image littéraire*. (cf. voir la théorie de relation de dépendance et de connexion de Lucien Tesnière, dans « Eléments de Syntaxe Structurale », 1988).

Dans nos analyses d'image de couverture de roman, nous tâcherons de faire attention à choisir (si possible) 2 exemples d'images différentes du roman en français accompagnés de deux autres images (si possible) de couverture de la traduction en turc du même roman littéraire.²⁶ Pourquoi au fait le choix de deux images du roman en français et en turc ? Quelle est la raison de cette méthode de sélection et d'évaluation du corpus ? Justement pour montrer la différence entre les deux images (dans les deux langues/cultures) et surtout pour montrer qu'il n'y a pas en général un seul type d'image prototypique pour les couvertures des romans littéraires.

Une raison de plus encore pour confirmer à juste titre que *la subjectivité* existe aussi réellement et puissamment tant dans le langage que dans l'image : la force de l'image est donc liée à la force de sa subjectivité réelle aussi bien sa *structuration stylistique* que dans sa *représentation cognitive*. Car il faut savoir avant tout que *la sélection et l'évaluation de tout type de corpus* soient tout d'abord personnelles et individuelles dans le sens où il s'agit bien d'une question de subjectivité selon la thématique de recherche et la vision du chercheur. Cela revient à dire qu'il faut tout d'abord comprendre cette *conception sémio-linguistique* : comme la notion de *parole individuelle* existe en tant que terme saussurien, nous pouvons dire qu'il existe aussi dans le même sens la *notion d'image stylistique* individuelle.

Image: Icône, symbole, indice, signe...

²⁶ La plupart des images seront sélectionnées sur internet, par contre celles qui ont été photographiées par moi-même seront notées en notes de bas de page.

A partir de cette *conception sémio-linguistique* de la notion de l'image littéraire, nous pouvons enchaîner avec d'autres *notions sémiotiques et linguistiques* qui concernent notre thématique générale d'image littéraire. En effet, l'image détient quelques termes synonymes se rapprochant au sens d'autres termes voisins comme « icône, symbole, indice, signe ». Le *dénominateur commun* entre ces notions est bien le cadre sémiotique et le cadrage visuel ayant une valeur photographique sonnante directement aux yeux d'une personne observatrice. C'est la raison pour laquelle les pages de couverture de roman peuvent à juste titre être considérées, à notre sens, comme non seulement comme l'*image première et essentielle*, mais aussi en fonction de sa représentation faciale d'une *histoire romanesque*, l'icône, le symbole, l'indice ou plus généralement avec une grande ouverture, le *signe principal* du roman littéraire en question. Car la page de couverture comme image représentative nous donne une première idée, une impression sur le sens d'une perception à propos du sujet comme contenu thématique du roman littéraire. Voici l'image de la couverture du dictionnaire des symboles sur laquelle on retrouve un animal ressemblant à un aigle, un faucon ou à un vautour qui pourrait symboliser la force, la puissance, la domination, l'indépendance ou autre selon différentes cultures et traditions à travers les pays du monde:

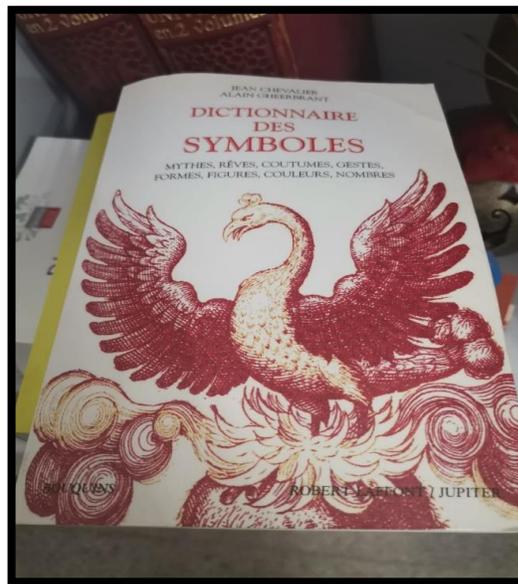


Image 10. Image de couverture comme symbole

En voici un deuxième exemple qui concerne la page de couverture du Robert sur l'Étymologie du français qui touche tout de suite les yeux avec la coloration et la vivacité de son image :

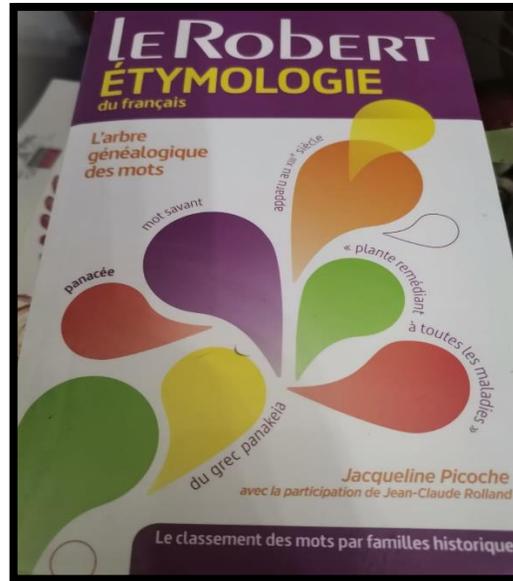


Image 11. L'image du Robert de l'étymologie du français

Catégorisation selon l'époque/le siècle du roman

Les images, les icônes, *les traits et les titres* figurant sur la *couverture de roman* seront analysés et interprétés notamment sur le plan sémiotique sous cinq catégories établies selon le siècle de littérature auquel appartient le roman en question.

1. Les romans classiques:

- A) Image de couverture de roman du 17^e siècle
- B) Image de couverture de roman du 18^e siècle
- C) Image de couverture de roman du 19^e siècle

2. Les romans contemporains :

- D) Image de couverture de roman du 20^e siècle
- E) Image de couverture de roman du 21^e siècle

Nous serons donc à la recherche et à la découverte du vrai sens de l'image et de son message... Pour ce faire, nous proposerons de faire au profit de la *compréhension de l'image* un voyage littéraire; un long survol croisant les chemins de la littérature, la sémiolinguistique et la rhétorique à travers les divers siècles qui ont marqué non seulement la *société mondaine* avec des écrivains célèbres (étant de grands penseurs et philosophes) et

leurs chefs-d'œuvre inoubliables, afin de découvrir au moyen des images et du visuel cette conquête littéraire formidable mondialement reconnue, qui n'est autre que la Littérature Française. Enfin, une sorte d'évasion *au fond des images subtiles* où subsiste la vivacité, le dynamisme, le cœur de la littérature...

3.1. L'image comme page de couverture

À vrai dire l'image n'est pas une *simple visualité* qui ne sert qu'à regarder de loin, de l'extérieur... C'est bien plus au-delà de ce qu'elle reflète... Il y a donc image (en minuscule) et « Image » (en initiale majuscule) ; ce qui correspond à image explicite et image implicite. Il faut donc savoir comment la voir, la comprendre, l'expliquer pour pouvoir l'analyser et l'interpréter pleinement avec toute sa structure profonde. Dans ce contexte, l'image est en effet un des moyens probablement le plus effectif d'*attirer l'attention en focalisant la vue du lecteur* sur un point précis de l'œuvre artistique, littéraire ou autre... D'ailleurs, c'est la raison pour laquelle les livres d'enfant sont, pour ainsi dire, parfaitement structurés au niveau des images ; les *ouvrages ludiques* (pour enfants) sont toujours bien dessinés, colorés et animés (que ce soit en couverture ou en contenu) par rapport aux autres livres destinés aux adultes. A ce titre, la *focalisation de l'image* en rapport avec *sa force et son pouvoir* est donc une des problématiques dont nous comptons entamer dans ce présent chapitre.

Donnons maintenant un exemple d'image de couverture très coloré(e) et animée appartenant à des livres d'enfant qui ont pour objectif de pouvoir attirer les petits lecteurs à aimer les livres et la lecture :



Image 12. Livres d'enfant (a)



Image 13. Livres d'enfant (b)

3.1.1. L'observation visuelle de l'image

En effet, quelle que soit l'image, elle doit *tout d'abord* satisfaire nos yeux avant de pénétrer dans notre esprit, dans notre âme et notre conscience. La satisfaction des yeux fait partie de notre culture et tradition turque dans le domaine de la gastronomie : Dans la cuisine, à table avant de manger, nous attendons d'être rassasiés d'abord par nos yeux ; d'où l'expression turque culinaire : « *Sofrada karnımızdan önce gözümüz doyacak.* » Nous savons

bien que les *couleurs* et les *formes* en combinaison avec les traits, les lignes et les dessins attirent non seulement les petits, les enfants, mais aussi nous les grands, les adultes... A ce titre, il en est de même pour les livres de méthode du FLE (français langue étrangère) ainsi que certains ouvrages scientifiques qui engendrent des pages de couverture ayant une valeur énonciative dotée d'une *fonction cognitive référentielle* focalisant sur un point précis du contenu du livre en question en destination des récepteurs, c'est-à-dire le public cible.

Nous avons ci-dessous deux exemples d'image de couverture issue de deux domaines différents: Le premier exemple est la couverture du livre de méthode de FLE « Taxi » bien coloré en couleur orange (Niveau A1) et verte (Niveau A2) pour pouvoir attirer l'attention des étudiants débutants en vue de leur faire aimer le français langue étrangère. Il en est de même pour le tout nouveau livre de méthode de français intitulé DEFI (composé de 2 volumes aussi). Observons maintenant les pages de couverture de ces deux livres de méthode de français en couleurs différentes :



Image 14. Couverture du livre de méthode de FLE « Taxi »



Image 15. Couverture du nouveau livre de méthode de FLE « Défi 1/2 »

Le deuxième exemple est le fameux ouvrage connu mondialement du célèbre sémioticien linguiste français Roland Barthes, intitulé « Le degré zéro de l'écriture ». Sur la page de couverture de ce livre, nous apercevons l'image d'un grand cercle en forme de zéro à l'intérieur duquel nous avons différentes formes de zéro. Zéro représente ici le signe ; d'où nous pouvons substituer le concept « zéro » par un autre concept qui est le « signe ». De ce fait, nous pouvons donc avancer l'interprétation suivante : L'image en forme de cercle qui symbolise ici le « zéro » (c'est-à-dire la base, le fond de quelque chose) pourrait représenter « le signe de l'écriture » ou plutôt en pluralisant « les signes de l'écriture » (c'est-à-dire la base, le fondement de l'écriture). Ainsi, il sous-entend la richesse au niveau des variétés des *signes littéraires* étant les éléments essentiels de l'écriture (littéraire). Observons maintenant l'image qui subsiste sur la page de couverture de ce livre :

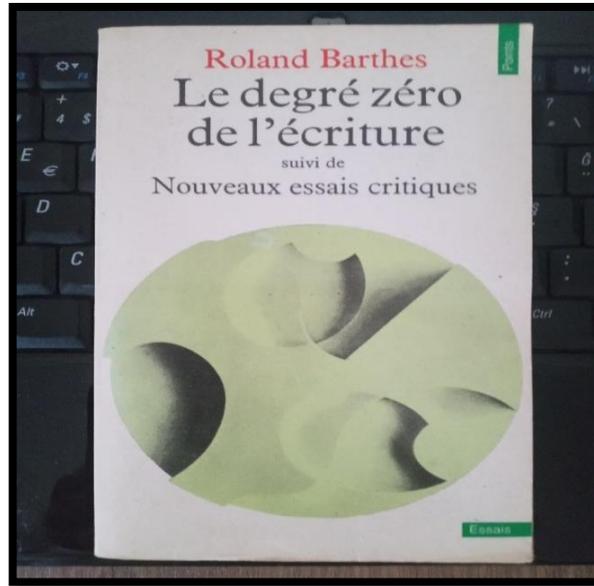


Image 16. Couverture du livre de Roland Barthes

3.1.2. Une expression spécifique sur l'image

D'un point de vue général, il existe une *expression française* qui dit pour un enfant calme et gentil : « Il ou elle est sage comme une image ». Cette expression décrit en quelque sorte *l'état statique* (en structure de surface et en dénotation), mais surtout *dynamique et intellectuel* (en structure profonde et en connotation) d'une image qui peut par contre engendrer un *message effectif ou efficace* (avec un effet de sens considérable) beaucoup plus complexe en fonction du contexte et de la *situation d'énonciation*. C'est ce que nous allons en conséquence essayer de dévoiler dans ce prochain chapitre en faisant des analyses pointues suivies des commentaires de divers exemples de couverture de roman tout en prenant en compte des mots constituant le titre du roman concerné. Les domaines de la littérature, la sémio-linguistique et la rhétorique seront associés avec une *approche interdisciplinaire* dans nos analyses des images littéraires dans ce 3^e et dernier chapitre de notre thèse doctorat.

3.1.3. Relation « image – parole »: Valeurs et fonctions

Selon le contexte, il est en effet inévitable d'aller rechercher l'image dans la parole ou, au contraire, la parole dans l'image. Une parole privée d'image est sans délice ; disons comme un oiseau sans ailes. Il va de soi que la beauté des mots est associée à la beauté des images. Le poids sémantique du mot dépend de sa corrélation avec son image. Ce qui revient

à dire que « mot » et « image » sont considérés en tant que dichotomie principale dans notre étude du point de la relation de dépendance et de complémentarité. Avec les mots constituant la parole, cette situation nous présente la puissance de l'image clairement et sans aucun doute. Il s'agit d'une « image perlocutoire », ce dont on appelle « image effective » est à notre sens un signe visuel qui a pour effet et fonction de déclencher une trace à la fois permanente et inoubliable dans le processus cognitif du lecteur-récepteur du message. Ainsi, nous pouvons schématiser la force de l'image (l'effet et le pouvoir de l'image):

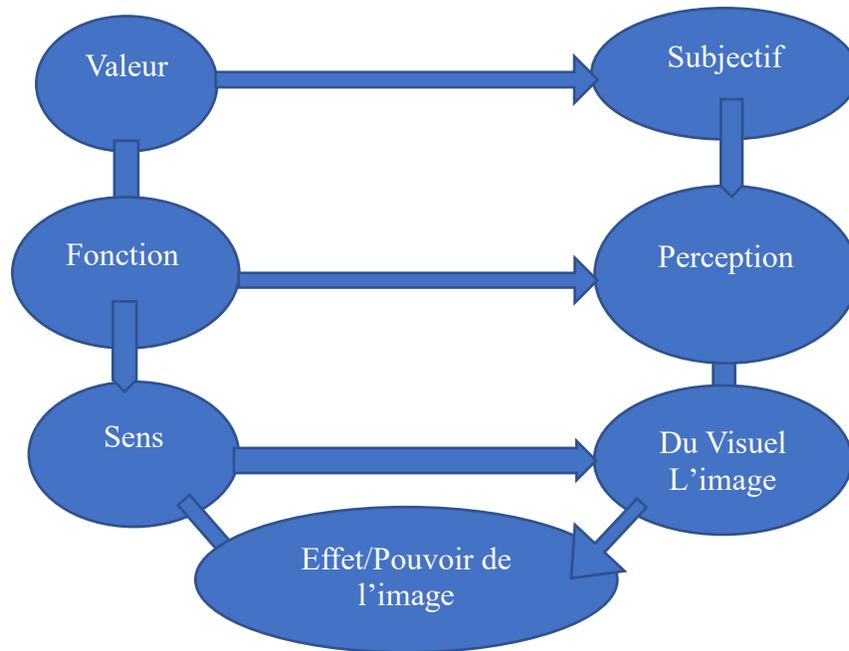


Figure 30. Valeur et fonction de l'image

Dans cette partie, nous nous sommes appuyés sur une *méthode analytique et descriptive* en même temps sous l'angle théorique de la sémiotique. Afin de répondre à la problématique posée au préalable, nous avons donné des exemples représentatifs qui méritent des analyses interprétatives quant à la structure profonde des images combinées avec les mots. Notre travail insiste en particulier sur la description des *valeurs fonctionnelles* des images de couverture de roman issues de la Littérature Française Classique et Moderne. Pour ce faire, nous allons réaliser nos analyses sur les images de couverture de roman littéraire selon le modèle présentatif qui figure ci-dessous:

Tableau 5. Tableau présentatif: La lecture préliminaire de l'image

AUTEUR
TITRE
IMAGE
CARACTERISTIQUES
SIECLE
Référence du roman
Couverture du roman

Nous avons ci-dessous quelques exemples d'images de couverture²⁷ relevés de romans dits "classiques" :

²⁷ La plupart des images de couverture de romans littéraires seront relevées du moteur de recherche Google, alors que certaines seront des photographies prises par nous-même à partir du roman original français. Nous préciserons cela à chaque fois pour chaque couverture de roman avec une note de bas de page.

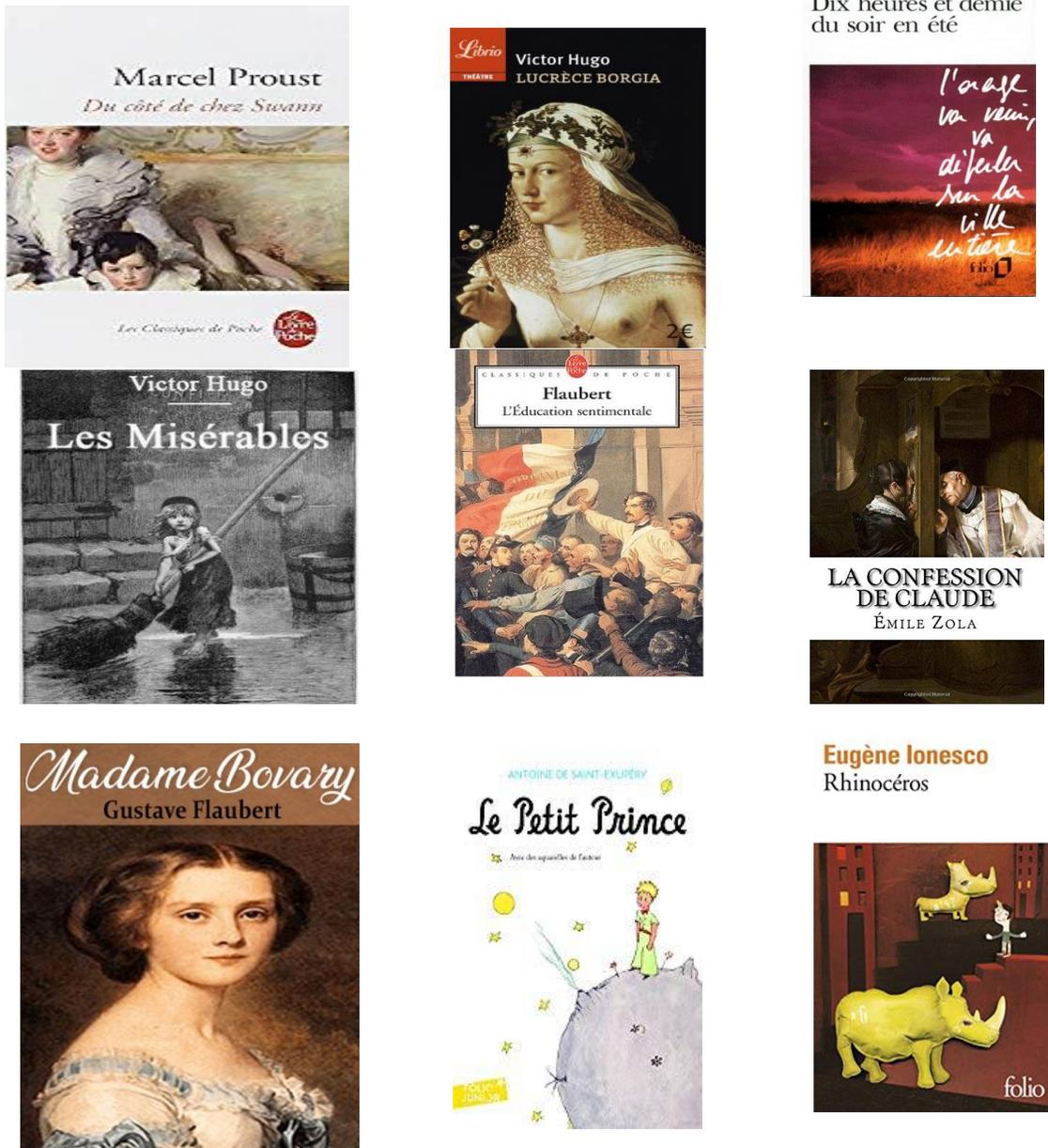


Image 17. Pages de couverture d'œuvres classiques

Et maintenant donnons quelques exemples d'image de couverture appartenant à des romans modernes:

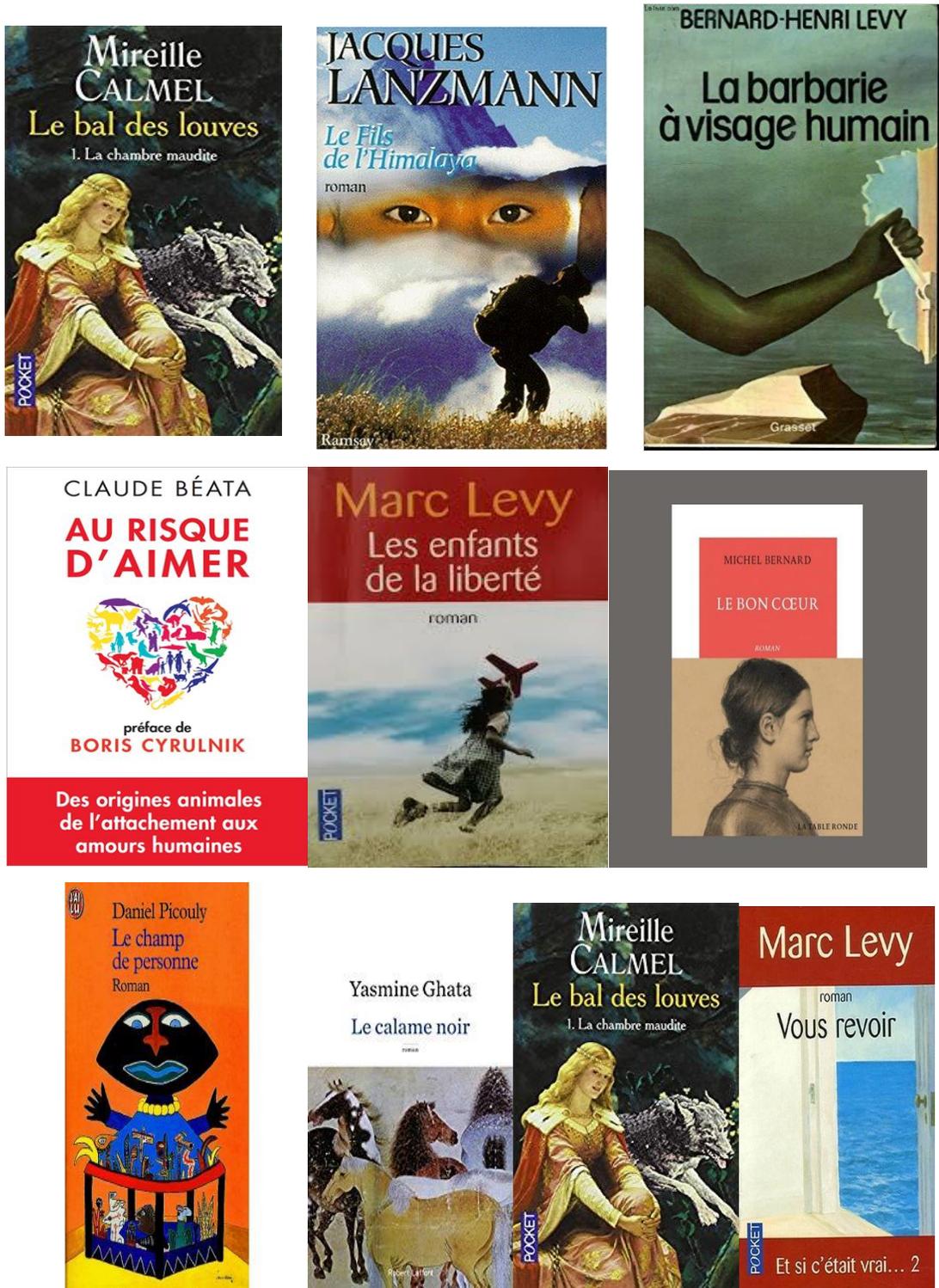


Image 18. Pages de couverture d'ouvrages modernes

3.2. La page de (C)Ouverture du roman

Comme nous le savons bien, la page de couverture, appelée généralement « première de couverture », est considérée comme l'*apparence extérieure*, autrement dit la « face externe » d'une œuvre par rapport et en rapport à son contenu interne. Ainsi reconnue par le monde entier, la couverture d'un roman constitue la face avant de la première page de cette œuvre, celle qui est devant nos yeux et à notre première vue. Cette première page de couverture est considérée, de par son existence mondiale et internationale, comme une *valeur universelle*.

Il nous est cependant possible de comparer en quelque sorte *métaphoriquement* la première page de couverture d'un roman au corps humain, car il faut considérer la couverture de roman aussi vivante et animée que l'anatomie humaine. Ainsi, nous pensons qu'une couverture de roman se constitue de 3 parties verticales (du haut vers le bas ; de la tête au pied), à savoir le titre, l'image ou le dessin (avec tous ses aspects et caractéristiques comme les traits et les couleurs) et la marque de la Maison d'Édition du haut vers le bas sur la page de couverture.

Ce qui revient à dire que nous en tant que lecteurs, nos regards se dirigent aussi du haut vers le bas, autrement dit nous regardons et lisons tout d'abord le titre, ce qui est tout à fait naturel, par la suite notre vue et notre perception s'orientent automatiquement en direction de l'image afin de mieux la comprendre et enfin de mieux saisir cette composition. Ceci peut être considéré comme un réflexe ou un geste automatique effectué par le lecteur qui a pour objectif essentiel la compréhension de la couverture en vue de la sélection du roman ou de l'ouvrage en question.

3.2.1. L'image: Lieu de silence, parole silencieuse ou parole muette?

L'image est en jeu au moment où la parole demeure silencieuse. De ce fait, il nous est possible de considérer l'image de la couverture du roman comme une sorte de « parole silencieuse » ou une « parole muette ». Ce sont plutôt les émotions, les sentiments, les perceptions, la *cognition visuelle* qui sont en jeu dans le profond de l'image. On est donc dans la *fonction cognitive* appelée aussi en linguistique sémiotique la « fonction référentielle » de l'image. C'est la raison pour laquelle, nous pouvons décrire l'image comme le lieu de « silence » par excellence dont l'existence s'explique au moyen de la vue, du regard

et de l'observation (processus cognitif), alors que le titre et le texte est bel et bien le lieu de la voix par le biais de la lecture (processus linguistique). Le dénominateur commun des deux paramètres est les yeux et la mémoire qui ouvrent la porte à la réflexion et au raisonnement sur le roman littéraire. Nous voudrions maintenant schématiser cette conception avec les deux figures ci-après:

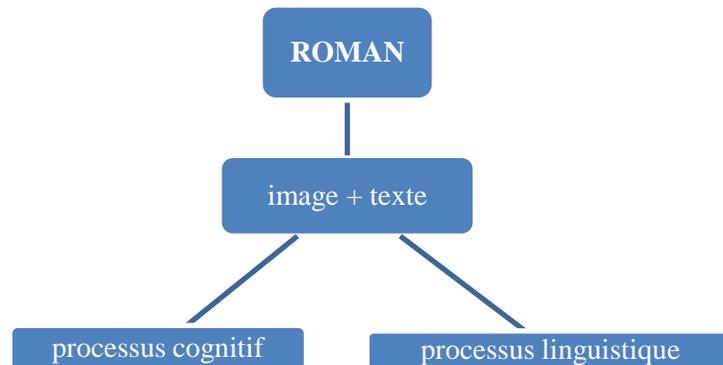


Figure 31. Le roman, l'image et le texte

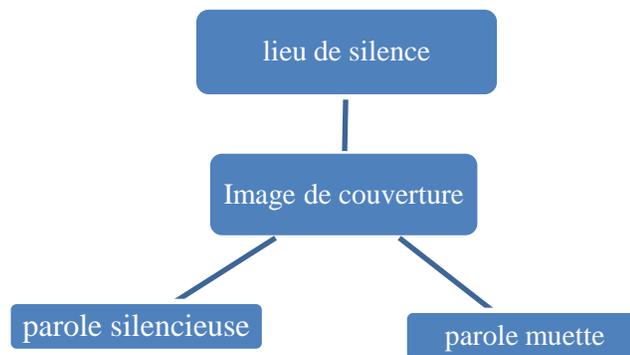


Figure 32. L'image comme lieu de silence

Dans le visuel ci-dessous tiré du moteur de recherche Google, la touche "mute" d'une télécommande de TV pourrait très bien symboliser cette conception de l'image comme lieu de silence ou la parole est totalement silencieuse ou muette.



Image 19. La touche “mute” d’une télécommande de TV

Première page de (c)ouverture = ouverture du roman. En partant de cette conception de première page, nous voudrions ici mettre l’accent sur le terme de “(c)ouverture” : *En effet, la couverture représente l’ouverture d’un roman...* Elle permet de réaliser au lecteur le premier geste ; ce premier *acte extralinguistique* qui consiste à une sorte de réflexe, l’habitude d’ouvrir un roman en ne commençant pas sa page de couverture. La couverture aide à lui donner une première *impression perceptive* sur le roman qu’il tient en main et qu’il est presque sur le point de démarrer la lecture. A ce titre, nous pouvons dire que la notion de *(c)ouverture* pourrait être considérée comme la station de départ d’un train qui est sur le point de démarrer un long voyage de littérature à travers le roman...

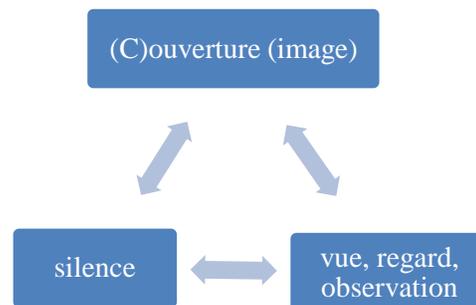


Figure 33. Le roman et sa couverture

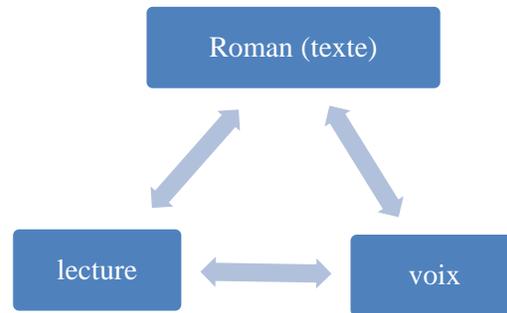


Figure 34. Le roman et le texte

Pour la lecture des images de couverture de roman sélectionnées, nous avons bénéficié du fameux schéma de communication proposé par le célèbre linguiste Roman Jakobson (1963) comme le point de départ du commentaire de la communication entre l'auteur et le lecteur. Nous avons également consulté prioritairement et majoritairement la théorie sémiotique de Laurent Gerveau (2004) qui propose ces deux visées importantes du visuel : « La description et l'interprétation de l'image ».

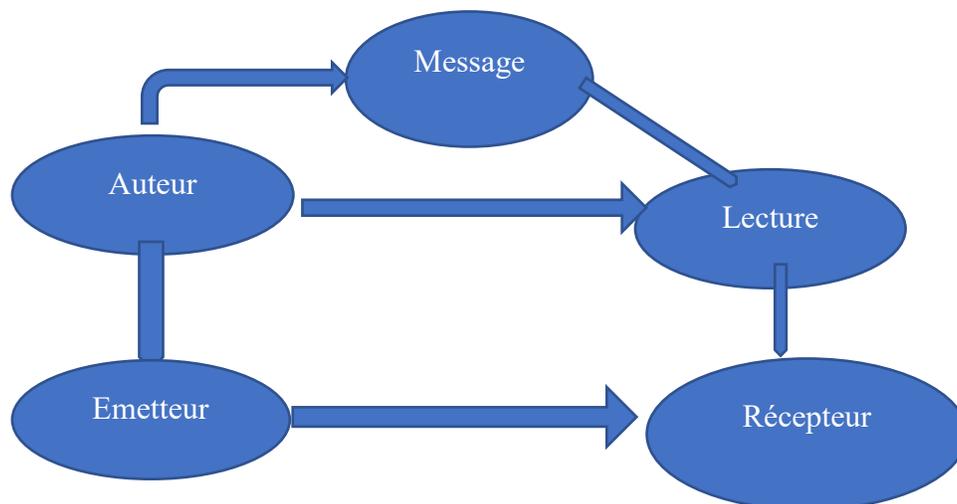


Figure 35. Relation communicative entre l'auteur (émetteur) et le lecteur (récepteur)

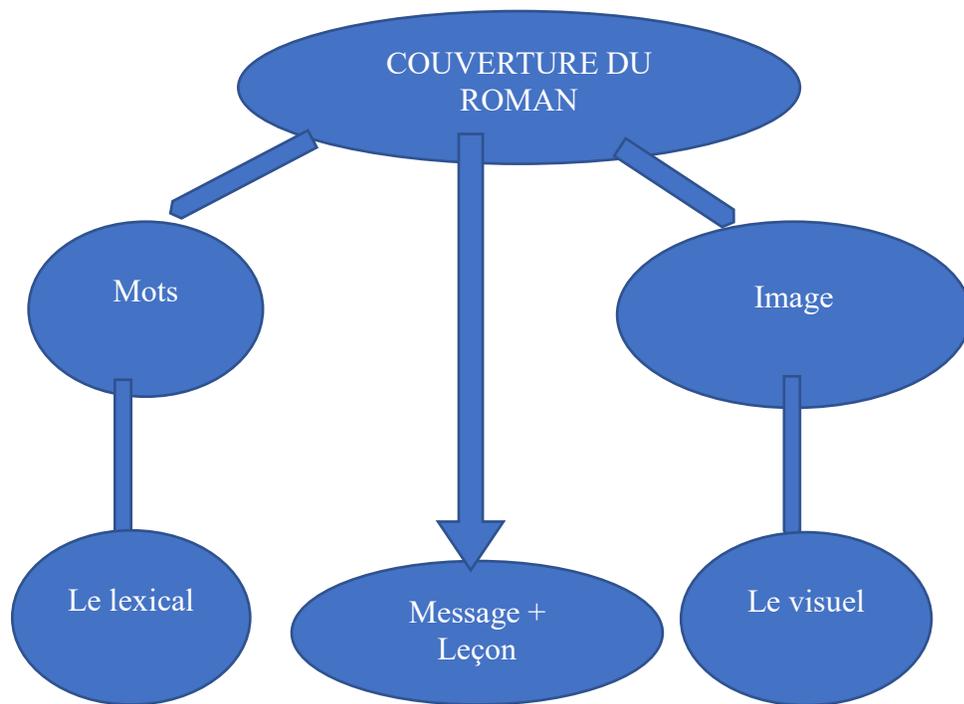


Figure 36. L'illustration des composants de la couverture d'un roman

3.2.2. La composition de la page de couverture

Ces trois parties verticales pouvant être appelées également par les notions de « dimensions (D) ou paramètres (P) », le premier paramètre en tête de la page, le titre pourrait représenter la tête de l'être humain, le deuxième paramètre étant l'image ou le dessin serait en fait le corps ou le buste humain, et enfin le troisième paramètre étant l'indication de la Maison d'Édition serait les pieds de l'anatomie humaine. En partant de ce point de vue distributionnel ou dimensionnel, nous pouvons ainsi illustrer par ces deux schémas cette idée de *3 dimensions (3D) et de 3 paramètres (3P)* composant la page de couverture et le *regard vertical du haut vers le bas*:

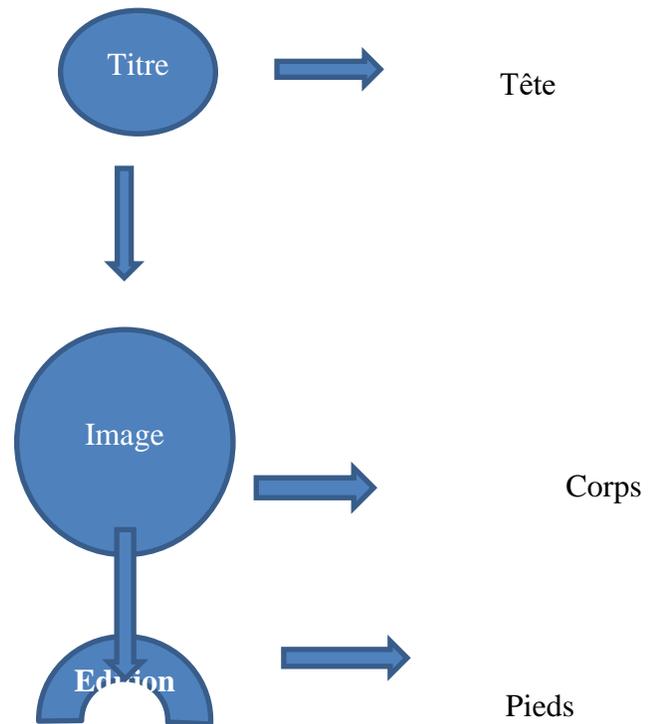


Figure 37. Le modèle de 3D de la couverture de roman

Globalement, la couverture se compose généralement des éléments suivants dans cet ordre : a) le nom de l’auteur, b) le titre (sous-titre éventuel/facultatif), c) l’image, d) le nom de l’édition. Vu que notre sujet concerne la relation entre le titre et l’image, nous nous concentrons plutôt et davantage sur cette combinaison dichotomique. Néanmoins, notons bien que l’élément central est principalement l’image de la page de couverture du roman. Le schéma ci-dessous représente les éléments linguistiques et extralinguistiques de la couverture d’un roman :

Tableau 6. Représentation de la première de couverture

↓	1. Auteur
↓	2. Titre (<i>sous-titre</i>)
↓	3. Image
↓	4. Edition

3.3. Le regard du lecteur

Ce modèle de 3D formant la composition de la page de couverture nous permettra de comprendre la direction du regard représentant la perception et la signification du *processus cognitif* quelque peu subjectif du lecteur. A ce titre, nous allons illustrer par un autre schéma la description du regard vertical orienté du haut vers le bas de la page de couverture effectué par le lecteur en vue de la *compréhension de l'image* et de la sélection du roman concerné :

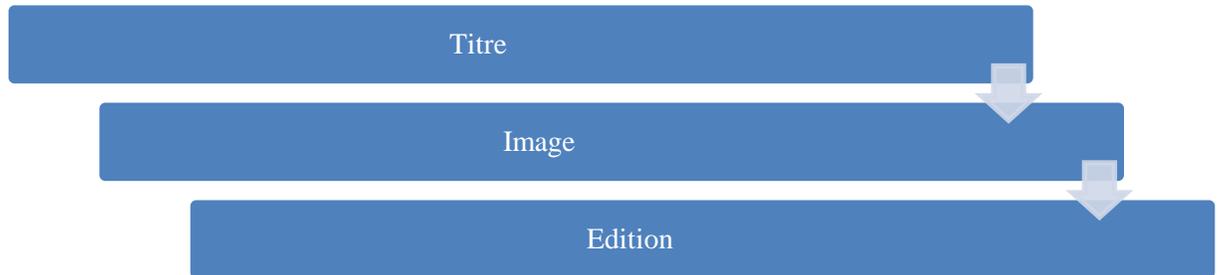


Figure 38. Les 3P de la couverture de roman

De ce fait, à propos de l'image en terme général, nous sommes en mesure de pouvoir dire qu'il y a une sorte de transition ou de transformation de l'image photographique et technique (état statique) latente²⁸ vers une *image visible et visuelle* (état dynamique) par une personne qui commence à la regarder.²⁹ A partir de cette conception du terme en question, nous pouvons parler du *dynamisme de l'image* en évoquant les deux questions fondamentales suivantes lors de nos analyses de la première page de couverture de divers romans :

Premièrement : *Quel est le niveau ou le degré de l'aspect dynamique de l'image visuelle figurant sur la page de couverture de tel ou tel roman selon la perception du lecteur ?* Et deuxièmement : *Existe-t-il une **figure de style** sur l'image de la couverture du roman au niveau de la rhétorique de l'image ? Si oui laquelle et comment pourrait-on l'interpréter ?*

3.4. Le titre, l'image et l'édition

Comme nous venons de le dire, la couverture d'un roman est comme une composition, un tableau comprenant ces trois parties relationnelles : le titre, l'image et le

²⁸ Par cet adjectif associé à l'image, on entend celle qui est quelque peu ouverte, peu claire, plus ou moins floue.

²⁹ Dans notre étude d'image, il est question des lecteurs qui ont en main le roman concerné en vue de le lire. Nous nous mettons donc à la place du lecteur afin de pouvoir analyser les pages de couverture des romans puisque nous-mêmes sommes bien entendu une des lecteurs/lectrices parmi des milliers d'autres dans le monde entier.

nom de l'édition. Ces trois parties que nous avons appelées « paramètres et dimensions » ont un caractère relationnel et complémentaire, autrement dit, il y a une relation de dépendance et de complémentarité. On ne peut pas évoquer ces parties indépendamment l'une de l'autre. Il faut donc absolument mettre en évidence notamment le titre et l'image ensemble et en même temps pour pouvoir comprendre le contexte général de la page de couverture d'un roman.

C'est la raison pour laquelle nous l'avons comparé métaphoriquement à un corps humain ou à une anatomie humaine. Il en est de même pour un puzzle ou il faut absolument toutes les pièces là où il faut dans le bon ordre et sans aucun manque, d'où même une seule pièce manquante pourrait déformer la structure du dessin dans son ensemble ou de l'image dans sa généralité. Il en est de même pour un tableau artistique dans lequel figurent tous les aspects de peinture artisanale comme les divers traits et lignes, ainsi que les différentes couleurs et formes.

Une note particulière au niveau de la notion d'image qui coïncide au terme équivalent en turc « imge » et « simge » signifiant les deux en français « image / signe » d'où étymologiquement parlant la racine nominale « im- » désigne elle-même la notion de « marque / signe ». Par contre, soulignons qu'il s'agit juste d'une simple coïncidence au niveau terminologique. Cependant, il nous est possible d'illustrer cette coïncidence terminologique par le schéma suivant:

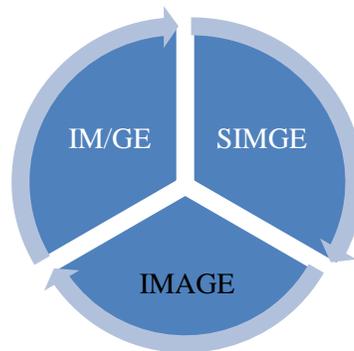


Figure 39. La notion d'image en français et son équivalent turc

D'autre part, il est possible d'établir un *lien sémantique et étymologique* entre le nom "im" (= signe) et l'ancien verbe turc "i-mek" qui devient en turc moderne "ol-mak" et qui correspond en français au verbe "être, devenir". En effet, le lien sémantique assigné à la lettre /i-/ étant la voyelle qui se trouve dans les deux termes (nom et verbe) pourrait nous démontrer

l'existence d'un objet, d'une personne ou d'une situation. Dans ce cas, l'objet de l'existence serait l'image ou plus généralement le signe. Cela étant dit, nous pourrions effectivement parler de *l'existence d'un signe*, d'une marque, d'une image dans l'exemple du mot "im-ge". Illustrons maintenant cette relation sémantique et étymologique entre les trois termes (image / imge / imek) avec le schéma suivant :

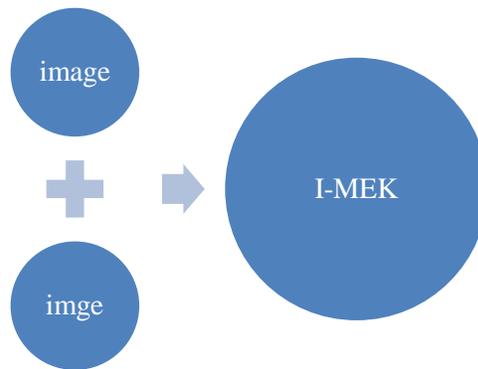


Figure 40. Relation sémantique et étymologique

3.4.1. Couverture avec le titre et l'image

Ci-dessous figure un exemple de couverture d'ouvrage complet avec les trois composants. Il s'agit ici d'une *combinaison dichotomique* où la dichotomie « titre – image » (relation entre 2 éléments) domine sur cette couverture, mais nous pouvons aussi parler de la dichotomie « texte – image – édition » (relation entre 3 éléments) dans laquelle la *distinction triviale* est explicite.

Lorsqu'on observe cette couverture, nous pouvons facilement comprendre de quoi il s'agit dans cet ouvrage. Pour cela, d'abord nous lisons le titre et tout de suite après nous regardons l'image. Pour être plus claires, nous lisons presque en même temps que nous regardons l'image ; donc la lecture du titre et le regard sur l'image sont des actes dont le premier linguistique, le second extra-linguistique qui correspondent simultanément. Comme le démontre cette illustration de page de couverture, *l'image c'est l'esprit, l'âme du roman, autrement dit le cœur de l'écrivain*, sans laquelle un roman ne pourrait exister réellement. Voilà comment il faudrait vraiment définir une image avec la *présence réelle de l'auteur* du roman concerné.

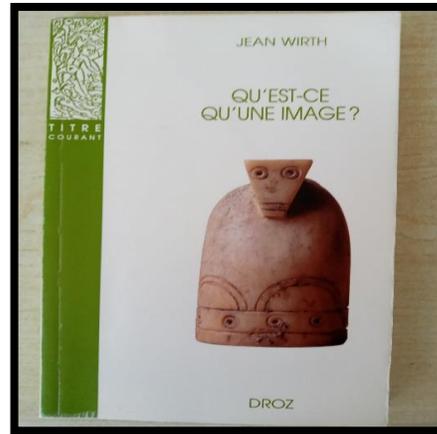


Image 20. Couverture avec le titre et l'image

3.4.2. Couverture sans le titre

Dans l'illustration du même livre qui se trouve ci-dessous, le titre étant caché, il nous est impossible de n'établir aucun lien en particulier d'ordre *sémantique et sémiotique* entre l'ouvrage et son image. De ce fait, nous comprenons la place et l'importance du titre en tant que la première étiquette, le premier marquage susceptible de donner aux lecteurs une première idée et une première vue d'ensemble sur le contenu thématique du livre. Par conséquent, il faut absolument considérer l'image accompagnée de son titre correspondant aux romans littéraires que nous allons analyser dans les pages ultérieures.

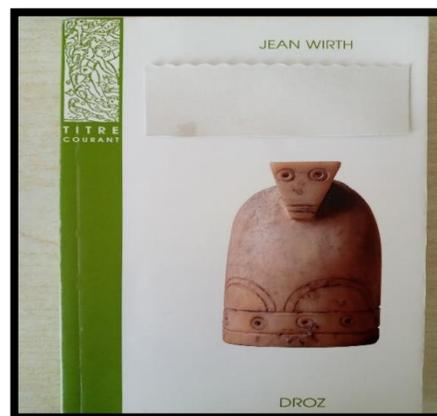


Image 21. Couverture sans le titre

3.4.3. Couverture sans l'image

Et voici ci-dessous le même ouvrage avec le titre, mais cette fois sans l'image. Un livre *sans image* est comme un oiseau sans ailes. À vrai dire, on ne peut pas bien comprendre (comme il le faut) ce que le titre sous-entend comme signification. L'image a donc comme principale fonction de *soutenir et de compléter la signification* qui se trouve cachée dans la structure profonde du titre. Dans cette dichotomie « titre – image » et pour parler en *terme saussurien*, si le titre est considéré comme le signifiant, l'image peut être supposée comme le signifié de l'ouvrage. Pour expliquer les dualités sémiotiques autrement, cette fois en *terme chomskien*, si le titre est supposé comme la structure de surface, l'image peut être considérée comme la structure profonde du même ouvrage.



Image 22. Couverture sans l'image

3.5. Analyse du titre de la couverture du roman

Il faut souligner avant tout que l'analyse du titre de la couverture de roman ne peut guère se réaliser, à notre sens, indépendamment, mais simultanément avec son complément essentiel qui est l'image. Il convient donc de considérer ces *deux éléments linguistiques, non-linguistiques et sémiotiques* ensemble, c'est-à-dire en un bloc unitaire (pour ne pas dire unique) en tant qu'*unité dépendante et complémentaire*.

Pour revenir à la question de la formation, la structuration et l'organisation du titre, il nous semble logique de considérer le titre avec une approche analytique et interprétative sous 4 catégories fondamentales en tenant compte de sa *structure*

morphologique et lexicale (morpho-lexicale) qui sont les suivantes : a) le titre formé d'un seul mot, b) le titre formé de plus d'un mot, c) le titre formé de nom commun, d) le titre formé de nom propre. Nous pouvons bien entendu établir d'autres sous-catégories concernant le titre, mais nous concevons que celles-ci sont les plus explicites au niveau de sa *formation morpho-lexicale*. A partant de cette conception, nous tenterons dans cette partie de *décoder, de décortiquer une image* de fil en aiguille à la façon de tricoter un pull avec un soin rigoureux et une attention particulière. Car l'image littéraire est *la base du roman et la raison de son existence* qui le nourrit dans le champ de la littérature française.

3.5.1. Le titre formé d'un seul mot

Il y a parfois des romans dont le titre est formé d'un seul mot. Ceci peut être un nom commun ou un nom propre qui se trouve associé directement ou indirectement au contenu thématique du roman. Même si ce type de titre n'est pas très fréquent, il peut avoir un effet de sens de haut niveau du point de vue du sémantisme et de la relation avec l'image. A titre d'exemple, donnons ces deux pages de couverture dont l'un est le roman « Salammbô » de Flaubert et l'autre « Germinal » de Zola³⁰:

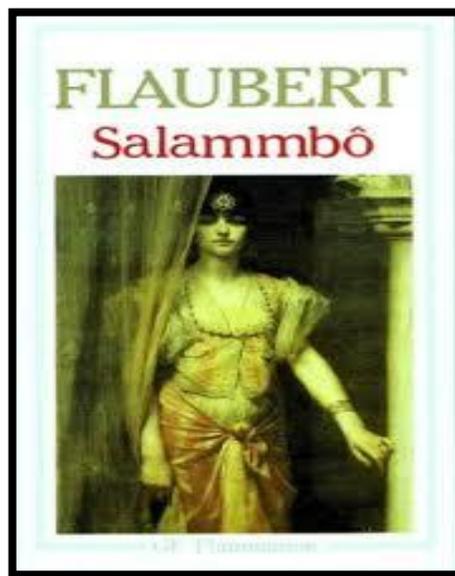


Image 23. Flaubert (Salammbô)

³⁰ Les images de couverture de roman sont sélectionnées sur internet.

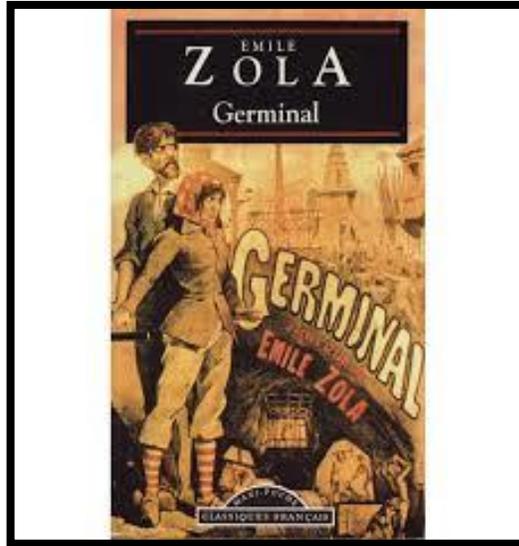


Image 24. Zola (Germinal)

3.5.2. Le titre formé de plus d'un mot

Le cas le plus fréquent est celui-ci : Les romans dont la page de couverture contient un titre formé de plus d'un mot. Dans ce cas, le titre démontre une explicitation par rapport au contenu thématique du roman ; soit sur le plan de la situation ou l'événement qui se passe dans l'histoire ou le conte, soit sur le plan du héros ou d'un des personnages romanesques. En voici un exemple de couverture de roman avec un titre formé de plus d'un mot:

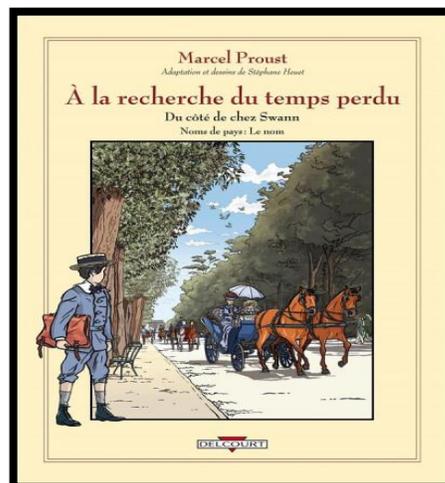


Image 25. Proust (A la recherche du temps perdu)

3.5.3. Le titre formé de nom commun

On peut aussi retrouver ce premier cas de figure au niveau de la nature des mots se trouvant dans le titre : Le titre formé de nom commun. Nous estimons utile de classer les titres selon la nature des mots, car dans les romans littéraires les noms communs et les noms propres sont catégorisables en fonction de leur fréquence d'utilisation dans la littérature romanesque. Ci-dessous se trouve un exemple de roman français dont le titre est formé de noms communs:

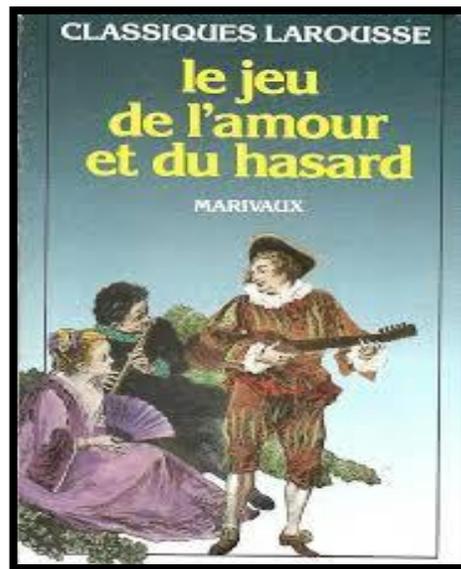


Image 26. Marivaux (Le jeu de l'amour et du hasard)

3.5.4. Le titre formé de nom propre

Le deuxième cas de figure qui est aussi fréquent que le premier est le titre composé d'un nom propre. Le nom propre est soit un nom de lieu, soit le nom du héros ou d'un personnage (important) qui se trouve au centre du sujet romanesque. Par exemple, observons ces deux différentes couvertures du même roman, celui intitulé « Notre-Dame de Paris » de Victor Hugo. Les deux images différentes seront bien entendu considérées, jugées ou plutôt critiquées avec plus ou moins une certaine subjectivité de la part des lecteurs cibles.

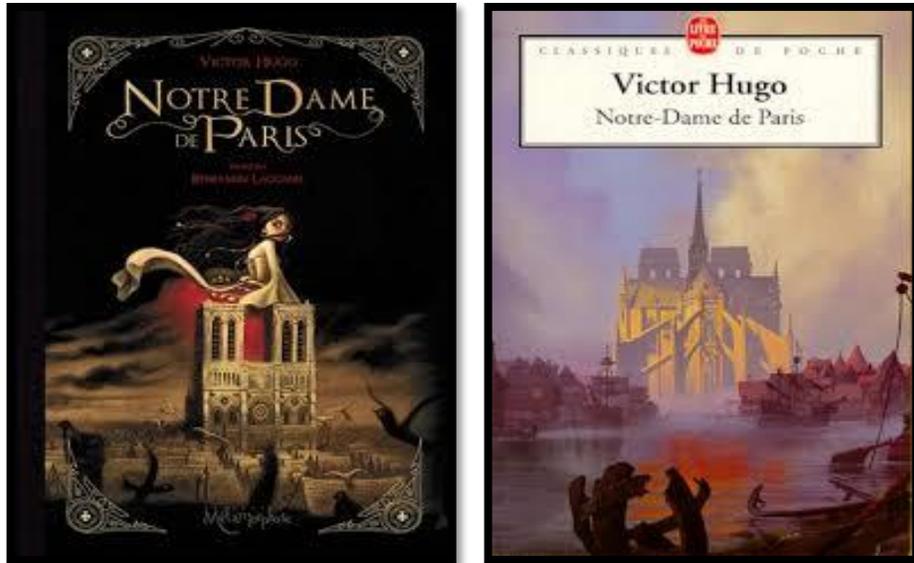


Image 27. Deux images de Notre-Dame de Paris

3.6. Qu'est-ce qu'une "image littéraire"?

Avant tout, nous estimons l'utilité de définir l'image littéraire en nous posant cette première question culminante : qu'est-ce qu'une image littéraire ? Est-ce l'image des images ou bien l'image dans une image ? Ces questions trouveront bien leur réponse si seulement nous pouvions considérons l'image littéraire comme un parcours aussi bien littéraire qu'imaginaire dans différentes circonstances, divers espaces et ères de la Littérature Française. Ce parcours littéraire de l'image se nomme de l'image à l'imagination... Nous allons voir dans les lignes suivantes qu'au fond l'image relève de l'imagination. Les deux concepts ont tout d'abord une relation d'ordre étymologique ayant tous les deux comme racine, le radical nominal « imag- » comme son équivalent turc: de la racine nominale « im- » (qui veut dire signe, indice au sens général du terme) au concept un peu plus riche et catégorisable au niveau sémio-linguistique « im-ge » (= signe linguistique/extralinguistique, image, etc) et le concept « imge-lem/e » (im-ge-lem/e) qui décrit l'opération sémiotique; c'est-à-dire le fait d'opérer la structuration, de réaliser la construction un signe, une marque, une image, etc. La voyelle finale « -e » n'étant pas obligatoire, mais facultatif dans le terme « imgelem(e) » en turc. Maintenant, schématisons ainsi la structure étymologique de ces deux concepts:



Figure 41. Le concept étymologique en français



Figure 42. Le concept étymologique en turc

3.6.1. De l'image à l'imagination

Ce qui est certain, c'est qu'on est face à un processus allant de l'image vers l'imagination, et plus particulièrement vers une imagination littéraire. Puisque la littérature est en elle-même une forme spécifique de l'imagination que l'on est amené à faire selon la thématique abordée, quel que soit le genre littéraire. En effet, cette imagination réalisée aussi bien par l'auteur que par le lecteur se dessine en dépendance et en fonction de la situation de l'énonciation ; c'est-à-dire le temps, le lieu et les personnages qui constituent les trois unités principales d'un roman par exemple. Car nous savons bien que ces unités principales composant une œuvre se trouvent aussi bien dans tous les autres genres littéraires. Orsenna métaphorise la grammaire aussi bien dans le titre que dans le contenu de son livre intitulé "La grammaire est une chanson douce". À propos du parcours allant de l'image à l'imagination ainsi que les *caractéristiques imaginative, perceptive et cognitive* de l'image littéraire, en nous inspirant du titre du livre d'Orsenna, nous pouvons aussi dire que *l'image littéraire est comme une chanson douce* au niveau poétique, stylistique et esthétique. Voici ci-dessous la page de couverture du livre en question d'Erik Orsenna (2001):

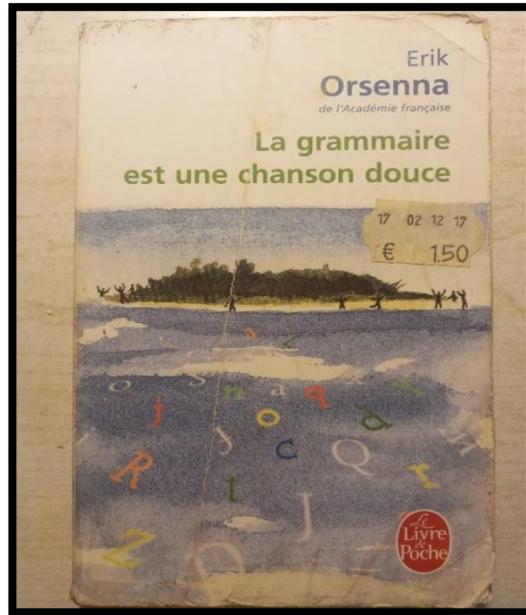


Image 28. Page de couverture du livre de Orsenna

3.6.2. L'image des Images ou l'image dans l'image ?

Il convient donc de distinguer les notions “image” et “image littéraire” en tant que concepts divergents. Quand on dit “image” tout court, on ne spécifie pas le type d’image, mais en revanche lorsqu’on dit “image littéraire”, on entend bien “littérature” et donc on classe le genre d’image en question. L’image est dans ce sens généralisant, or l’image littéraire est déterminante. Essayons d’expliquer davantage cette conception descriptive : Alors que l’image est une notion plus générale, *l’image littéraire* est plus spécifique, car on détermine concrètement quel genre d’image il est question. C’est comme la relation dichotomique qui puisse exister entre les notions binômes comme “langue – langage” ou “signe – signe linguistique” ou encore “marque – marque stylistique”.

En effet, la *typologie de l’image* est ici identifiée au moyen d’un qualificatif (l’adjectif “littéraire”) qui détermine la classe d’image parmi tant d’autres possibles : il s’agit donc du domaine de la littérature et plus précisément la Littérature Française. On pourrait également adopter la dénomination d’image littéraire française. L’image littéraire n’est pas une simple image ordinaire. Car elle se dissocie de l’image générale par certains traits caractéristiques qui la singularisent non seulement au niveau de son *contenu informatif*, mais aussi et plus particulièrement au niveau du *message stylistique* qu’elle comprend dans la *structure*

profonde de sa visualité. C'est comme une image particulière, spécifique qui puisse exister dans le fond d'une première image : *En bref, elle est vraiment en un mot l'image des images* (Tr. imgelerin imgesi) et *l'image dans l'image* (tr. imgenin içinde imge) avec toutes ses qualités visuelles et sensorielles (stylistiques, littéraires, poétiques...). Comme le confirme bien cette citation de l'historien, sociologue et romancier américain Théodore Roszak : « Tout est soi et autre chose ; l'image dans l'image, le mot dans le mot. »

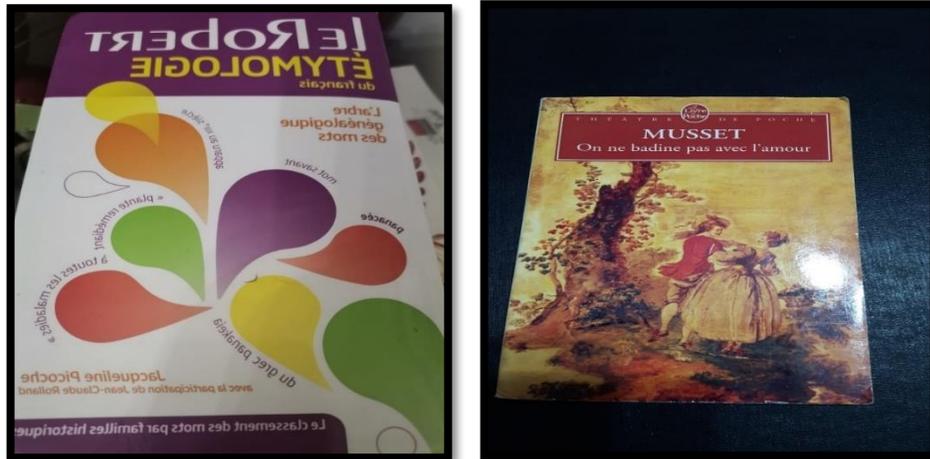


Image 29. Image dictionnaire et image littéraire

En fait, du point de vue caractéristique ce type d'image reflète une stylistique proprement littéraire renvoyant soit à un des personnages (par exemple le héros), soit à une situation spécifique représentant un moment précis du roman (temps ou lieu de l'énonciation), soit directement à l'écrivain qui a mis en œuvre le roman en question (comme dans l'exemple ci-dessous). On est donc en présence d'une conception définie par une notion purement littéraire. De sa nature, l'image littéraire détient donc une fonction de référence ; le référent étant l'image littéraire en elle-même. L'image que nous voyons ci-dessous (photographie prise d'une affiche) réfère clairement avec *un style direct* à Victor Hugo et sa Famille.



Image 30. Image de Victor Hugo avec ses petits-enfants

3.6.3. Catégorisation principale de l'image littéraire

Cependant, nous voudrions vous présenter les catégories d'image littéraire les plus essentielles que nous avons établies lors de nos longues analyses de page de couverture. Ces catégories principales qui se répartissent en 4 classes générales selon la nature de visualité de l'image sont les suivantes : 1. *Image linguistique*, 2. *Image extralinguistique*, 3. *Image stylistique*, 4. *Image pragmatique*. Afin de déterminer ces catégories d'image, nous avons pris en considération aussi bien la sémiotique que la linguistique, l'extralinguistique, la stylistique et la pragmatique du point de vue de l'apparence visuelle de l'image littéraire. Voici ci-dessous l'illustration de cette catégorisation :

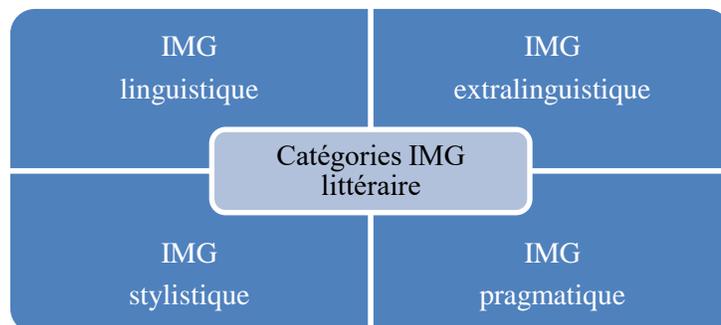


Figure 43. Catégorisation de l'image littéraire

3.6.4. L'image littéraire: Une énonciation implicite et sous-entendue

L'image littéraire est une notion qui relève de *l'implicite et/ou du sous-entendu* concernant à priori une sorte de discours indirect au sens d'une énonciation indirecte. Il s'agit ici bien entendu d'une sorte de *communication* étant un *type de discours énonciatif* qui se forme et s'établit entre l'auteur et le lecteur. Ce qui revient dire qu'il y a un sens caché derrière l'image littéraire. Pour déchiffrer le sens implicite, il convient de descendre dans la structure profonde de la page de couverture du roman. C'est justement ce que nous allons essayer de faire dans nos analyses d'image couvrant la couverture des romans littéraires que nous allons sélectionner en fonction de *la différenciation, la catégorisation et la représentation* de l'image littéraire. Cela dit, il convient de noter d'emblée que les analyses interprétatives des images littéraires consistent en *la perception et la vision subjective* de celui qui la regarde et qui prétend l'analyser. Nous pouvons donc avoir autant d'*interprétations subjectives* potentiellement possibles selon le nombre de yeux qui se dirigent vers l'image littéraire en question. Nous sommes donc en mesure de pouvoir souligner la conception de la « *subjectivité de l'image énonciative* ». Ainsi, nous pouvons illustrer l'image littéraire pouvant être considérée comme un type d'énonciation implicite et sous-entendue qui construit la structure profonde de la page de couverture du roman littéraire :

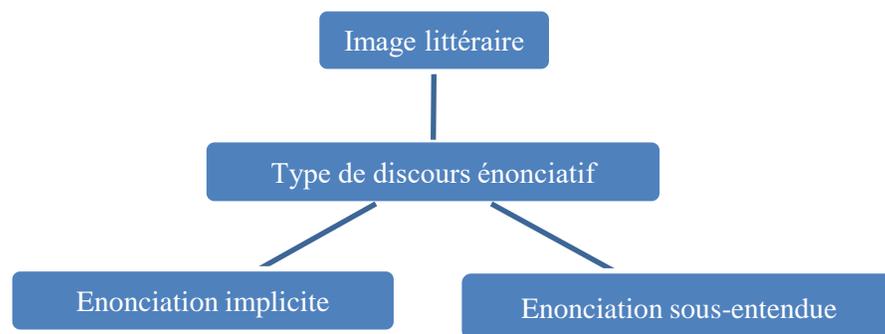


Figure 44. L'image littéraire comme type de discours énonciatif

3.6.5. Une question d'enveloppe fermée et ouverte

En partant de cette idée d'image littéraire énonciative implicite et/ou sous-entendue et avant d'aborder ces catégories d'image littéraire, nous voudrions juste exposer notre opinion quelque peu métaphorique sur la notion d'"image littéraire". En effet, commençons par l'expression que nous avons variée et adaptée à notre recherche : qui dit "image littéraire", dit "enveloppe"... En fait, que signifie cette expression qui, avec un point de vue comparatif, associe l'image littéraire à une enveloppe ?

Comme l'illustration ci-dessous le montre, toute page de couverture ressemble de première vue à une enveloppe fermée de son apparence extérieure n'ayant pas encore été examinée par quiconque. On ne sait pas encore de quoi il s'agit quant au contenu ayant juste une information limitée au niveau du titre du roman et de son auteur. On ne sait donc pas encore le contenu du roman.



Image 31. Enveloppe (image) fermée

Avant de voir et regarder l'image de la couverture du roman, nous apercevons premièrement le dos du livre dans les rayons d'une bibliothèque comme le montre l'image ci-dessous. La sélection et la découverte d'un livre, d'un roman ou d'une œuvre se réalisent donc en regardant le dos du livre où est marqué le titre et le nom de l'auteur et éventuellement le nom de la collection et/ou de l'édition.



Image 32. L'image « le dos des livres »

Ce qui veut dire qu'une image littéraire de son apparence extérieure et à première vue est comme un carré blanc et neutre représentant une page blanche sans plus qui n'a été ni examiné ni interprété avant la lecture complète du roman en question. Et c'est bien après la lecture du roman qu'elle aura une représentation au niveau de la perception du lecteur. Mais une fois qu'on ouvre le roman pour le lire, on peut avoir des connaissances nécessaires sur l'image littéraire qui se trouve sur la page de couverture. On peut désormais ouvrir l'enveloppe pour lire ce qui figure sur l'image littéraire en question. En termes linguistiques et un peu métaphoriques, si l'enveloppe fermée représente une *image implicite*, l'enveloppe ouverte reflète l'*image devenue explicite*, car en l'ouvrant on essaie d'explicitement l'image contenue. Les deux figures ci-dessous illustrent cette question d'ouverture d'enveloppe afin de pouvoir lire et interpréter l'image du roman.³¹

³¹ Les trois images d'enveloppe ont été retirées du moteur de recherche Google: <https://www.google.com.tr/search?q=enveloppe>



Image 33. Enveloppe (image) ouverte



Image 34. Enveloppe (image) contenue vue et lue

3.7. Voir, regarder et comprendre l'image littéraire

Nous voudrions ici ouvrir une parenthèse sur les actes “*voir et regarder*” une image littéraire. Par rapport au Petit Robert, la définition de Larousse nous semble plus pertinente pour notre recherche. Dans Larousse en ligne, la première signification du verbe “voir” est la suivante : “Percevoir quelqu’un, quelque chose par les yeux, les organes de la vue.” Comme deuxième signification, nous avons cette définition : “Être le témoin visuel d'un fait, d'un évènement, assister à quelque chose en spectateur.” D’autre part, Larousse définit ainsi le verbe regarder : 1. Porter le regard vers, sur quelque chose, quelqu'un : Regarder le

paysage. 2. Examiner quelque chose avec attention ou le considérer sous un certain angle. 3. Considérer de telle ou telle manière quelqu'un ou quelque chose ; juger. 4. Porter une grande attention, un intérêt majeur à quelque chose, en tenir compte.³² Ce type de relation sémantique au niveau de la différenciation existe également entre les prédicats 'action « écouter » et « entendre » qui comportent le sens et la signification de « comprendre ».

D'après ces définitions, nous pouvons dire que l'acte qui concerne "regarder une image" porte un sens d'examiner, observer ou analyser par rapport à l'acte "voir une image" qui consiste seulement en une simple vue, une perception visuelle orientée vers quelque chose. D'ailleurs, les actes "voir et regarder" ont une durée différente au niveau de la vue et du regard ; la vue est plus courte et limitée temporellement au niveau de la durée que le regard qui nécessite une action plus étendue et un peu plus longue et réfléchi à l'égard de la vue. Ce qui revient à dire que lorsque l'on regarde, on vise bien entendu un regard plus analytique et attentif porté sur l'image. Le sens de la vue est plus direct, or le sens du regard est plus profond et expressif. L'expression du regard dépend de nos yeux, de notre façon de voir les choses à travers nos lunettes. De ce fait, il importe de souligner que le regard étant plus sélectif, qualitatif, et donc observateur, il est naturellement relié du point de vue de sa fonction cognitive à notre mémoire. Le regard est donc plus vif, plus coloré et plus profond que la vue. De telle sorte que le regard associe un peu plus le cœur, l'esprit et les sentiments. À ce titre, le regard nécessite un point de vue personnel, individuel ayant un caractère de subjectivité. Autrement dit, on peut dire que si la vue représente une *vision explicite*, le regard de son côté reflète une *vision implicite*. Avec le regard fixé sur l'image littéraire, on tente donc d'aller rechercher l'implicite dans l'explicite...

³² <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/>

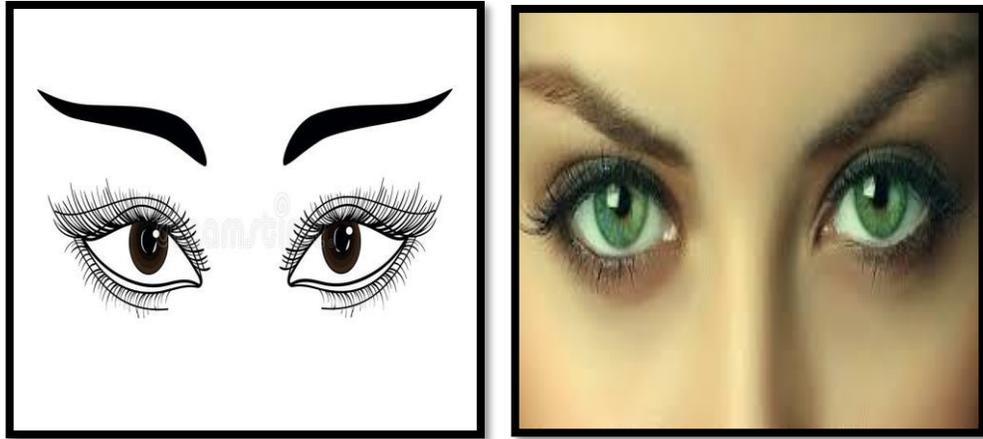


Image 35. Les images de la vue et du regard par les yeux

3.7.1. De la vue à la compréhension en passant par le regard

Cela dit, les deux actions sont nécessaires, car elles sont complémentaires. N’oublions pas que nos yeux sont en relation directe avec notre cerveau. Du fait que nous ne pouvons pas regarder une image sans la voir, nous allons associer ces deux actes en alternance, c’est-à-dire que nous allons d’abord voir les images et ensuite les regarder successivement avec précision afin de pouvoir faire des réflexions dessus plus profondément dans nos analyses de page de couverture. Il s’agit donc d’un processus transitoire, mais complémentaire ayant une *valeur cognitive* partant de la première action étant la vue et se dirigeant vers la deuxième qui est le regard. Ce processus de transition est indispensable pour la réalisation d’un troisième acte vital qui est certes “comprendre l’image”. Et quand on dit “comprendre”, on entend sans doute la “compréhension qualifiée” pour ne pas dire la bonne compréhension de l’image.

Nous avons maintes expressions culturelles en langue turque qui marquent le rôle et l’importance des yeux, en particulier la manière dont ces organes sensoriels voient ou regardent les choses. Nous pouvons en citer ici quelques-unes qui restent gravées dans nos mémoires :

1. *At gözlüğü ile bakmak* → Voir les choses de travers, du mauvais côté (une vue négative)
2. *Bardağın dolu tarafını görmek* → Voir les choses du bon côté (une vue positive)
3. *Gözler yalan söylemez* → Titre et parole d’une chanson turque qui dit « les yeux ne mentent pas » ou bien « on ne peut fuir de la vérité des yeux »)

4. *Gözden irak olan gönülden de irak olur* → cette expression rappelle que celui qui est loin des yeux sera aussi loin du cœur ou de l'esprit de son amour (de celui qu'il ou elle aime).

5. *Gözlerin kör olsun!/Gözleri kör olmak !* → Dans certaines régions de l'Anatolie, on dit aussi

6. « *Kör olasınca!* » quand on est très furieux contre quelqu'un par exemple une maman fâchée, très en colère envers son enfant qui n'est pas sage ou qui a fait une méchanceté. Cette expression signifiante « Que tu sois aveugle ! », est une sorte de réprimande (tr. serzeniş), un reproche (tr. sitem) discordant que l'on fait à quelqu'un qui s'abstient ou refuse de voir la vérité ou qui évite de voir les bonnes choses. Il y a une opposition absolue face à un comportement inacceptable.

Le fameux romancier et poète classique Victor Hugo qui a un grand esprit poétique a également prononcé quelques expressions qui focalisent la *valeur des yeux* et du regard. En voici quelques-unes de ces expressions³³ qui nous ont laissé une trace inoubliable. Certes, les expressions concernant *les yeux, la vue et le regard* laissent une trace permanente non seulement dans notre mémoire, mais aussi dans notre cœur :



Figure 45. Expressions de Victor Hugo sur la vue et la vision

³³ <https://www.dicocitations.com/citations>

3.8. Deux exemples d'images de couverture de roman contemporain



Image 36. Deux images de roman contemporain

Comme prototype, nous avons ci-dessus deux pages de couverture de romans modernes appartenant à la littérature francophone de notre temps. Le roman qui se trouve à gauche est celui du fameux écrivain francophone Amin Maalouf, dont le titre est “*Les désorientés*” qui est publié en 2012. Et l’autre roman est celui de Lucien Bodard intitulé “*Les grandes murailles*” qui est un peu plus ancien étant publié en 1987. Nous remarquons que les images de ces deux romans contemporains sont assez simples de la structure dans le sens qu’elles ne sont pas très condensées ou étoffées sur le plan de la coloration, du dessin et du cadrage de couverture imagée. Alors que la couverture du roman de Maalouf devance (pour ne pas dire “domine”) l’image par rapport au titre, la couverture du roman de Bodard met au premier plan aux yeux du lecteur les mots du titre dont les lettres et les caractères du titre sont plus grands en prenant plus de place par rapport à la photographie représentant le visage d’une personne.

En effet, ici les mots du titre dominent l’image et sa forme. Du point de vue critique, nous pouvons dire qu’à la première vue, on a l’impression que les deux images semblent un peu faibles ou paraissent très peu effectives au niveau de *la visualité et de la vivacité* de la relation “titre – image” figurant sur la couverture du roman. Par contre, cette approche visuelle ou de la visualité est bien entendu discutable, car il arrive que *l’effet de l’image* se réalise parfois (dans certaines conditions énonciatives et pragmatiques) avec ce genre de

contraste entre les mots et le visuel au niveau de la *corrélation* et de la *cohérence* entre le titre et l'image de couverture. Il ne faut pas oublier que *l'intensification et l'effet de l'image* dépend à priori de sa visualité qui dépend elle-même aussi bien de *la subjectivité des yeux et de la vision de l'auteur* que ceux du lecteur.

3.9. Comparaison d'image littéraire classique et moderne

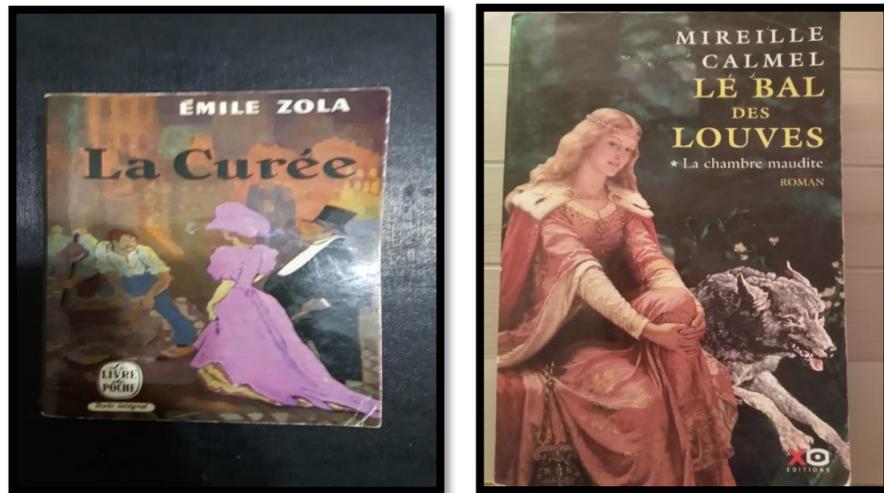


Image 37. Exemple d'image de roman classique et moderne

Observons maintenant les deux images littéraires ci-dessus l'une appartenant à un roman classique et l'autre tirée d'un roman moderne. L'image littéraire qui se trouve à gauche est celle du roman d'Émile Zola intitulé "La Curée". Publié en 1871 ce roman fait partie de la série titre "Les Rougon-Macquart" qui comporte qui est une série de 20 romans (de 1871 à 1893). Étant le deuxième volume de cette série, La Curée a pour thème la vie immorale au Second Empire, que Zola résume en deux termes "l'or et la chair". L'image littéraire qui se trouve à droite est celle du roman moderne "Le Bal des Louves" de Mireille Calmel. Ce roman historique se constitue de deux volumes (Tome 1 : La Chambre Maudite / Tome 2 : La Vengeance d'Isabeau) dont celui-ci, publié en 2003 est le 1er volume et prend en main une légende qui provient des ancêtres et d'un seigneur en particulier, ainsi que du mythe de la femme-loup.

Si l'on compare les deux images littéraires, nous pouvons dire qu'elles illustrent toutes les deux un symbole référant à une *situation d'énonciation précise*. L'image littéraire classique symbolise la *différence entre les classes sociales* en reflétant dans le même carré la

classe ouvrière et la classe bourgeoise ou aristocrate : un couple aristocrate noblement habillé avec leur costume chic est en train de passer devant un pauvre ouvrier qui travaille durement dans des conditions difficiles. Nous pouvons interpréter cette image d'un point de vue général comme la *symbolisation de la différence entre les classes sociales* entre le pauvre et le noble, le faible et le fort dans le cadre de l'Humanité au sens propre du terme.

Dans ce cadrage imagé, les couleurs, les traits et les formes sont bien structurés dans le dessin. Alors que l'image littéraire contemporaine représente aussi le *symbole de la femme-loup* en représentant une jeune femme bien habillée dans sa belle robe longue et rouge accompagnée d'un loup féroce combattant ensemble avec son compagnon. Ce carré symbolise en quelque sorte la lutte, le combat collectif, la solidarité de l'être humain et spécialement de la femme brave et guerrière avec un animal fort et sauvage étant le loup féroce. Nous pouvons dire qu'il s'agit donc de manière générale de la *symbolisation du combat du Bien contre le Mal* dans la société. Le cadrage de l'image littéraire contemporaine est un peu plus vif et plus coloré du fait de l'avantage de l'utilisation de la technologie du temps moderne.

Les deux images littéraires peuvent être catégorisées dans la classe des images effectives sur le plan de leur combinaison entre les couleurs, les traits et les formes composant le dessin. En revanche, dans les deux images littéraires, la corrélation entre le titre et le dessin ne nous informe pas trop explicitement sur le contenu des romans. Dans les deux couvertures de roman, nous pouvons dire qu'il est question d'un *message implicite* au niveau de la relation "titre – image". Ce qui veut dire que les auteurs ou les éditeurs ont préféré utiliser un *style indirect* dans la page de couverture de leur roman du point de vue de la transmission du message.

3.10. L'image et la notion de « traduction »

Un autre questionnement crucial à évoquer ultérieurement dans une autre recherche, c'est le suivant : *Qu'en est-il sur le plan de la relation entre les notions « image » et « traduction » ? Et peut-on vraiment traduire une image ?* Ces questions primordiales sont aussi intéressantes dans une recherche profonde sur la thématique de la « traduction de l'image ». Notons d'emblée que notre objectif n'est pas de prendre en main profondément cette question, mais nous envisageons de donner juste quelques exemples de la *traduction de*

l'image simplement pour démontrer que cette conception existe sur deux plans différents: b) *la traduction inter-sémiotique de l'image*, a) *la traduction visuelle de l'image*.

Soulignons que le second niveau de la traduction de l'image sera consacré dans tous ses états au cours de nos recherches ultérieures qui suivront dans les prochaines années à la suite de notre thèse de doctorat. En effet, le concept de traduction existe sous deux grandes catégories au niveau de l'analyse et de la lecture de l'image: a) une première traduction dite « visuelle » qui consiste à comparer en quelque sorte deux images, celle du roman original et celle de la traduction (en turc par exemple), b) et une autre traduction dite « inter-sémiotique » qui est en principe l'objet de notre étude, c'est-à-dire l'analyse et *l'interprétation de l'image*, autrement dit, nous avons ici deux différents types de signes (l'image et le titre, et donc les mots et les phrases pour les interprétations analytiques).

3.10.1. La traduction inter-sémiotique de l'image

Ce genre de traduction dite « inter-sémiotique » (Tr. Göstergelerarası çeviri), qui est un des trois niveaux de traduction décrits par Jakobson (1963), implique la traduction d'un « signe-source » (image) par un autre type de « signe-cible » (langue). Nos interprétations explicatives des images littéraires sont en quelque sorte un travail de traduction inter-sémiotique qui se base sur le visuel littéraire et stylistique interprété par des mots et des énoncés. Nous pouvons dénommer ce type de traduction comme la *traduction énonciative* de l'image littéraire. En termes de Jakobson (1960), il est alors question de la *fonction référentielle/dénotative ou représentative* de l'image visuelle qui réfère au sens général du terme au contexte énonciatif du roman littéraire.

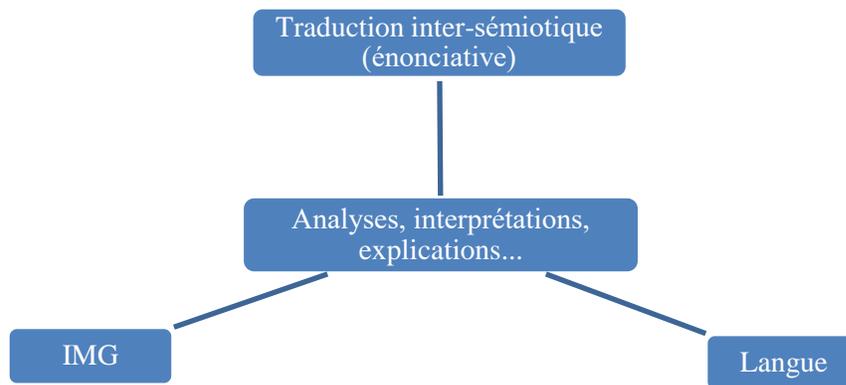


Figure 46. Schéma de la traduction inter-sémiotique

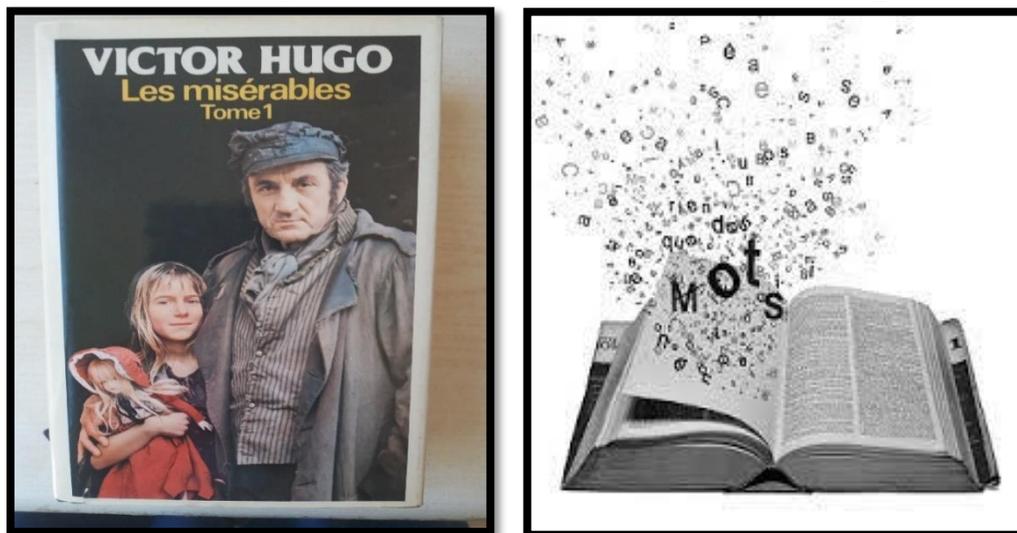


Image 38. Représentation de la traduction inter-sémiotique

3.10.2. La traduction visuelle de l'image

Nous pouvons considérer cette *activité « purement » sémiotique* comme un type de traduction peu fréquent étant donné que la *traduction visuelle de l'image* comprend la traduction d'un roman français dans une autre langue comme le turc. La traduction du roman en question contient une image pouvant être considérée comme la traduction visuelle de l'image originale du fait qu'elle a été conçue à partir du roman source (en français) et pour la traduction, c'est-à-dire le roman cible (en turc). Cependant, nous n'allons pas donner toutes les traductions visuelles des images de couverture des romans vu que cela ne fait pas partie de nos objectifs. En revanche, nous allons simplement fournir la traduction de certains

romans qui nous paraissent intéressants à analyser et à interpréter au niveau de leur *valeur sémiotique, stylistique et littéraire*. Dans l'exemple que nous avons choisi ci-après, nous remarquons que les deux types de traduction sont différents par rapport au roman original, tant au niveau du titre qu'au niveau de l'image de la couverture. En effet, le nom du héros « Claude » n'apparaît pas dans la traduction du titre où le traducteur a eu recours au *processus de suppression* dans le roman cible. D'autre part, les deux images sont différentes de sorte que la *traduction visuelle* de l'image originale est une traduction libre, c'est-à-dire en quelque sorte non-fidèles à la couverture source.

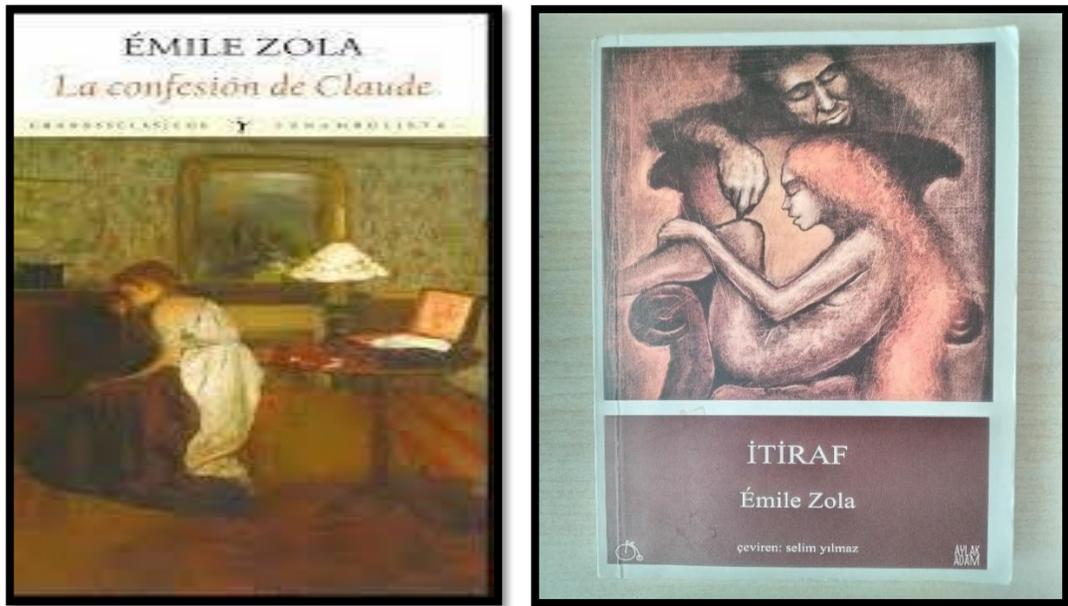


Image 39. Représentation de la traduction visuelle d'image

3.11. Paroles conclusives

En conséquence, la vraie question, ce n'est pas l'image littéraire en elle-même, mais c'est bien entendu la façon de voir, la manière de regarder en observant de *façon analytique* cette image visuelle qui est devant nos yeux, celle qui nous intéresse, celle qui touche nos sentiments et notre cœur en tant qu'individu social et récepteur du message tout au long du voyage littéraire. Pour sa part, l'image littéraire est un vrai goût, une passion et une sorte d'ambition qui nous font découvrir dès la couverture du roman *les vrais mystères stylistiques et esthétiques*, aussi bien les *explicites* que les *implicites* et les *sous-entendus* qui puissent exister dans la structure profonde de la littérature au sens général du terme. À notre sens, se

lancer aux analyses interprétatives, c'est en quelque sorte une manière de flotter dans divers temps, espaces et circonstances de la littérature française en particulier.

Voilà, nous y sommes arrivés au terme de la présentation de nos recherches sur les catégories d'image au niveau de la visualité de leur *valeur énonciative* et de leur *fonction de pouvoir* sur le roman littéraire. Maintenant, nous voudrions juste enchaîner brièvement avec la conception de l'analyse de l'image avec le titre.

3.12. Catégorisation de l'image en rapport avec le titre

L'analyse de la couverture de roman à travers l'image en rapport avec le titre nécessite une attention particulière sur le plan sémantique. En effet, il faut porter l'attention sur l'esthétique de l'image et sa signification liée au titre qui représente dans un sens l'étiquette linguistique ou la *nomination de l'image* en question. Si le titre représente le *marquage nominatif* du roman, l'image illustre la *description sémiotique* de l'ouvrage en question. Il y a souvent un *message sous-jacent* dans la structure profonde de l'image. Dans la plupart des cas, le titre nous aide à déchiffrer, à dévoiler ce message sous-entendu. Ce type de *message connotatif* et sous-jacent est bien entendu destiné à priori aux lecteurs du public visé, mais aussi à postériori à toute la société mondaine en particulier lorsqu'il s'agit d'œuvres classiques. Cela revient à dire que l'image détient généralement une *valeur connotative*, plutôt que dénotative.

A ce titre, l'image est en quelque sorte une *représentation* simultanée de l'*acte visuel* (regard, vue) et de la *perception cognitive* (réflexion, pensée) ; autrement dit, on regarde une image en même temps que l'on réfléchit sur sa *représentation et sa structuration extralinguistique et pragmatique* dans le cadre du contexte général du roman.

Etant donné que la première page de couverture reflète l'*apparence extérieure* du roman, nous proposons ici 5 catégories d'image en tenant compte de son pouvoir esthétique et littéraire et de son *effet de signification cognitive* aux yeux des lecteurs. Ces catégories qualitatives ont été établies selon le principe de perception aux yeux du lecteur. En effet, les couvertures de roman étant sélectionnées par nous-mêmes, la détermination et la répartition catégorielle reflètent un caractère plutôt perceptif et donc subjectif. Dans cette partie, nous tenterons de mettre en lumière la question suivante à travers différentes pages de couverture

de roman : *Y a-t-il une cohérence entre le titre et l'image ? Si oui, quel est le niveau de cette cohérence ?*

Afin de mettre en lumière ce *questionnement fondamental* du 3^e chapitre, nous allons poursuivre ultérieurement nos analyses détaillées des pages de couverture de roman de différents écrivains issus de différents siècles et courants de la littérature française.

En conséquence, nous pourrions être en mesure de constater, parmi les catégories citées ci-dessous, quelle est l'occurrence la plus fréquente selon le siècle et le courant de la littérature française. Il convient de souligner qu'il y a sur la page de couverture de roman, une *structure dimensionnelle à 2 niveaux opposés* formés de paramètres et axes différents : Alors que le titre et les mots (accompagné éventuellement du nom de l'auteur et de l'édition selon la publication couverture du roman) sont ancrés dans le *paradigme linguistique* qui fait partie de l'axe segmental, avec l'image on est plutôt dans le *paramètre extralinguistique* qui engendre l'axe suprasegmental de la composition de la couverture du roman. Nous pouvons illustrer ces deux *paramètres (extra)linguistiques et axes (supra)segmentaux* opposés et de nature différente avec le schéma ci-dessous :

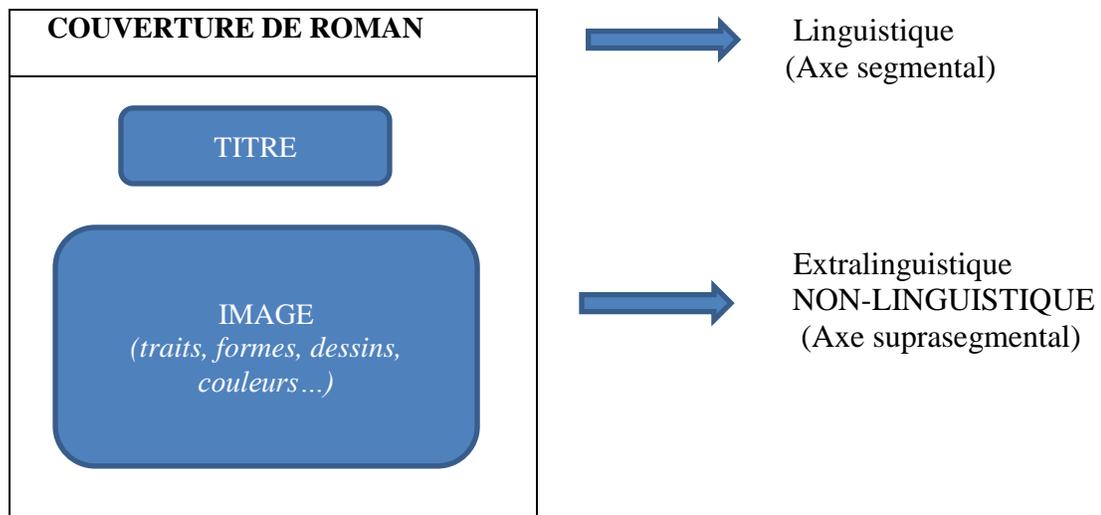


Figure 47. Les deux différents paramètres et axes de la couverture de roman

Nous allons effectuer les analyses sémio-linguistiques des images littéraires figurant sur la page de couverture en tenant compte de quatre catégories principales qui sont les suivantes :

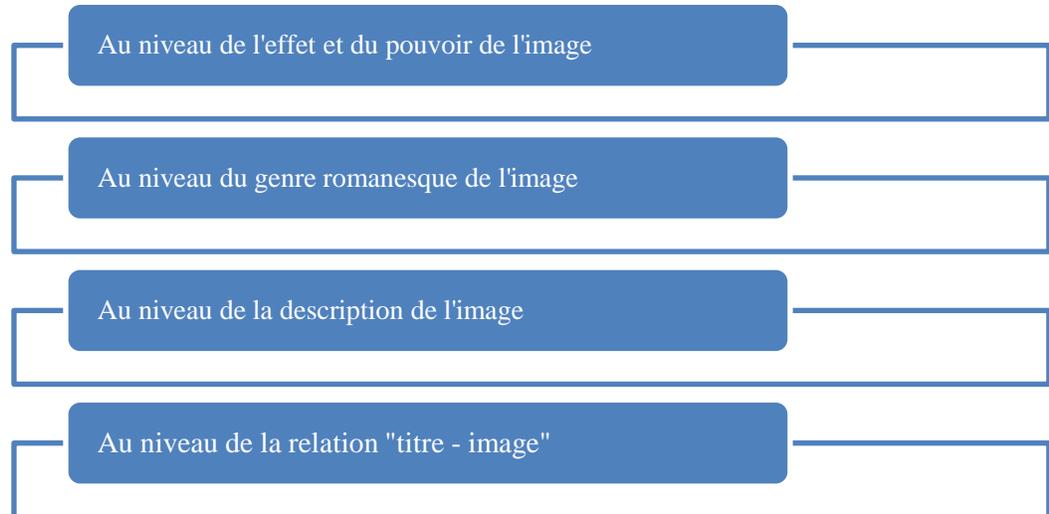


Figure 48. Les quatre catégories principales des images littéraires
 Alors que les sous-catégories des images littéraires de la page de couverture des romans prises en considérations dans nos analyses interprétatives sont les suivantes :

A. Au niveau de l'effet et du pouvoir de l'image

1. L'image focalisante : IMG (++)
2. L'image effective : IMG (+)
3. L'image peu effective : IMG (=)
4. L'image très peu effective : IMG (-)
5. L'image neutre/objective : IMG (Ø)

B. L'image au niveau du genre romanesque

1. L'image autobiographique
2. L'image noire (série noire)

C. Au niveau de la description de l'image

(image descriptive et énonciative)

1. Image descriptive du temps
2. Image descriptive du lieu/espace
3. Image descriptive de personnage
4. Image descriptive de situation/fait
5. Image descriptive de la nature

D. Au niveau de la relation “titre – image”

1. L'image cohérente
2. L'image incohérente
3. L'image explicite
4. L'image implicite
5. L'image sous-entendue

3.12.1. Au niveau de l'effet et du pouvoir de l'image

Notre première catégorisation sera effectuée en fonction de l'effet et du pouvoir de l'image littéraire. Dans ce cadre, nos analyses interprétatives seront catégorisées et réalisées sous 5 classes en fonction du pouvoir et de la valeur sémiotique de l'image sélectionnée. Ces catégories sémiotiques établies par nous-même (et marquées entre parenthèses par des signes) sont les suivantes³⁴:

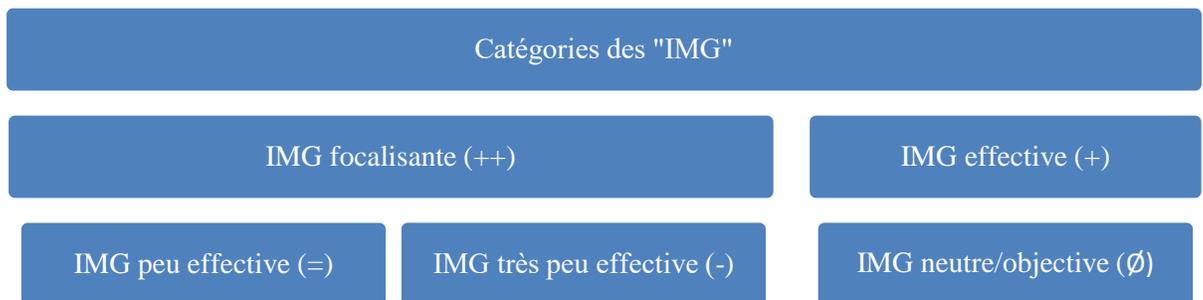


Figure 49. Catégorisation de l'image littéraire

3.12.1.1. L'image focalisante: IMG (++)

Maintenant, nous allons définir ces catégories en commençant par la première qui est l'image « focalisée » ou « focalisante ». Ce type d'image est celle dont le pouvoir et la force dominant la page de couverture du roman au niveau de la composition et la formation du dessin, l'utilisation des couleurs et des lignes. En effet, l'image est frappante et focalise le contenu et l'histoire du roman en attirant l'attention et les yeux du lecteur. L'image influence et touche le lecteur en restant gravée dans la mémoire durant de longues années. Comme

³⁴ Cette catégorisation des images littéraires élaborée par nous-même n'étant bien entendu pas exhaustive, est ouverte à la discussion et donc pourrait être améliorée dans les recherches ultérieures dans cette thématique précise de la sémiotique/sémiologie.

exemple prototypique, nous pouvons donner l'image focalisante du roman classique « Madame Bovary » de Gustave Flaubert et celle du roman moderne « Le Bal des Louvres » de Mireille Calmel dont les couvertures se trouvent ci-dessous.

Ces deux images littéraires qui nous semblent typiques sur le plan de l'esthétique de la page de couverture susceptible de séduire et influencer les yeux du lecteur avec la constitution des traits, formes et couleurs. L'image de gauche est celle du roman classique « Madame Bovary » de Gustave Flaubert et celle de droite appartient au roman « Le Bal des Louvres » de Mireille Calmel que nous avons allons analyser ultérieurement. Ces images sont focalisantes du fait qu'elles focalisent le personnage principal, étant le héros du roman.

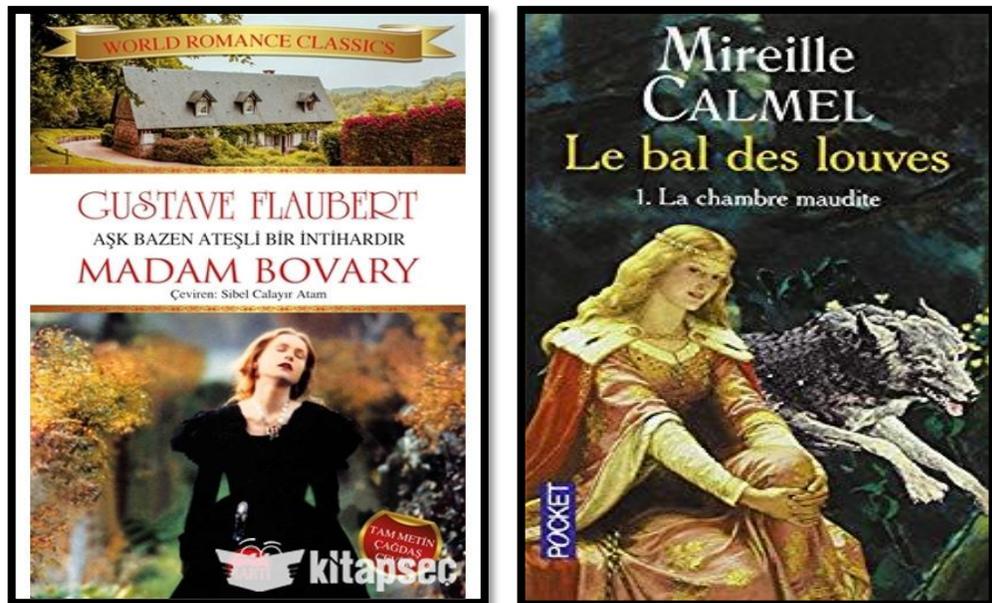


Image 40. Deux images focalisantes (classique et moderne)

3.12.1.2. L'Image effective: IMG (+)

L'image effective, décrite ici par le signe (+), symbolise celle qui est hautement ou fortement effective par rapport aux autres pages de couverture. En d'autres termes, l'image ayant un pouvoir et un effet constant et remarquable, quelque peu frappant à la première vue au niveau de différents paramètres comme le dessin, les couleurs et les traits ou les lignes en corrélation bien entendu avec le titre. Notons que par le terme « image effective », nous entendons comme *signification sémantico-sémiotique* le sens de « l'effet de l'image » ayant été reflété sur la première page de couverture d'un roman. L'efficacité d'une image dépend

étroitement de sa relation avec le titre et le contenu du roman concerné. Il sera donc question de *redondance de l'image*. La redondance visuelle concerne l'image concentrée au niveau de sa forme ou de sa structure : la couleur, le trait, la ligne, le dessin, etc. A ce titre, il existe des images qui peuvent fatiguer les yeux du lecteur au niveau de la *redondance visuelle* (tr. görsel yoğunluk) dans le cadre de la *perception cognitive*. Au final, on aboutit toujours à la *perception subjective* du destinataire. Voici ci-après le schéma illustratif de ce type d'image:



Figure 50. L'image effective

Nous avons ci-dessous deux exemples représentatifs d'*image effective* appartenant l'une à un roman classique « Le Petit Prince » d'Antoine de Saint-Exupéry, et l'autre à un roman moderne « Les Enfants de La Liberté » de Marc Levy. Ces deux images ont une valeur effective au niveau de l'imagination et de la représentation qu'elles pourraient éveiller dans la perception du lecteur.



Image 41. Deux images effectives (classique et moderne)

3.12.1.3. L'image peu effective: Image (=)

Dans cette deuxième catégorie d'image, il est question d'image moyennement effective au niveau de la structuration de la page de couverture du roman. Le symbole (=) décrit ici ce type d'image. Cette évaluation d'image est certes subjective, car il s'agit de la *façon de voir, de regarder et d'observer une image* de la part du lecteur. Lorsque nous disons « *image peu effective* », nous entendons l'effet de l'image au niveau de sa forme, ainsi que les traits et les couleurs qui la structurent dans la couverture du roman littéraire. La cohérence entre le titre et l'image est également assez effective dans ce type de catégorie d'image. Donnons ici quelques exemples d'*images peu effectives* (prises de Google) appartenant aux couvertures de romans relevant de la littérature française contemporaine³⁵ :



Image 42. Exemples d'image peu effective (romans modernes)

3.12.1.4. L'image très peu effective: IMG (-)

Cette troisième catégorie d'image, il s'agit d'une sorte d'image pouvant être conçue subjectivement « faiblement effective » ou « très peu effective ». Mais que veut dire ces qualifications ? Bien entendu, cela revient à dire que la page de couverture sur laquelle l'image figure pourrait probablement sembler selon les yeux du lecteur peu effective du point de vue de la formation de l'image au niveau de sa structure combinant les lignes, les dessins avec sa coloration. D'autre part, la *cohérence entre le titre et l'image* est également faible dans ce type de catégorie d'image. Nous allons dans les pages qui suivent quelques exemples de ce genre d'image très peu effective concernant la couverture de roman appartenant à la

³⁵ Cf. <https://www.google.com.tr/search?q=romans+français>

Littérature Française. Pour l’instant, nous allons nous contenter de donner ici juste quelques exemples d’*images très peu effectives* (prises de Google) issues de la littérature française contemporaine :



Image 43. Exemples d’image très peu effective (romans modernes)

3.12.1.5. L’image neutre et objective: IMG (Ø)

Une nouvelle catégorie d’image particulière que nous voudrions évoquer ici, c’est le type d’image de couverture qui ne contient pas de dessin coloré et vif dans le sens d’une image inanimée. Il s’agit donc d’une image littéraire dont le pouvoir, l’efficacité n’est ni faible ni forte, mais plutôt dont l’interprétation reste assez objective loin de la subjectivité de l’auteur du roman. Dans ce cas de figure ou l’image et son message sont cachés et demeurent si l’on peut dire *implicite et sous-entendue* en termes sémio-linguistiques, l’interprétation est plutôt laissée aux lecteurs. Pour ce genre visuel dont la brillance, la vivacité et l’esthétique sont très faibles, nous proposons le terme d’image neutre. Pour cette catégorie du visuel, vous pouvez voir ci-dessous quelques exemples d’image neutre qui représentent les pages de couverture de roman de Racine (Andromaque), Corneille (Le Cid), Molière (Les Précieuses Ridicules) et Voltaire (Zadig).³⁶

Dans ces images de couverture, nous avons seulement la lettre “h” en minuscule qui est en fait l’initiale de l’Edition Hachette et au centre de cette lettre, nous avons la mention

³⁶ Images photographiées par moi-même à partir des œuvres originales.

“Nouveaux classiques illustrés Hachette.” Ce qui veut dire qu’il est question de domination de la Maison d’Edition dans ces couvertures de roman étant donné qu’il s’agit d’une Collection de Livre de Poche destinée aux lecteurs débutants ou aux jeunes lecteurs dans le domaine de la Littérature Française. Il faut donc tout d’abord comprendre le *contexte précis* afin de mieux situer la *situation d’énonciation* dans laquelle ces images de roman ont été structurées et ensuite publiées au service des lecteurs. D’autre part, la cohérence entre le titre et l’image est également neutre et objective dans ce type de catégorie d’image dont nous avons ci-dessous quelques exemples relevés des couvertures de romans littéraires :

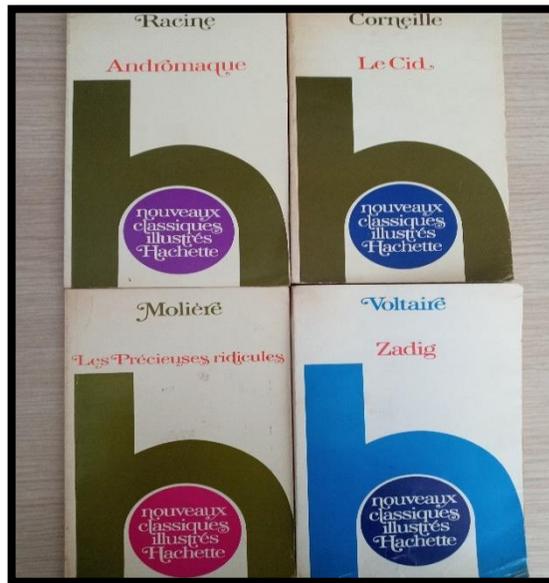


Image 44. Exemples d’image neutre et objective (classiques)

3.12.2. L’image au niveau du genre romanesque

Au niveau du genre romanesque, nous avons deux autres catégories particulières qui sont l’image autobiographique que nous proposons d’appeler “l’auto-image” et “l’image noire” qui consiste la série noire comme roman policier, l’image romantique qui concerne les romans ayant une histoire d’amour et l’image bande dessinée qui concerne les romans dont la page de couverture est illustrée par une bande dessinée. Nous pouvons bien entendu supposer l’image dramatique, tragique, comique, légendaire, historique ou encore l’image des sentiments et des émotions qui existent comme genre romanesque. Mais ici, nous pensons à nous limiter sur les deux cas de figure essentiels cités précédemment afin d’éviter toute confusion du point de vue de la catégorisation.

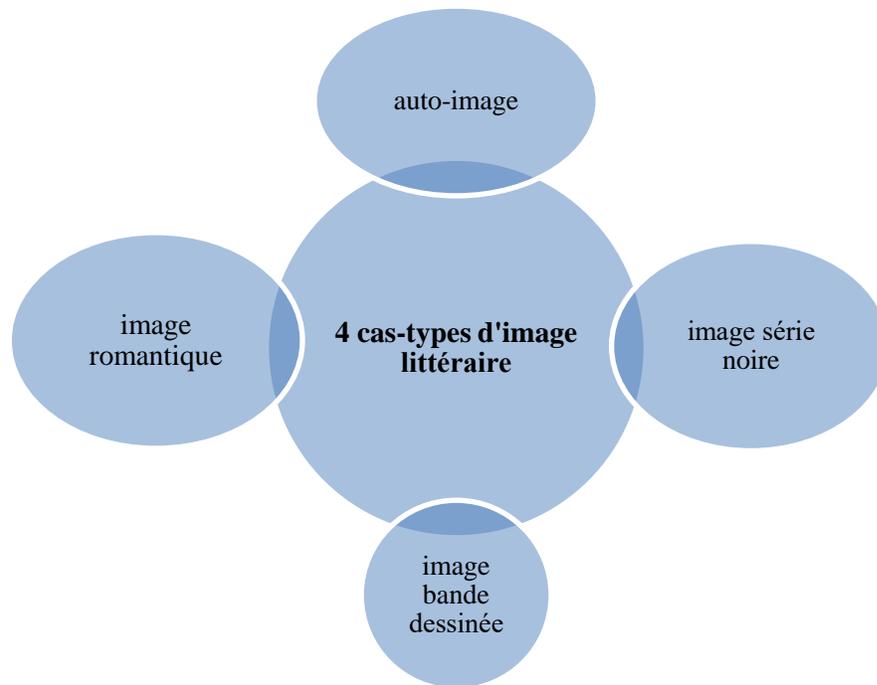


Figure 51. Quatre autres cas selon le genre romanesque

Donnons l'exemple du même roman classique "Candide (ou l'optimisme)" de Voltaire où il s'agit de deux cas de figure : d'une part, l'image auto-biographique ou l'auto-image, et d'autre part l'image romantique :

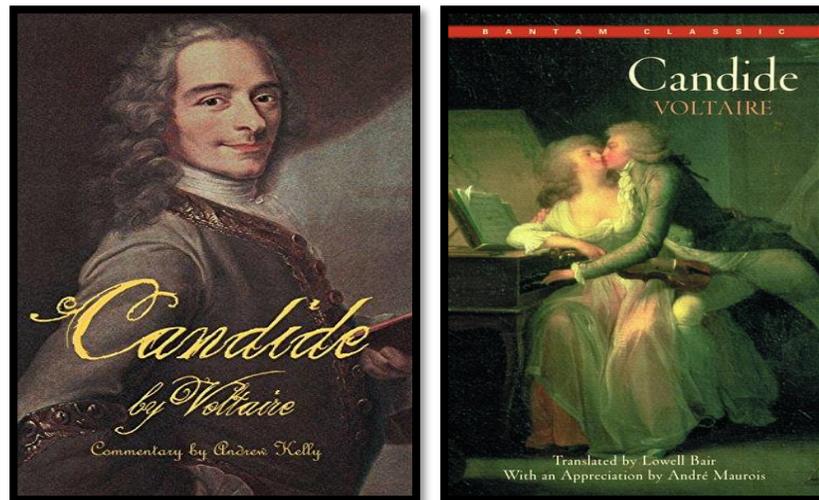


Image 45. Deux images du roman "Candide" de Voltaire

3.12.2.1. L'Image autobiographique ou l'auto-image

Cette première classe d'image consiste généralement les *romans autobiographiques*, mais pas forcément nous avons aussi des romans qui ne sont pas autobiographiques dont la couverture comprend le portrait de l'écrivain. Rappelons-nous du roman de Boris Vian (que nous avons donné dans les pages précédentes) "L'Écume Des Jours" sur laquelle nous avons le portrait de l'auteur. Ce cas de figure est assez fréquent comme par exemple ces deux auto-images de l'oeuvre intitulée "Les Fleurs Du Mal" de Charles Baudelaire:

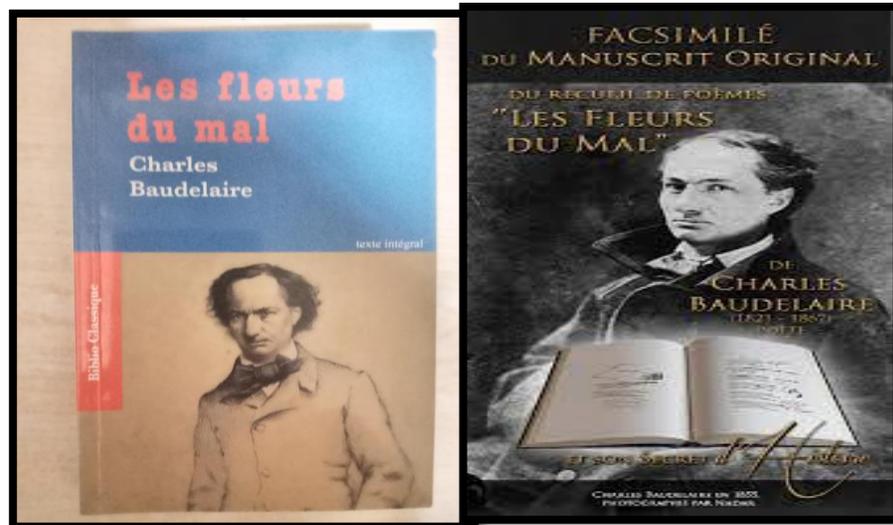


Image 46. Les Fleurs Du Mal du Baudelaire

3.12.2.2. L'image noire (série noire)

Cette deuxième classe concerne l'image des romans policiers de la collection Série Noire que l'on propose d'appeler ici "l'image noire". L'image recouvrant la *couverture noire* ne contient généralement pas ou très peu d'illustration ou de dessin car il y a tout particulièrement et uniquement la couleur noire (qui domine la couverture) en conforme avec le contenu du roman noir policier où nous avons en général *un crime, un suicide ou une disparition étrange* de quelqu'un. Dans le roman noir, il s'agit d'une sorte *de quête ou d'enquête* sur le crime, le décès ou la mort d'un personnage ou du héros étant au centre de ce type d'écrit romanesque. Nous avons ci-dessous quelques exemples différents de l'image noire issus de romans policiers :



Image 47. Exemples de l'image noire de romans policiers

3.12.2.3. L'image romantique (Roman d'amour)

Ce type d'image reflète l'histoire d'amour du roman avec des personnages composés d'homme et/ou de femme attirante et séduisante ou la figure ou le visage d'une femme comme par exemple la couverture des trois romans ci-dessous :

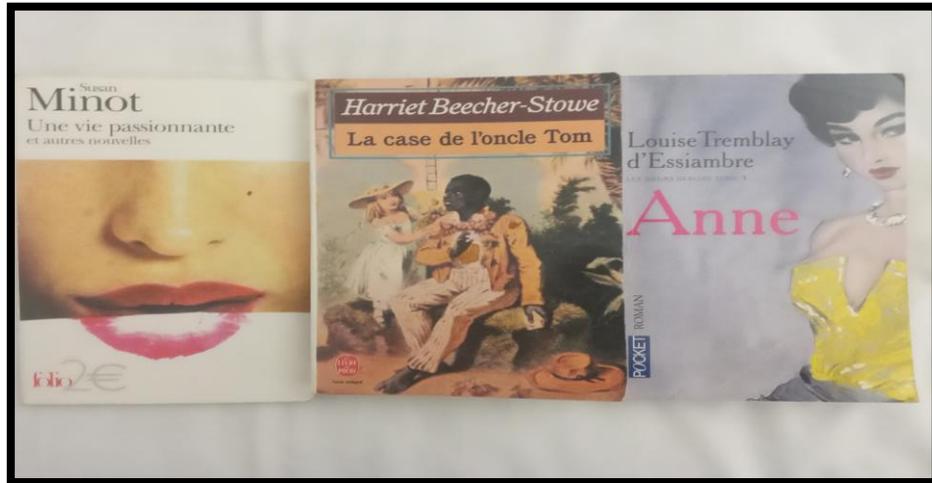


Image 48. Exemples d'images romantiques (images d'amour)

3.12.2.4. L'image bande dessinée (Image dessinée)

Comme son nom l'indique bien, ce type d'image concerne une illustration de dessin animé ou bien une exposition de bande dessinée. Le roman n'est pas forcément une bande dessinée mais c'est juste au niveau de l'illustration, l'exposition et la représentation de quelque chose, de quelqu'un, d'un animal ou d'une situation qui concernent le contenu et l'histoire du roman en question. Voici un exemple typique à ce genre d'image bande dessinée :

:



Image 49. Exemples d'images bandes dessinées

3.12.3. Au niveau de la description (Image descriptive et énonciative)

Du point de vue de la *description des images* de couverture du roman, nous pouvons compter et classer comme il est question dans le contenu du roman 5 types d'images descriptives qui sont les suivants. Ce genre d'image concerne *l'image énonciative* ou *l'énonciation de l'image* étant donné qu'on a les unités formant les *différentes descriptions* quant au contenu du roman. Donc, la fonction principale de ces images, c'est de décrire en pointant sur les éléments ou unités romanesques et énonciatives cités ci-dessous. Parfois, certaines pages de couverture peuvent refléter plus d'une description, autrement dit nous pouvons avoir différents types de description en même temps sur la même page de couverture. Par exemple, le temps, le lieu et les personnages peuvent figurer à la fois sur la même image de couverture du roman. Voici les catégories des images descriptives et énonciatives :

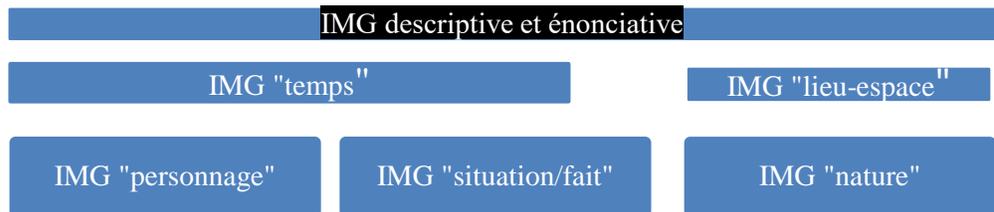


Figure 52. Catégories des images descriptives et énonciatives

3.12.3.1. Image descriptive du temps

Ces images ont pour rôle de *décrire un temps précis* en ce qui concerne le sujet du roman. Leur fonction est donc *le pointage ou le marquage temporel* du roman. Le roman ci-dessous "Mémoires d'outre-tombe" de Chateaubriand nous expose une image descriptive du temps (et des personnages du temps) qui concerne le contenu du roman :

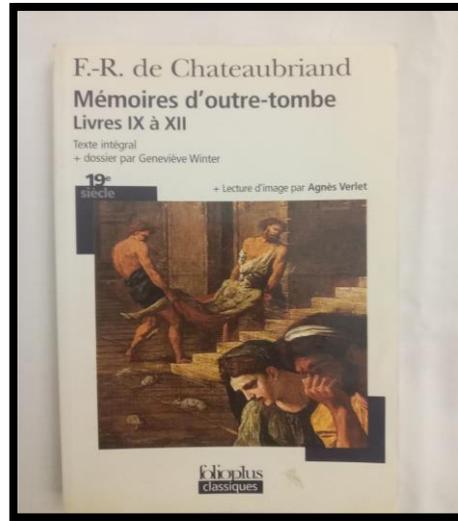


Image 50. Image descriptive de temps d'un roman classique

3.12.3.2. Image descriptive du lieu/espace

Ces images ont pour rôle de faire la *description d'un lieu* ou un espace précis concernant le sujet du roman. Leur fonction est donc *le pointage ou le marquage spatial* du roman. Nous avons ci-dessous le roman "Connaissez-vous Paris?" de Raymon Queneau qui décrit Paris comme lieu/espace :

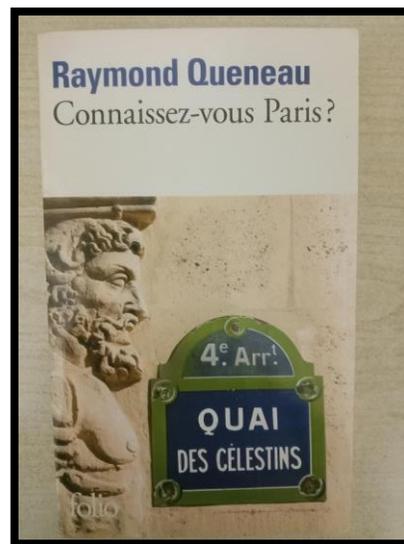


Image 51. Image descriptive de lieu d'un roman classique

3.12.3.3. Image descriptive de personnage

Ces images ont pour rôle de faire la *description d'un personnage* ou du héros concernant le roman. Leur fonction est donc *le pointage ou le marquage du personnage ou du héros* du roman. Nous avons ci-dessous 3 exemples d'image descriptive de personnage: La couverture du roman "Nana" d'Emile Zola, celle du théâtre "Dom Juan" de Molière et celle du roman "Le Horla" de Guy de Maupassant:

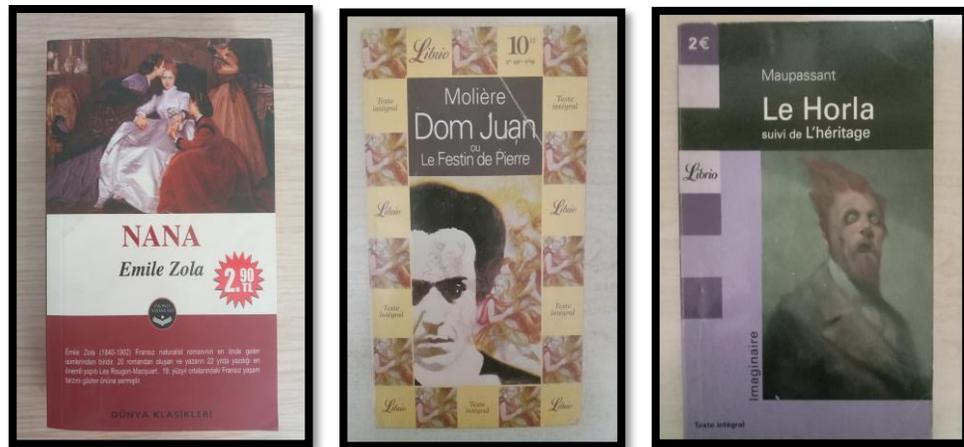


Image 52. Images descriptives des romans classiques

3.12.3.4. Image descriptive de situation/fait

Ces images ont pour rôle de faire la *description d'une situation, d'un fait* ou d'un événement (comme la guerre, l'amour, la révolution, etc.) précis concernant le sujet du roman. Cela peut également concerner les états d'âme, les sentiments ou émotions de l'être humain. Leur fonction est donc *le pointage ou le marquage d'une situation ou d'un fait* intéressant et attirant du roman. Nous pouvons donner le roman "Le Rouge Et Le Noir" de Stendhal sur lequel nous avons l'image descriptive d'une situation de guerre, probablement la description de la Révolution Française. Il s'agit de la traduction en turc de ce roman de Stendhal (Kırmızı Ve Siyah) :

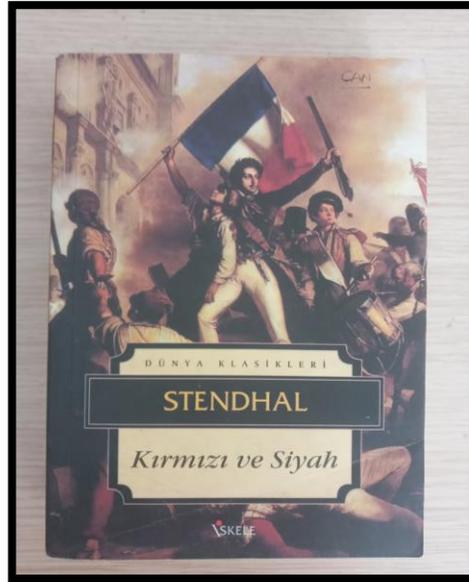


Image 53. Image descriptive de situation/fait d'un roman classique

3.12.3.5. Image descriptive de la nature

Ces images ont pour rôle de faire la *description de la nature* ou d'un de ces éléments précis (comme les animaux, les plantes, les insectes, etc.) concernant le contenu du roman. Leur fonction est donc *le pointage ou le marquage de la nature ou un de ses composant* qui passent dans le roman. Nous avons ci-dessous comme exemple deux romans contemporains dont le roman "Le Grand Meaulnes" d'Alain Fournier et le roman "Les Colonnes Du Ciel. La Lumière Du Lac" de Bernard Clavel : dans le premier, nous observons la peinture d'une maison au milieu de la nature, alors que dans roman, nous apercevons une famille-noyau (tr. çekirdek aile), le père, la mère et un petit enfant (dans les bras du papa) qui vivent probablement dans la campagne qui semble une région montagneuse. Nous avons aussi ajouté le roman "Nos si beaux rêves de jeunesse" de Christien Signol et les fameux "Essais" de Montaigne comme roman ayant une image descriptive de la nature :



Image 54. Images descriptives de la nature avec/sans personnage

3.12.4. Au niveau de la relation “titre -image”

A part ces catégories qui concernent seulement l’image elle-même, nous pouvons d’autre part établir quatre autres catégories supplémentaires en fonction de la relation entre

le titre et l'image. Cette seconde *catégorisation* au niveau de la relation entre le titre et l'image. Nous allons entamer cette *classification* dans nos analyses d'images dans les pages ultérieures :

3.12.4.1. L'image cohérente : l'image dont le lien avec le titre est cohérent.

3.12.4.2. L'image incohérente : l'image dont le lien avec le titre est incohérent.

3.12.4.3. L'image explicite : l'image qui explicite le titre et le contenu du roman.

3.12.4.4. L'image implicite : l'image dont le lien avec le titre est implicite et abstrait.

3.12.4.5. L'image sous-entendue : l'image qui sous-entend la relation avec le titre et le contenu du roman.



Figure 53. Catégorisation du rapport « titre - image »

3.13. Analyses des images de couvertures des romans littéraires

Nous proposons enfin d'entreprendre nos *analyses interprétatives des images* relevant des pages de couverture de romans littéraires aussi bien classiques que contemporains. Ces analyses interprétatives seront effectuées au niveau sémiotique, extralinguistique et littéraire tout en tenant compte des domaines de la stylistique et de la rhétorique de l'image. Nous prendrons en considération bien entendu *la relation entre le titre et l'image* afin de voir s'il existe une cohérence entre les deux, compte tenu du contenu et de l'histoire du roman. Il est évident qu'il nous est impossible de traiter la page de couverture de tous les romans de toute la littérature française. A ce titre, notons d'emblée que nous allons devoir sélectionner les images de couverture des romans littéraires (surtout au niveau des œuvres classiques) les plus connus mondialement. Nous avons pensé à fournir la page de couverture de la traduction en turc de certains romans, pour pouvoir observer si nous pouvons évoquer le concept de « traduction de l'image ».

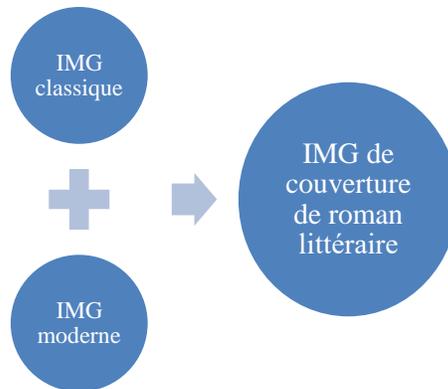


Figure 54. Deux grands axes des images de romans littéraires

3.13.1. Les images des romans classiques

Dans un premier temps, nous allons commencer par nos analyses interprétatives des images issues des romans classiques de la Littérature Française tout siècle confondu. Du terme « classique », nous entendons plutôt les œuvres littéraires qui ont marqué non seulement la Littérature Française (au lieu de la période de publication), mais aussi et surtout la société française et mondaine du temps au nom de la civilisation de l'humanité. Pour être plus précis, disons de manière explicite le siècle, l'ère et le milieu social dans lequel a été écrit le roman en question. Notons d'emblée que nous avons considéré et classé *les romans du 20^e siècle* dans la catégorie des *romans classiques*. En effet, les écrivains littéraires célèbres de l'époque dite contemporaine comme Boris Vian, Marcel Proust, Marguerite Duras, Antoine de Saint-Exupéry, etc. sont connus par le monde entier et considérés comme des *classiques* car leurs fameuses œuvres ont marqué remarquablement la *littérature française*, mais aussi la littérature mondiale. De ce fait, ces écrits littéraires sont catégorisés comme de *vrais chef-d'œuvres* qui ont laissé une trace inoubliable *au niveau international* et ont été traduites (et continuent d'être traduits) dans plusieurs langues du monde comme les autres romans classiques.

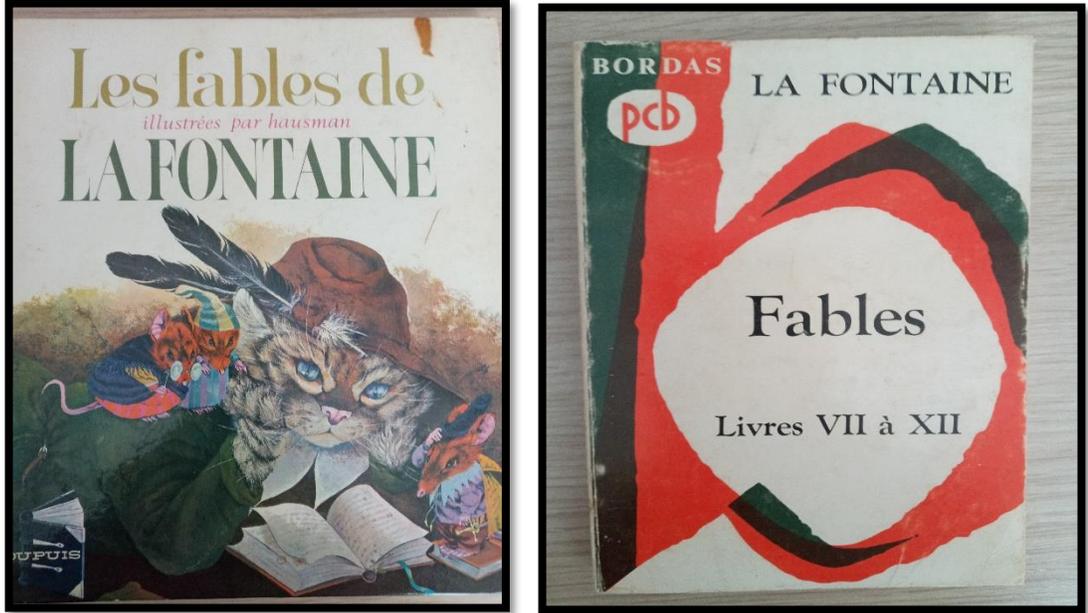
AUTEUR	Jean de La FONTAINE
TITRE	Les Fables (de La Fontaine)
IMAGE	a) Un chat avec un chapeau, b) Le titre
CARACTERISTIQUES	a) Image attirante, b) Image neutre
SIECLE LITTERAIRE	17 ^e siècle
La Fontaine, Jean de (1668, 1694) : Les Fables (de La Fontaine).	
Couverture du roman ³⁷	
	

Image 55. Jean de la Fontaine (Les Fables)

Jean de La Fontaine est un célèbre poète français du 17^e siècle. Connu principalement avec ses Fables, ce romancier moraliste et fabuliste fait partie du Classicisme. Dans le Fables, La Fontaine fait parler les animaux (comme le chat et la souris, le corbeau et le renard, la grenouille et la vache, etc.) entre eux dans le but de donner des *messages socio-culturels* à l'Homme et aussi à la société de l'époque. Dans chaque dialogue et interaction entre au moins deux animaux, il existe une leçon à prendre par les êtres humains. En se dialoguant entre eux, ces animaux s'adressent en vérité aux Hommes pour leur montrer le bien et le mal, la distinction entre le vice et la vertu. À vrai dire, n'y a-t-il pas dans ce monde que nous

³⁷ Images photographiées par moi-même à partir des œuvres originales en français. Les images récupérées sur internet seront notées en notes de bas de page. Les autres sont photographiées par nous-même à partir des romans originaux; désormais, nous ne noterons pas cela à chaque fois pour ne pas encombrer la lecture.

partageons, des animaux un peu plus sensibles, voire intelligents, mais en revanche moins dangereux que les Hommes ? Ne dit-on pas pour la plupart des bêtes (même les plus sauvages) qu'ils ne nous attaquent pas tant qu'on ne les touche pas ou qu'on ne les dérange pas dans leur propriété ? Ceux qui ont le vécu de garder, de nourrir au moins un animal domestique chez eux, en ont sûrement l'expérience de cette conscience...

En ce qui concerne les images qui figurent ci-dessus, nous avons deux différentes pages de couverture des Fables dont la première (l'image à gauche) est plus attirante et animée par rapport à la seconde (l'image à droite). En effet, lorsque nous comparons ces deux images, nous remarquons dans la première image, un chat qui porte un grand chapeau aux plumes tout comme un être humain en train de lire sagement et gentiment un livre avec deux souris à ses côtés. Alors que la deuxième image comporte une *valeur neutre* contenant seulement le titre de l'œuvre et le nom de l'auteur. Nous considérons qu'il y a une *cohérence* entre l'image avec le chat et les Fables de La Fontaine. Il faut dire que l'image est stylistique du fait qu'elle reflète une personnification d'un animal (le chat) pensif ayant été ressemblé à un être humain en train de lire avec son chapeau accompagné de deux petites souris en train de l'observer.

Il y a donc une comparaison entre les animaux et les êtres humains étant donné que le chat et les souris ressemblent aux humains tant dans leurs apparences que dans leurs comportements. Ces animaux ont l'air de dire à nous les humains : « Il n'y a pas que vous qui pouvez être sage, lire et réfléchir, nous aussi pouvons très bien faire ces *actes intellectuels* (que vous définissez comme actes humains) autant que vous... » Bien entendu, il y a un *message social* en même temps qu'une *leçon sociale* et donc une *morale* à donner envers l'Homme et à la société à travers les relations entre divers animaux de nature et de caractères différents, tout en les faisant parler comme nous les humains (usage de l'acte de parole par les animaux). Une des gloses probables pourrait être la suivante: « Le chat et la souris ne sont pas toujours forcément des ennemis... » au sens de « Nous pouvons très bien nous comprendre avec un minimum de respect, même si nous ne nous aimons pas toujours... » Dans ce sens, chacun de nous peut effectivement avoir son propre message et sa leçon à prendre ; donnons ici à titre d'exemple pour notre part une interprétation plausible : « Ne considérez pas les animaux comme de petites bêtes, comme des vauriens ou des néants,

respectez-les comme tout autre vivant, car ils peuvent être aussi sages et aussi intelligents que vous (les êtres humains). »

AUTEUR	Molière
TITRE	Le Médecin Malgré Lui
IMAGE	Image des personnages jouant la pièce de théâtre
CARACTERISTIQUES	Image très effective
SIECLE LITTERAIRE	17 ^e siècle
Molière. (1986). « Le Médecin Malgré Lui ». Paris : LGF – Librairie Générale Française (1 ^{ère} édition : 1666).	

Couverture du roman

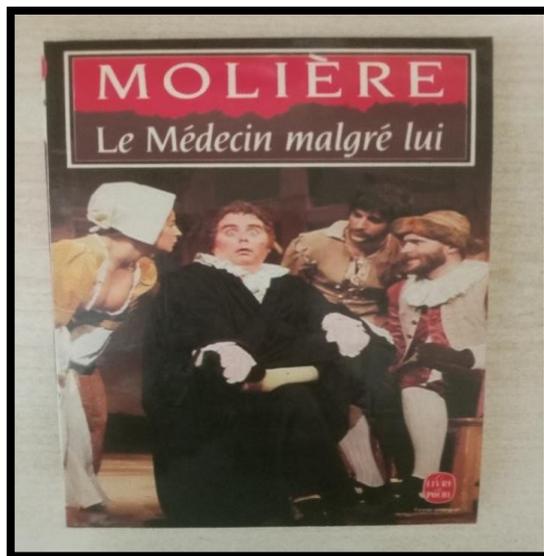


Image 56. Molière (Le médecin malgré lui)

Nous allons maintenant analyser la page de couverture de l'oeuvre théâtrale intitulée "Le médecin malgré lui" de Molière, dont la première édition a été publiée en 1666. Sur l'image de la pièce théâtre, nous apercevons les personnages et acteurs qui jouent la pièce; 3 hommes et une femme habillés de costumes de la société française de l'époque, le 17^e siècle sont en train de parler entre eux. Nous pouvons dire selon les gestes et mimiques des acteurs qu'il s'agit du comique comme genre théâtrale dit "Comédie théâtrale". Sur le plan de la *visualité* de la couverture, nous pouvons dire que l'image est *focalisante* avec sa *structuration colorée et vive* établissant une certaine *cohérence* avec le titre de l'ouvrage. En effet, elle

focalise sur le personnage centrale, l’homme habillé en noir qui paraît très surpris et étonné de ce qu’il vit ou qu’il entend des autres personnages. Nous comprenons ce sentiment humain au niveau de son regard avec les yeux très grands ouverts.

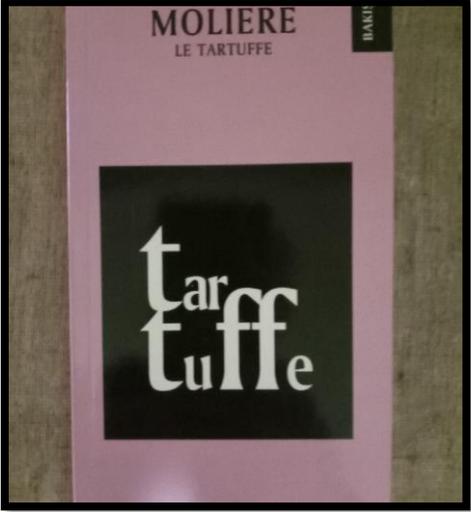
AUTEUR	Molière
TITRE	Le Tartuffe
IMAGE	Couverture noire et cadrage rose englobant le titre
CARACTERISTIQUES	Image neutre et objective
SIECLE LITTERAIRE	17 ^e siècle
Molière. (2001). « Le Tartuffe » (Français – Turc). Istanbul : Multilingual Yayınları (1ère édition : 1669).	
Couverture du roman	
	

Image 57. Molière (Le Tartuffe)

Dans l’exemple ci-dessus, il s’agit d’une pièce de théâtre de Molière intitulé « Le tartuffe » dont la première publication date de 1669, donc cela fait partie de la littérature française du 17^e siècle. Celle qui se trouve ci-dessus est une publication récente de 2001 dans les Éditions Multilingual à Istanbul. Sur la page de couverture rose, nous observons juste le titre marqué en blanc dans un cadre en forme de carré noir qui se trouve au milieu d’un cadrage de couleur rose. Il est possible d’interpréter la couleur rose comme « la vie en rose » et la couleur noire comme le côté négatif ou les points négatifs de la vie, la société en particulier et du monde en général. Nous pouvons dire que le titre domine dans ce type d’image neutre et objective. Ce livre comprend la pièce de théâtre dans les deux langues, en

français et sa traduction en turc. Cette image, étant le choix de l'éditeur ou du traducteur, semble *très peu effective*. De plus nous ne pouvons pas parler de *cohérence* explicite entre le titre et l'image de la couverture du roman.

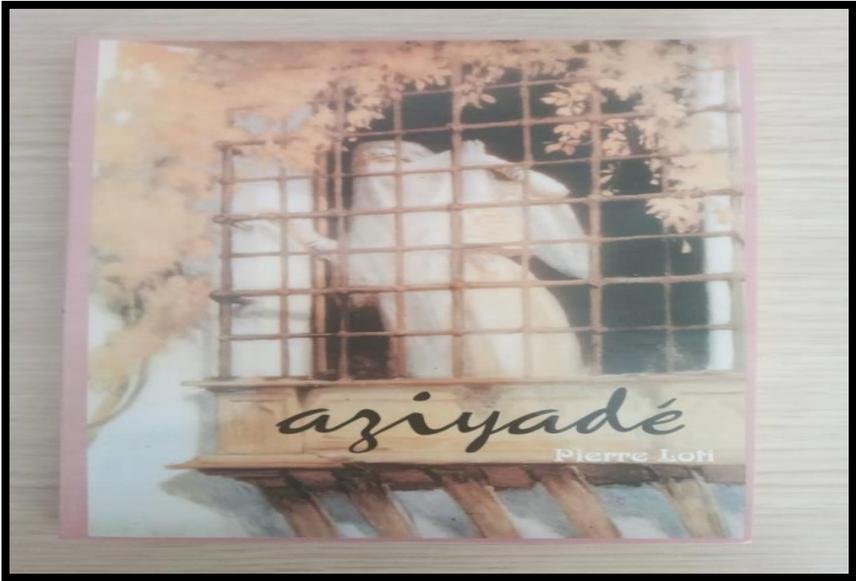
AUTEUR	Pierre LOTI
TITRE	Aziyadé
IMAGE	Fenêtre barrée de fer et une femme voilée en tenue blanche qui regarde dehors.
CARACTERISTIQUES	Image peu effective
SIECLE LITTERAIRE	19 ^e siècle
Loti, P. (1998). « Aziyadé » Istanbul : Multilingual (1 ^{ère} publication : 1879).	
Couverture du roman	
	

Image 58. Pierre Loti (Aziyadé)

Le roman ci-dessus est celui de Pierre Loti intitulé « Aziyadé ». La couverture est celle du roman publié en 1998 à Istanbul par l'Édition Multilingual, mais la première publication date de 1879. Aziyadé est un roman semi-autobiographique de l'écrivain français Pierre Loti, publié en 1879. C'est une histoire d'amour secrète d'un officier britannique de 27 ans avec une jeune fille circassienne (Genç bir çerkez kızı) de 18 ans nommée Aziyadé, alors qu'il était en service à Thessalonique (Selânik) et à Istanbul en 1876. Sur la page de

couverture du roman, nous y voyons une femme qui serait probablement Aziyadé vêtue en robe blanche et volée en train de regarder dehors par une fenêtre fermée avec des barreaux de fer, attendant probablement son aimant. Bien que l'image ne soit pas très colorée, vive et que les couleurs ne soient pas tellement brillantes, nous pouvons quand même considérer cette image comme effective et cohérente avec le titre du roman en question.

AUTEUR	Edmond ROSTAND
TITRE	Cyrano de Bergerac
IMAGE	Un monsieur en costume avec un chapeau noir
CARACTERISTIQUES	Image vive et colorée
SIECLE LITTERAIRE	19 ^e siècle
Rostand, E. (1972). « Cyrano de Bergerac », Coll. Le Livre de Poche, Paris : Librairie Générale Française (1 ^{ère} édition : 1897).	

Couverture du roman

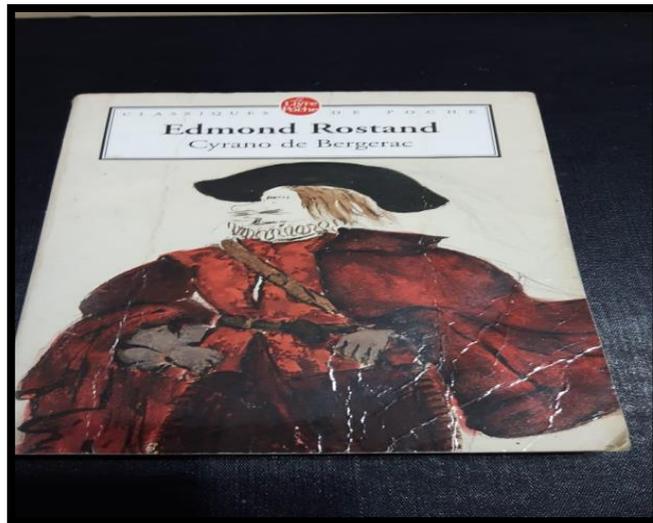


Image 59. Edmond Rostand (Cyrano de Bergerac)

L'image suivante qui figure ci-dessus est celle de la page de couverture de l'œuvre théâtrale intitulée « Cyrano de Bergerac » de Edmond Ronstand publié en 1897 (1^{ère} édition) au 19^e siècle de la littérature française classique. C'est de plus célèbres pièces du théâtre français et la plus célèbre de cet auteur, poète et scénariste de théâtre. Sur cette image, nous pouvons visualiser justement Cyrano de Bergerac habillé en costume de l'époque avec un

grand chapeau noir qui attire notre attention. Le revêtement de l'homme reflète bien la bourgeoisie de la société française de l'époque. Bien qu'il y ait peu de coloration sur le dessin, il nous est cependant possible de dire que l'image est *cohérente et effective* au niveau de la relation avec le titre de l'œuvre.

AUTEUR	Gustave FLAUBERT
TITRE	Madame Bovary
IMAGE	L'image d'une dame bien habillée
CARACTERISTIQUE	Image vive et colorée
SIECLE LITTERAIRE	Littérature Française du 19 ^e siècle
Flaubert, G. (1857). « Madame Bovary » (1 ^{ère} publication).	

Couverture du roman³⁸

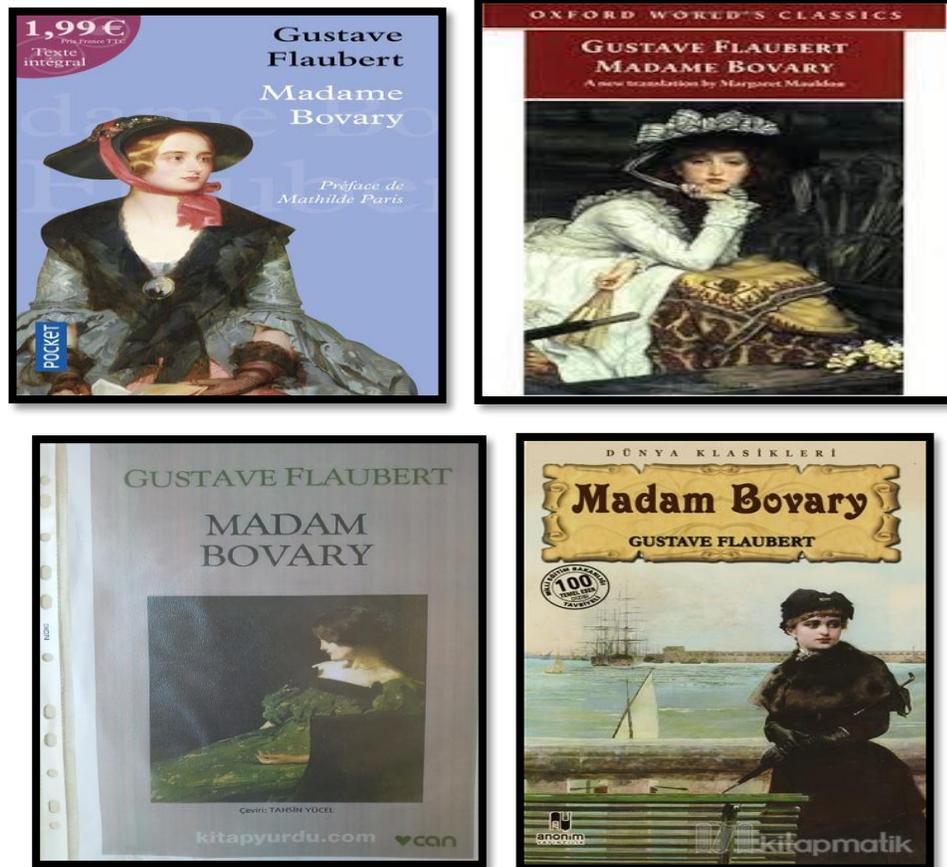


Image 60. Gustave Flaubert (Madame Bovary)

³⁸ Cf. <https://livre.fnac.com/a1824242/Gustave-Flaubert-Madame-Bovary>

Cette fameuse œuvre classique de Gustave Flaubert est publiée en 1857 sous le titre original: « Madame Bovary » (Mœurs de province). C'est l'une des œuvres majeures de la littérature française et mondiale. L'auteur était jugé pour outrage à la morale publique et religieuse, et aux bonnes mœurs. Il est mis en cause pour son réalisme vulgaire et choquant.

Philippe Hamon (1972) dit que le personnage de l'œuvre littéraire est un *phénomène sémiotique*. Il considère le personnage comme un signe sur lequel il faut parler comme si on parlait d'être vivant en justifiant ses conduites incohérentes. Il définit les propriétés du signe comme personnage de héros. Flaubert a choisi le titre de son roman "Madame Bovary" comme héroïne en ajoutant le sous-titre Mœurs de province. C'est une indication qu'il est question d'une étude de mœurs, ce qui rend le roman beaucoup plus documentaire qu'un roman ordinaire.

Flaubert a donné au titre de son roman "Madame Bovary" et non Emma Bovary. Emma représente uniquement le personnage principal du roman. Madame Bovary représentait déjà dans l'œuvre trois personnes (Emma, la mère de Charles et sa première femme Héloïse). Ce nom représente toutes les femmes qui vivent le drame de leur échec conjugal et poussé à l'adultère. Tout humain s'exprime à travers ses habits qui représentent la première image de la personne avec ses impressions et ses symboles. L'habit est le premier moyen de communication avec l'autre étant la communication symbolique et imagée.

L'image de la dame majestueuse et respectueuse, assise sur un fauteuil, représente également une *signification du statut social* étant la bourgeoise : La robe splendide, le petit foulard rouge relié sur le chapeau magnifique avec sa belle forme qui sonne aux yeux, sont les objets frappants de la courtoisie, des dames aristocrates de la Société Française du 19^e siècle. Les couleurs et les traits du dessin qui illustrent formidablement la forme du personnage sont assez vifs et attractifs. Cette couverture est ainsi devenue l'image-symbole de la bourgeoisie de la Société Française de l'époque. Quant au titre, il est assez bref et composé d'un nom propre. On a donc ici une image suffisamment effective. Dans ce contexte, nous pouvons dire qu'il y a une *cohérence entre le titre et l'image* de la couverture du roman dans cet exemple représentatif et prototypique.

AUTEUR	Gustave FLAUBERT
TITRE	L'Éducation Sentimentale
IMAGE	L'image d'un couple et des gens
CARACTERISTIQUES	Image vive et colorée
SIECLE LITTERAIRE	19 ^e siècle
Flaubert, G. (1869). « L'Éducation Sentimentale », Paris : Michel Levy Frères.	

Couverture du roman

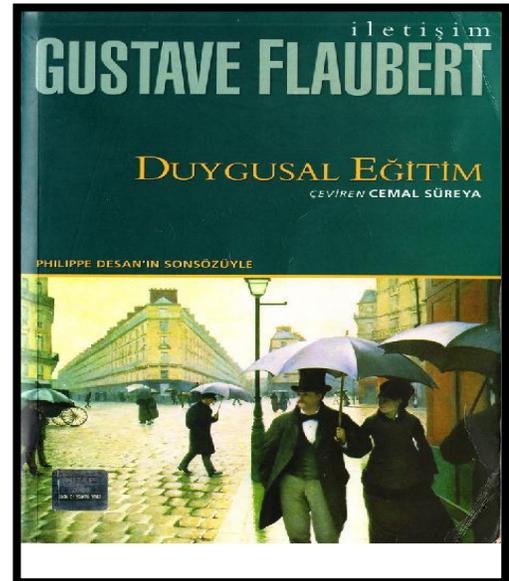
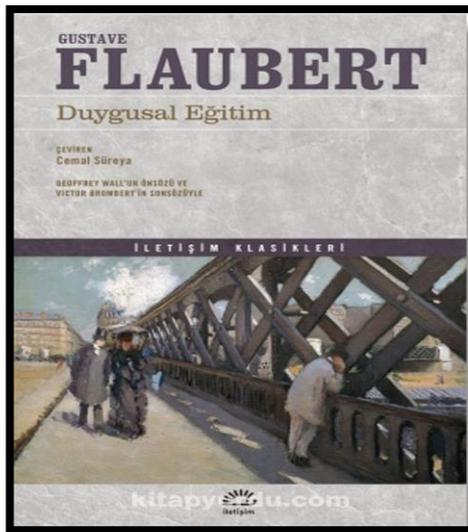
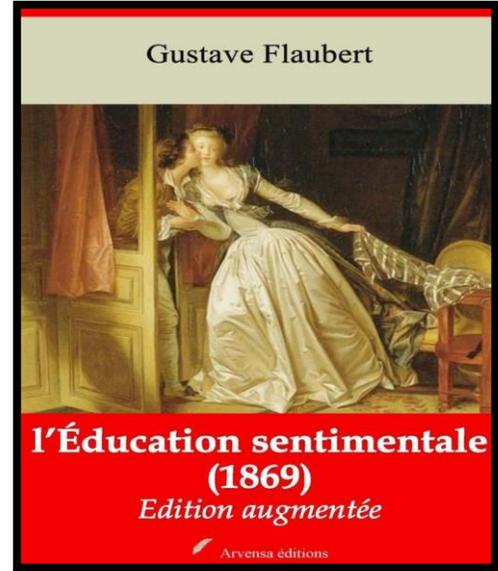
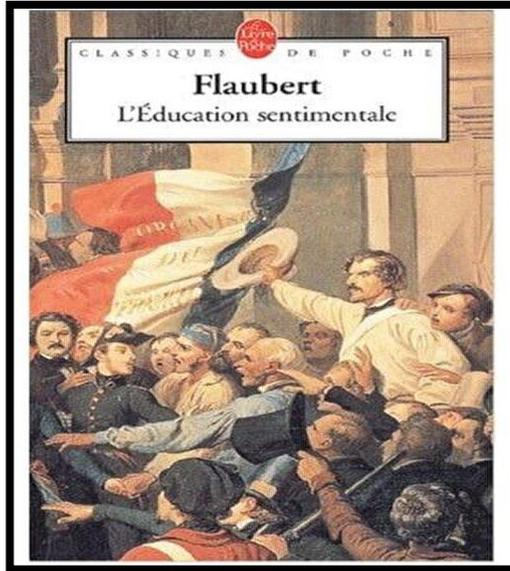


Image 61. Gustave Flaubert (L'Éducation Sentimentale)

Une autre page de couverture de roman qu'il faut traiter est celle du fameux roman de Gustave Flaubert intitulé « L'Education Sentimentale » qui comporte des couvertures illustrant un couple ou l'image des français de la société française de l'époque (le 19^e siècle). Publié en 1869, cette œuvre classique est considérée comme un roman d'apprentissage qui raconte l'histoire d'un jeune homme qui s'appelle Frédéric Moreau, le héros du roman. Comme on le voit dans les images ci-dessus, nous avons deux exemples de couverture du roman français et deux autres de sa traduction en turc. Bien que ces images de couverture soient vives et colorées ayant une fonction effective, il est difficile d'établir un lien entre le titre et l'image. Ce qui veut dire que la cohérence entre le titre et son image est un peu faible et reste amplement ouverte à la discussion et à l'interprétation des lecteurs. Mais nous pouvons dire que ceci peut être la décision de l'écrivain, de l'éditeur ou bien des deux acteurs ensemble qui ont probablement opté pour transmettre un message plutôt implicite et sous-entendu. En fin de compte, nous pouvons, à juste titre, considérer cet exemple comme une *image effective*, mais en revanche *peu cohérente ou faiblement cohérente* (pour ne pas dire incohérente) avec son titre.

AUTEUR	Emile ZOLA
TITRE	La Confession de Claude
IMAGE	a) Un homme en suicide, b) Le titre et le sous-titre, c) Un artiste peintre, c) le portrait d'une femme.
CARACTERISTIQUE S	Image vive et colorée (sauf la 2e)
SIECLE LITTERAIRE	Littérature Française du 19 ^e siècle
Zola, E. (1865). <i>La Confession de Claude</i> . Paris : La Bibliothèque Digitale.	
Zola, E. (2011). <i>Claude'un İtirafı</i> . İstanbul : Aylak Adam Yayınları.	
Couvertures du roman ³⁹	
	

Image 62. Emile Zola (La Confession de Claude)

³⁹ Images tirées du site : <http://www.google.com.tr/search...>

Ce premier roman d'Émile Zola, publié en 1865, est le récit adressé à ses amis restés en Provence d'un jeune provincial (Claude) venu chercher la gloire et l'amour à Paris. Son échec est complet : sans travail, il est contraint d'héberger une fille des rues (Laurence) qu'il va finir par aimer.⁴⁰ En vérité, il s'agit au départ des lettres personnelles rédigées et envoyées par Emile Zola à ses amis pour partager avec eux ses sentiments intimes. Il faut savoir que ce roman est une sorte de questionnement permanent sur la « bête humaine » (comme la décrit Emile Zola), sur les émotions et les états d'âme des êtres humains, ainsi que sur les relations tant naturelles qu'étrangères entre l'homme et la femme...

Nous avons ci-dessus quatre pages de couverture du roman naturaliste et expérimental de Zola dont l'une correspond à sa traduction en turc. Dans les deux images qui se situent à gauche, nous apercevons le jeune homme Claude qui est le héros du roman. Il est clair sur ces deux images que Claude a un double caractère, un premier caractère décrivant une personnalité ayant un mauvais état d'âme qui peine et qui souffre dans sa vie personnelle avec son amant (Laurence) et ses relations avec les autres personnes de son entourage dans la société. Et un deuxième caractère qui décrit plutôt une personnalité tout à fait opposée qui est celle d'un artiste, un peintre ou un dessinateur qui en train de peindre un tableau avec un état d'âme d'artiste.

Dans les deux images qui se trouvent à droite, nous avons une *page de couverture plutôt neutre* comprenant seulement le titre et une fleur, probablement une rose rouge qui pourrait symboliser l'amour et la tendresse de Claude pour Laurence. Nous comprenant que ceci est laissé à l'interprétation des lecteurs. Sur l'autre image qui est celle de la traduction en turc du roman, nous voyons la tête, le visage et le buste d'une belle dame avec toute sa séduction et son charme représentant la bien aimée Laurence. Nous pouvons dire que les trois couvertures qui illustrent les personnages, Claude et Laurence, sont des *images assez effectives* au niveau de leur *représentation visuelle* dans la combinaison entre les traits, les formes et les couleurs.

⁴⁰ Cf. <http://www.fabula.org>.

AUTEUR	Emile ZOLA
TITRE	Thérèse Raquin
IMAGE	La peinture des personnages
CARACTERISTIQUES	Image vive et colorée
SIECLE LITTERAIRE	Littérature Française du 19 ^e siècle
Zola, E. (1867). “Thérèse Raquin” (1 ^{ere} publication).	

Couvertures du roman



Image 63. Emile Zola (Thérèse Raquin)

Ci-dessus, nous avons le fameux roman « Thérèse Raquin » d’Emile Zola paru en 1867 au 19^e siècle de la Littérature Française. Le naturaliste classique Zola, une fois de plus, tente de peindre les caractères humains dans un roman expérimental. Nous avons l’image du roman original et l’image de la traduction en turc. Nous observons que celle de la traduction est plus vive et effective que celle de l’original. Sur la couverture du roman en français, nous remarquons deux personnages qui ne sont pas très clairs, alors que la couverture de la traduction illustre un personnage, une dame représentant probablement Thérèse Raquin. Au niveau de la valeur et la puissance de l’image, nous estimons que la couverture originale est

moins vive et effective au niveau de la *coloration* et de la *brillance* par rapport à la couverture du roman en turc. Dans l'image originale, la cohérence avec le titre est moins explicite que celle de la traduction qui est beaucoup plus explicite du point de vue de la *représentation* et de la *perception de l'image* en lien avec le titre des deux romans.

AUTEUR	Emile ZOLA
TITRE	La Curée
IMAGE	Un couple et des gens
CARACTERISTIQUES	Image vive et colorée
SIECLE LITTERAIRE	19 ^e siècle

Zola, E. (1971). « La Curée », Paris : Bibliothèque – Charpentier.

Zola, E. (1984). « La Curée », Coll. Le Livre de Poche, Paris : Fasquelle.

Couverture du roman⁴¹



Image 64. Emile Zola (La curée)

⁴¹ La première image (en haut à gauche) de couverture a été photographiée par moi-même à partir du roman original en français. Le reste est pris sur internet à partir du moteur de recherche Google.

Constituant le deuxième volume de la série Les Rougon - Macquart, « La Curée » est un des romans prestigieux du naturaliste Emile Zola, publié en 1871. Ce roman a pour thème la vie débauchée de Paris au Second Empire. Dans cet exemple du roman, nous avons deux images du roman original en français (en haut) et deux autres (en bas) de sa traduction en turc. Les deux images du roman en français (en haut) sont totalement différentes car la première est vive et colorée illustrant un couple aristocrate bien habillé avec une dame en robe et en chapeau de couleur rose accompagnée d'un monsieur en costume et en chapeau de couleur noire qui passent en regardant un monsieur qui travaille. Les deux images sont assez frappantes et touchent aux yeux du lecteur du fait qu'elle reflète deux classes sociales opposées de la société française de l'époque (au 19^e siècle) au sens général *le riche et le pauvre* : en d'autres termes, *l'aristocratie ou la bourgeoisie* qui vivent dans le luxe, la richesse et la noblesse en face de la *classe sociale basse* représentant les ouvriers qui combattent durement et avec toute leur force dans la vie (c'est-à-dire la classe bourgeoise et la classe ouvrière). Donc, dans les romans en français, nous pouvons dire que les deux images colorées sont focalisantes, alors que la troisième sur la couverture blanche est totalement neutre. Par contre, les deux images de la traduction du roman semblent assez effectives et attirantes malgré la différence au niveau du titre. Nous pouvons évoquer *l'image cohérente* du fait que la cohérence existe plus ou moins au niveau de la relation entre le titre et l'image de la couverture du roman original et de ses traductions.

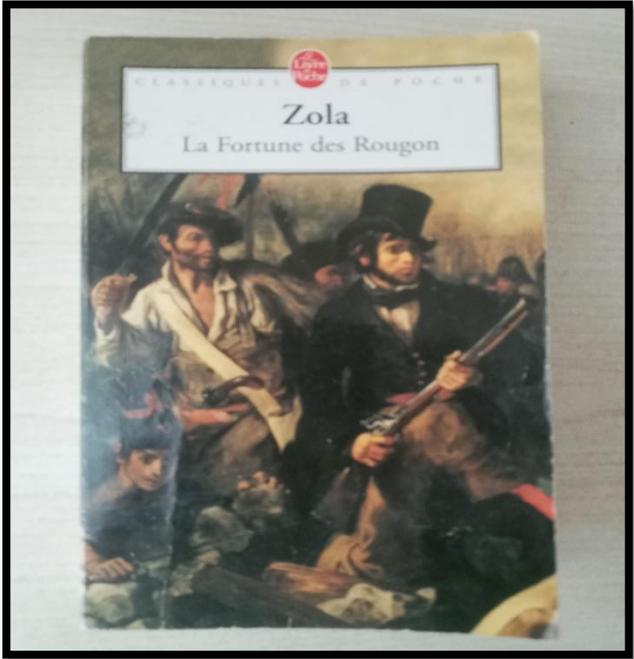
AUTEUR	Emile ZOLA
TITRE	La Fortune des Rougon
IMAGE	Peinture des hommes en guerre
CARACTERISTIQUES	Image vive et colorée
SIECLE LITTERAIRE	19 ^e siècle
Zola, E. (2004). « La Fortune des Rougon ». Le Livre de Poche / Classique de Poche. Paris : Librairie Générale Française.	
Couverture du roman ⁴²	
	

Image 65. Emile Zola (La fortune des Rougon)

Le roman qui suit est encore celui de Zola intitulé “La Fortune des Rougon” reflète une image de couverture du 19e siècle de la société française de l’époque. Nous pouvons dire que cette *image est effective*, mais au niveau de la cohérence avec le titre c’est ouvert à la discussion du côté des lecteurs. Nous y voyons des hommes en bataille avec un homme habillé en noir avec un chapeau ayant en main un fusil. L’effectivité de l’image est en effet au niveau de l’influence du dessin qui transmet le naturalisme de la stylistique de Zola tant dans l’image que dans le discours littéraire de l’auteur.

⁴² La première image (en haut à gauche) de couverture a été photographiée par moi-même à partir du roman original en français. Le reste est pris du moteur de recherche Google.

AUTEUR	Victor HUGO
TITRE	Les Misérables
IMAGE	-Une petite fillette balaie la rue avec un grand balai -Des bottines et chaussures noires usées et abimées -Un père avec un bâton tient la main d'une petite fille. -Une famille avec deux enfants dont le père, la mère, un garçon et une fille
CARACTERISTIQUES	Images en noir et blanc et les autres en couleur
SIECLE LITTERAIRE	19e siècle

Hugo, V. (2007). « Les Misérables ». Coll. Petits Classiques, Paris : Éditions Larousse.

Couverture du roman

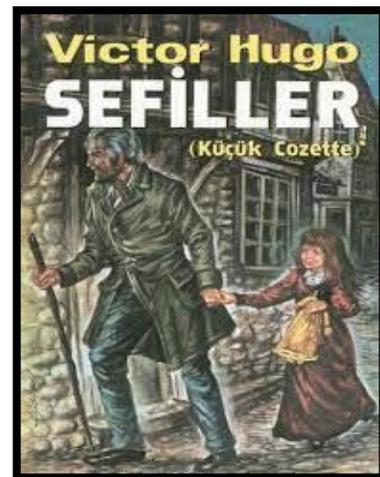
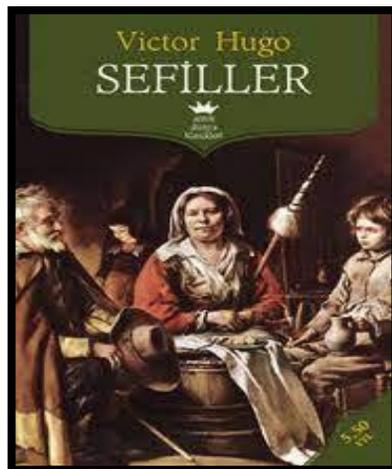
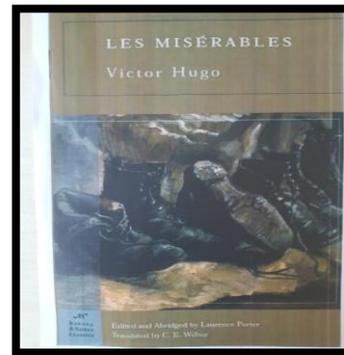
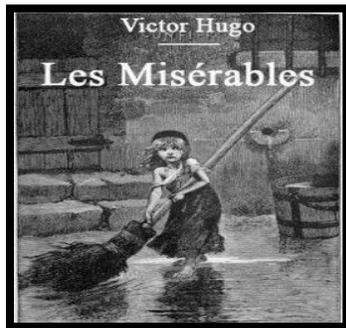


Image 66. Victor Hugo (Les Misérables)

Maintenant observons les images du fameux roman de Victor Hugo intitulé « Les Misérables » et publié en 1862 : Nous avons 4 images dont une du roman original en français (en haut à gauche), la deuxième est celle du roman traduit en anglais (en haut à droite) et les deux autres sont les images de la traduction en turc du roman (les 2 images en dessous du tableau). Nous remarquons que l'image du roman original est en noir et blanc probablement pour démontrer les conditions humaines dures et obscures des citoyens de la société de l'époque dans les années 1800 (au 19^e siècle). Alors que les autres images des traductions sont en couleurs claires et vives, mais les dessins ont pour objectif d'illustrer la pauvreté, la difficulté et la faiblesse des conditions de la vie humaine.

Dans l'image originale en noir et blanc, une pauvre petite fillette seule balaie la rue avec un grand balai: on peut dire que l'image est assez *effective et cohérente* avec le titre. Dans l'image de la traduction en anglais, nous apercevons des bottines et chaussures noires usées et abimées : on peut considérer aussi cette image comme *focalisante et cohérente avec le titre* en raison du fait qu'elle illustre explicitement la situation misérable et la pauvreté des citoyens français de l'époque. Sur la première image de la traduction en turc, on constate un père avec un bâton qui tient la main d'une petite fille : cette image est aussi *effective et cohérente* avec son titre. Alors que sur la deuxième image d'une autre traduction en turc, nous visualisons une famille française de l'époque avec deux enfants dont le père, la mère, un garçon et une fille : nous pouvons qualifier cette image comme *focalisante et cohérente* avec le titre, car elle reflète clairement la misère de la société du temps au sein de la famille.

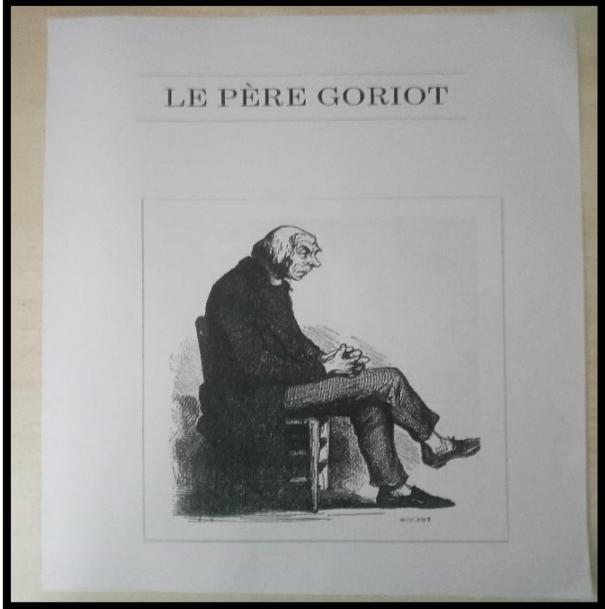
AUTEUR	Honoré De BALZAC
TITRE	Le Père Goriot
IMAGE	Image d'un homme âgé pensif assis sur une chaise
CARACTERISTIQUES	Image peu effective
SIECLE LITTERAIRE	19 ^e siècle
Balzac, H. de (1834). « Le Père Goriot ». Paris : Revue de Paris (1 ^{ère} édition)	
Couverture du roman	
	

Image 67. Honoré De Balzac (Le Père Goriot)

Nous allons maintenant analyser l'image de couverture du fameux roman de Balzac, intitulé "Le Père Goriot" dont la première édition date du 1834. La couverture est de couleur blanche avec au milieu dans un cadre un vieil homme pensif habillé en noir, le Père Goriot, assis sur une chaise. On aurait pu dire que la photo a été dessinée avec un crayon noir parce que comme couleurs le blanc, le gris, le noir et ses nuances dominant sur le dessin. L'image semble peu effective, mais est cohérente avec le titre du roman.

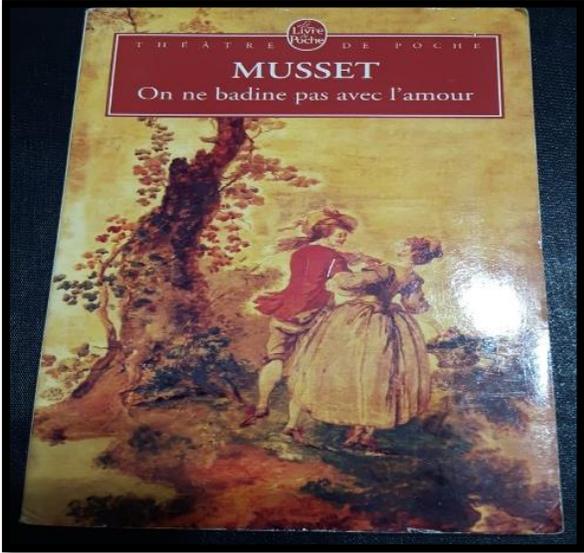
AUTEUR	Alfred de MUSSET
TITRE	On ne badine pas avec l'amour
IMAGE	Un couple dans la nature
CARACTERISTIQUES	Image vive et colorée
SIECLE LITTERAIRE	19 ^e siècle
Musset, A. (1834). « On ne badine pas avec l'amour » (1 ^{ère} publication).	
Couverture du roman	
	

Image 68. Alfred de Musset (On ne badine pas avec l'amour)

L'image suivante est celle de l'œuvre « On ne badine pas avec l'amour » de Alfred de Musset. Il s'agit d'une œuvre théâtrale publiée en 1834 dans la Revue des Deux Mondes et représentée comme pièce de théâtre en 1861 à la Comédie Française. Le verbe « badiner » signifie : « Verbe intransitif : Dire ou faire quelque chose pour s'amuser, pour plaisanter. Verbe transitif direct : Plaisanter (avec, sur quelque chose), prendre à la légère (surtout négativement) : On ne badine pas avec l'amour. Synonymes : Blaguer (familier), plaisanter, rire. » Il faut dire que « On ne badine pas avec l'amour » est une expression en français qui veut dire qu'il ne faut surtout pas plaisanter, jouer ou s'amuser avec l'amour qui est donc une liaison entre les humains qu'il faut absolument prendre au sérieux dans la vie.

Ce qui veut dire que cette pièce de théâtre comporte comme titre une expression française qui nous fait entendre que l'amour n'est pas un jeu ou que l'amour est chose

sérieuse. Si l'on observe l'image, on constate un couple bien habillé et bien coiffé qui se rapproche dans la nature ; un homme en costume rouge et une dame en robe blanche. On peut dire qu'il est question d'*image effective et focalisante* au niveau de sa brillance et de sa coloration quant à la composition de la page de couverture. Le nom de l'autre est en tête de l'ouvrage en majuscules et écrit en grands caractères (Musset) par rapport au titre qui instaure une *cohérence explicite* avec son image.

AUTEUR	STENDHAL
TITRE	Le Rouge Et Le Noir (Kırmızı ve Siyah)
IMAGE	- Le titre, le nom de l'auteur et l'édition
CARACTERISTIQUES	- Image neutre et objective - Images vives et colorées
SIECLE LITTERAIRE	19 ^e siècle
Stendhal, H.B. (1830/1831). « Le Rouge Et Le Noir », Paris : Michel Levy Frères, Libraires – Editeurs.	
Stendhal, H.B. « Kırmızı ve Siyah », İstanbul : Ema Kitabevi – Edebiyat Dizisi.	
Couverture du roman ⁴³	
	

Image 69. Stendhal (Le Rouge Et Le Noir)

⁴³ La première et la dernière image (traduction en turc) ont été prises de Google, alors que les deux autres images nous appartiennent.

Nous avons ci-dessus 4 images du roman « Le Rouge et Le Noir » de Henri Beyle Stendhal, publié en 1830 (au 19^e siècle). Alors que les 3 premières images appartiennent au roman original en français, la dernière image (en bas à droite) est celle de sa traduction en turc. Ce deuxième roman de Stendhal après « Armance » est classé dans la catégorie de roman psychologique et de roman d'apprentissage. Il s'agit ici d'une étude sociale, politique et historique dans laquelle Stendhal peint une image de *la France de la Restauration*, les oppositions entre *Paris et la Province*, entre *Noblesse et Bourgeoisie*, autrement dit les pauvres et les riches, la puissance et la faiblesse humaine. En effet, selon Nietzsche, Stendhal est « le dernier des grands psychologues français ». « Le Rouge et Le Noir » a fait l'objet de nombreuses adaptations au cinéma et à la télévision.⁴⁴

En ce qui concerne les images, la première est une couverture blanchâtre sur laquelle nous voyons le titre, le nom de l'écrivain, l'édition et les autres informations. Au centre, il y a les initiales « M – L » en majuscule et en noir de la Maison d'Édition « Michel Lévy ». Au niveau du titre, nous remarquons que « Le Rouge » est en plus petits caractères que « Le Noir » ayant une domination au niveau de la visualisation; ce qui veut dire que l'obscurantisme de la société de l'époque domine dans l'histoire du roman. Ceci est une image sans dessin et couleur ; elle peut donc être rangée dans la catégorie des *images neutres et objectives*. La deuxième image (en haut à droite) de la Collection Hachette reflète les classes sociales (la bourgeoisie) de la société du 19^e siècle ; les citoyens, hommes et femmes, sont bien vêtus. On y voit deux carrés dont l'un est en noir et blanc et l'autre en couleur et spécifiquement en rouge et noir. De ce fait, on peut dire que l'image en question est *effective et semi-cohérente* avec le titre. Dans la troisième image (en bas à gauche), il y a une grande plume noire trempée dans un petit flacon d'encre noire avec d'autres plumes noires claires et plus minces qui voltigent autour de la plume au centre de la page couverture rouge.

La plume qui symbolise universellement la littérature et l'art, pourrait attirer l'attention du lecteur en focalisant sur l'objet d'écriture littéraire « la plume ». Cette *image effective* qui paraît *simple, claire*, mais *explicite* est cohérente avec le titre non pas au niveau sémantique, mais plutôt au *niveau sémiotique* avec sa coloration en rouge et noir. Dans la dernière image de la traduction en turc du roman (en bas à droite), nous constatons une femme qui paraît pensif, bien habillée et assise, entourée de fleurs multicolores avec son grand

⁴⁴ https://fr.wikipedia.org/wiki/Le_Rouge_et_le_Noir

chapeau noir et sa robe rouge. Nous pouvons dire que cette image est *focalisante et cohérente* avec son titre.

AUTEUR	Antoine de SAINT-EXUPERY
TITRE	Le Petit Prince
IMAGE	Image avec un petit enfant sur un globe terrestre
CARACTERISTIQUES	Image focalisante (dessin animé)
SIECLE LITTERAIRE	20 ^e siècle

Antoine, de Saint-Exupéry (1999). « Le Petit Prince ». Paris : Editions Gallimard.

Antoine, de Saint-Exupéry (2000). « Le Petit Prince ». Coll. Folio Junior, Paris : Editions Gallimard.

Couverture du roman

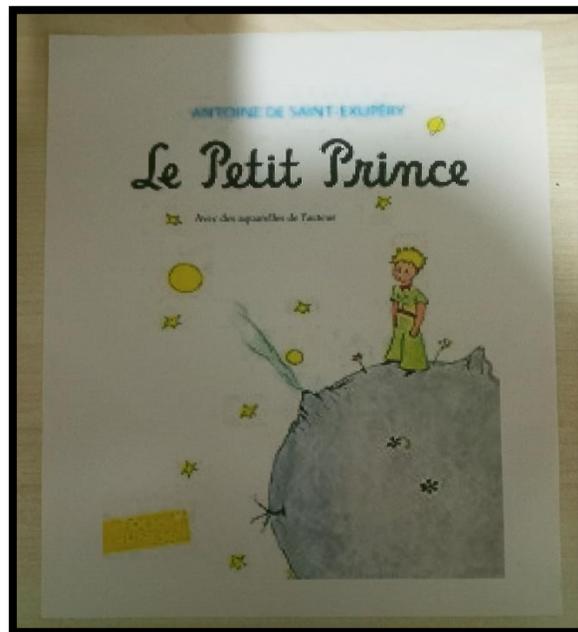


Image 70. Antoine De Saint-Exupéry (Le petit prince)

Et voici un chef-d’œuvre fantastique ! Tout le monde connaît “Le Petit Prince” d’Antoine De SaInt-Exupéry. Il n’est pas nécessaire d’en dire plus sur le contenu du roman. L’image est aussi classique devenu un symbole dans le monde entier : on y voit donc un petit enfant sur un globe terrestre en train de regarder dans le vide. Il y a deux ronds jaunes (comme

le soleil) et des étoiles jaunes. Cette image est suffisamment focalisante et cohérente avec le titre de l'œuvre.

AUTEUR	Eugène IONESCO
TITRE	Rhinocéros
IMAGE	-Image de deux rhinocéros et un petit bonhomme -Image de plusieurs rhinocéros avec un qui est rouge
CARACTERISTIQUES	Image vive et colorée
SIECLE LITTERAIRE	20 ^e siècle

Ionesco, E. (1959). *Rhinocéros*. Paris : Editions Gallimard, 246 p.

Couverture du roman⁴⁵



Image 71. Eugène Ionesco (Rhinocéros)

L'ouvrage intitulé « Rhinocéros » est une pièce de *théâtre absurde* dans la littérature française du 20^e siècle. Il s'agit d'une pièce en trois actes et en quatre tableaux en prose. Ce théâtre de l'absurde aborde les thèmes du totalitarisme, du conformisme et de la résistance au pouvoir politique. La page de couverture du roman d'Eugène Ionesco est assez animée ; on y découvre un petit bonhomme ouvrant les deux bras et mains, ainsi que deux rhinocéros dont l'un est en petite forme, tandis que l'autre est beaucoup plus grand. Celui qui se trouve juste devant les yeux du lecteur est en plus grande forme. Cette position est une manière de focaliser l'objet animal qui est donc situé au centre du théâtre.

⁴⁵ L'image de droite a été photographiée par nous-même (celle de gauche est prise de Google).

Les deux rhinocéros ont un corps, une tête et une corne bien bizarres au niveau de leur forme. Le mini bonhomme situé en haut des escaliers est juste entre les deux animaux qui sont de couleur jaunâtre avec une corne étrangement blanche ; on a l'impression que le petit monsieur minuscule par rapport aux rhinocéros, se veut comparer en tant qu'être humain avec ces deux animaux étant donc le petit et le grand rhinocéros. L'image peint la *tragédie humaine* face à une maladie épidémique qui effraie et transforme bizarrement tous les êtres humains, les habitants d'une ville en rhinocéros. Avec ses traits, couleurs et formes, on peut donc considérer cette image comme *effective et focalisante* au niveau du processus de *signification* et de *compréhension* de l'œuvre en question. Le rhinocéros et le petit être humain constituent le symbole, l'image de l'étrangeté et la bizarrerie qui nous donnent la sensation de l'absurdité. L'image du deuxième roman illustre plusieurs petits rhinocéros avec un seul qui diffère des autres avec sa couleur rouge. De ce point de vue, la représentation des deux images décrit bien la valeur de théâtralité et d'absurdité de l'ouvrage.

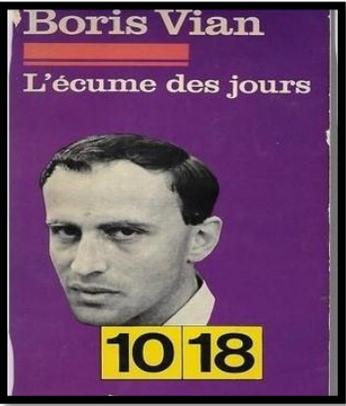
AUTEUR	Boris VIAN
TITRE	L'Écume des jours
IMAGE	Image de l'auteur
CARACTERISTIQUES	Image ordinaire
SIECLE LITTERAIRE	20e siècle
Vian, B. (1947). <i>L'Écume des jours</i> . Paris : Editions Gallimard.	
Couverture du roman ⁴⁶	
	

Image 72. Boris Vian (L'Écume Des Jours)

⁴⁶ <https://www.google.com.tr/search?q=boris+vian+l%27%C3%A9cume+des+jours>

Le roman intitulé « L'Écume des jours » de Boris Vian, considéré comme un conte, est l'un des classiques de la Littérature Française du 20^e siècle. A travers les personnages, l'auteur traite comme thèmes centraux l'amour, la maladie, le travail et enfin la mort dans un univers poétique et déroutant. La souris grise, personnage du livre, représente le signe imagé des *problèmes sociaux et humains* comme de l'amour jusqu'à la mort en passant par la peine et la souffrance pour l'humanité au début du 20^e siècle. Quant à la page de couverture du roman, nous constatons la tête et le visage du jeune écrivain Boris Vian dont l'expression faciale est en quelque sorte douloureuse et conforme aux *difficultés psycho-sociologiques* de son époque. En effet, dans cette image l'auteur semble avoir l'air de nous dire par sa triste mimique « *je partage la souffrance du peuple et des citoyens* » étant lui-même un de ces citoyens et vivant lui-même moralement la peine de ses compatriotes.

Même si l'image est peu effective sur le plan du dessin et de sa décoration, elle est une manière directe de refléter la situation compliquée du temps par l'intermédiaire de sa propre figure humaine. Du fait que l'image illustre un aspect prioritairement *individuel et subjectif*, nous pouvons dire qu'elle est assez *autoréflexive* et personnelle. C'est pourquoi nous y proposons le terme « auto-image » au sens de « image autoréflexive » pour ce genre de page de couverture qui expose uniquement au centre la propre face, l'expression du visage de l'écrivain du roman. Ce type d'image peut être considéré comme le moyen de *s'exprimer soi-même* en même temps et dans l'objectif d'exprimer les *problèmes sociaux des êtres humains* à l'encontre des difficultés de la vie.

La figure de Boris Vian est ici un modèle explicite devenu comme un symbole, une « image prototypique » qui représente également le visage de tous les autres citoyens vivant dans la même société du temps de l'écrivain. Le schéma ci-dessous présente l'auto-image, c'est-à-dire l'image autoréflexive (en forme de tête, face et/ou visage) :

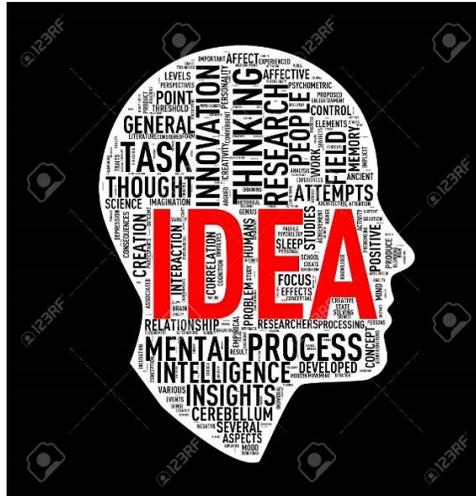


Image 73. Tête, face, visage : Auto-image / image autoréflexive

AUTEUR	Marguerite DURAS
TITRE	Dix Heures Et Demie Du Soir
IMAGE	Couverture illustrant la nature avec une écriture
CARACTERISTIQUES	Image vive, colorée et effective
SIECLE LITTERAIRE	20 ^e siècle
Duras, M. (1960). « Dix heure et demie du soir » (1ère publication)	
Couverture du roman	

Image 74. Marguerite Duras (Dix heures et demie du soir)

Ce roman intitulé : “Dix heures et demie du soir” de Marguerite Duras est une oeuvre de la Littérature Française du XXe siècle. Sur la couverture assez colorée, nous y voyons la nature, un soir en été (comme l’indique le titre) avec une écriture au manuscrit en blanc, probablement une note de l’auteur qui dit: “L’orage va venir, va défiler sur la ville entière”. L’image, qui paraît naturelle et vive, est assez effective et instaure une cohérence avec le titre.

AUTEUR	Marcel PROUST
TITRE	Du Côté De Chez Swann
IMAGE	Couverture avec au centre une petite image colorée
CARACTERISTIQUES	Image peu effective
SIECLE LITTERAIRE	20 ^e siècle

Marcel, P. (1913). « Du Côté De Chez Swann » (1ère publication).

Couverture du roman

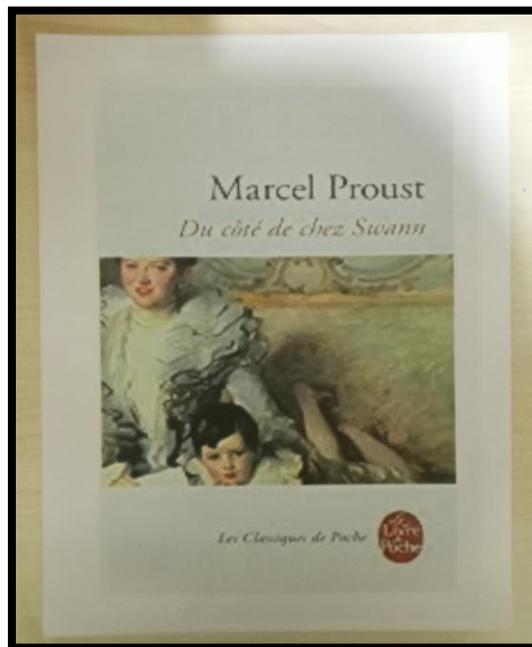


Image 75. Marcel Proust (Du côté de chez Swann)

Nous en sommes maintenant à notre dernier exemple concernant les romans classiques de la littérature française. Analysons ici la couverture du roman « Du Côté De Chez Swann » de Marcel Proust. Dans cette image, nous avons un cadre rectangulaire sur lequel nous apercevons une femme, habillée en robe blanche ou plutôt grise, qui a devant elle un enfant, probablement un petit garçon, on dirait qu'ils sont assis sur un grand lit. La photo n'est pas très colorée et brillante ; les couleurs ne sont pas tellement vives. On dirait aussi que sur l'image, c'est la famille Swann. De ce fait, on peut donc dire que l'image est *peu effective, mais par contre assez cohérente* avec le titre du roman.

3.13.2. Les images des romans contemporains

Nous allons maintenant passer à *l'analyse interprétative* des images de couverture issues de *romans modernes* dits *contemporains* sur le plan de *l'aspect sémiotique et esthétique* de la page de couverture du roman en question. Les romans sont datés des années 1900 ...La question est de savoir s'il existe sur un roman moderne, très rare dans les classiques (on n'en a pas trouvé en grand nombre), une page de couverture sans image. Bien entendu, l'image et le signe sont *deux notions différentes* pour ne pas dire opposés ou contradictoires. La différence ou la nuance est que chaque image est (ou contient) un signe, mais chaque signe n'est pas une image. Nous allons voir dans les exemples d'images issus de romans contemporains comment il nous est possible d'établir une *catégorisation* au niveau de la différenciation et de la variation des images romanesques. Aussi, s'il existe un lien, une corrélation, ou plus exactement une cohérence entre le titre et l'image de la couverture du roman.

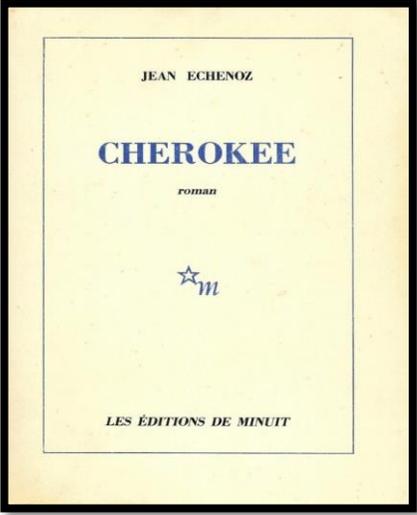
AUTEUR	Jean Echonoz
TITRE	Cherokee
IMAGE	Une page jaune sans image
CARACTERISTIQUES	Image neutre
SIECLE LITTERAIRE	20 ^e siècle
Echonoz, J. (1987). « Cherokee ». Paris : Editions Minuit.	
Couverture du roman	
	

Image 76. Jean Echonoz (Cherokee)

Si l'on observe notre premier exemple de roman ci-dessus de Jean Echonoz (publié en 1987), nous constatons qu'il n'y a effectivement pas d'image, mais par contre elle comporte trois signes distincts d'ordre linguistique et non-linguistique. En effet, tout signe comporte un sens qui reste à interpréter par le lecteur qui voit, regarde et lit le signe et/ou l'image. On y voit une petite étoile qui pourrait symboliser quelque chose qui brille au fond de l'éternité ou une brillance au fond de la littérature pour attirer l'attention et la curiosité des lecteurs. La lettre en minuscule « m » est probablement l'initiale des Éditions de Minuit où est paru ce roman. L'auteur français a reçu le Prix Médecine (1983) avec ce roman policier, une fiction fantastique classée dans la série des romans noirs. Le même auteur a reçu également le Prix Goncourt avec son roman intitulé « Je m'en vais » (1999).

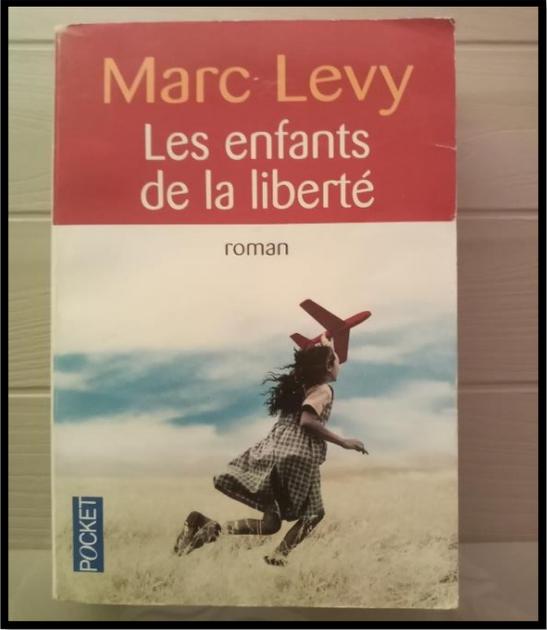
AUTEUR	Marc LEVY
TITRE	Les Enfants De La Liberté
IMAGE	Une petite fille qui court dans la prairie
CARACTERISTIQUES	Image effective
SIECLE LITTERAIRE	20 ^e siècle
Levy, M. (1983). « Les enfants de la liberté ». Paris : Editions Minit.	
Couverture du roman	
	

Image 77. Marc Levy (Les Enfants De La Liberté)

Notre deuxième image de couverture est celle de l'écrivain français contemporain Marc Levy dont le roman ci-dessus est titré « Les enfants de la liberté » publié en 1983. Nous y apercevons sur la page de couverture une petite fille qui court dans la prairie avec dans la main gauche un jouet étant une maquette d'avion de couleur rouge foncé. Le ciel bleu nuageux avec beaucoup de nuages blancs qui domine en quelque sorte l'image, la petite fille qui court et l'avion forment ensemble une belle combinaison qui symbolise effectivement le concept de la « liberté ». De ce fait, nous pouvons dire que l'image a ici un *pouvoir effectif* dans son apparence et qu'une certaine *cohérence* est établie entre le titre et son image.

AUTEUR	Marc LEVY
TITRE	Vous Revoir
IMAGE	La mer vue d'une fenêtre ouverte
CARACTERISTIQUES	Image effective
SIECLE LITTERAIRE	20 ^e siècle
Levy, M. (2005). « Vous Revoir ». Paris : Editions Minuit.	
Couverture du roman	
	

Image 78. Marc Levy (Vous Revoir)

Dans ce deuxième roman du même auteur Marc Levy, intitulé « Vous Revoir », nous observons une image de couverture qui illustre une mer dont la couleur est d'un bleu très coloré. Les couleurs bleu, blanc et gri recouvrent la couverture avec le bleu qui domine les deux autres couleurs. On y retrouve la fenêtre, la mer et le ciel comme concepts visuels. La mer est vue d'une fenêtre ouverte : on dirait le panorama du paysage naturel que reflète la mer bleue. Nous pouvons commenter cette image comme quelqu'un qui attend une personne en regardant par la fenêtre. La fenêtre pourrait bien symboliser plus ou moins l'ouverture à une nouvelle situation comme l'attente du retour d'une personne, d'un amant marqué dans le titre par le pronom personnel « vous ». Alors que la mer peut symboliser l'infinitude, l'éternel lointain, en d'autres termes probablement quelque chose ou quelqu'un qui demeure inaccessible ou injoignable. Nous constatons que la *cohérence est établie* entre le titre et son

image, mais que cette cohérence est assez ouverte à l'interprétation du lecteur, car elle paraît quand même avec le message qu'elle sous-entend avec une *valeur implicite et sous-entendue*. En conséquence, nous pouvons dire que cette image est d'une valeur effective.

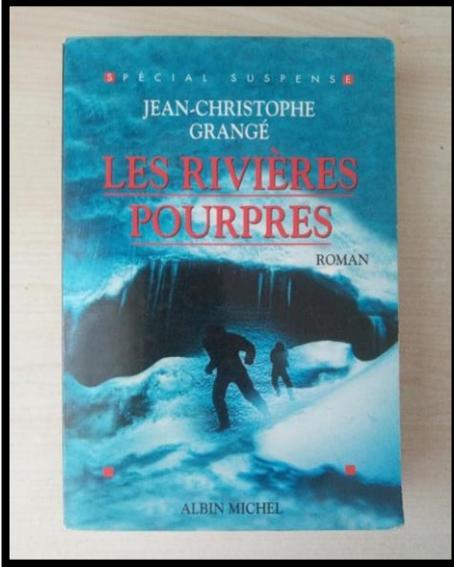
AUTEUR	Jean-Christophe GRANGÉ
TITRE	Les Rivières Pourpres
IMAGE	Deux hommes marchent au bord d'une rivière sous la tempête
CARACTERISTIQUES	Image effective
SIECLE LITTERAIRE	20 ^e siècle
Grangé, J.-Ch. (1998). « Les Rivières Pourpres ». Paris : Albin Michel.	
Couverture du roman	
	

Image 79. Jean-Christophe Grangé (Les Rivières Pourpres)

Dans ce roman intitulé « Les Rivières Pourpres » de Jean-Christophe Grangé, publié en 1998, l'image de la couverture décrit deux hommes qui marchent au bord d'une rivière sous la tempête. On dirait qu'il y a une espèce de baleine ou un gros requin qui ouvre sa bouche avec ses dents affreuses et très pointues pour avaler les deux hommes. Le mot « pourpre » est un adjectif qualificatif qui veut dire « coloré ». Il faut savoir que Jean-Christophe Grangé est un auteur français qui écrit des romans policiers ; journaliste, écrivain, scénariste, il écrit aussi des bandes dessinées. L'image de ce roman est cohérente avec le titre

et le fait que ce soit un roman policier. La couverture du roman est effective et focalisante sur le plan du dessin attractif et de la couleur bleu vif qui domine l'image. Le titre comporte un *message implicite et sous-entendu* par rapport au qualificatif « pourpre » que nous avons évoqué en relation avec l'image du roman.

AUTEUR	Amin MAALOUF
TITRE	Les Désorientés
IMAGE	Couverture de couleur grise et bleue illustrant une mer floue avec des gens en petite forme.
CARACTERISTIQUES	Image peu effective
SIECLE LITTERAIRE	21 ^e siècle

Maalouf, A. (2012) : *Les Désorientés*. Paris : Grasset.

Couvertures du roman

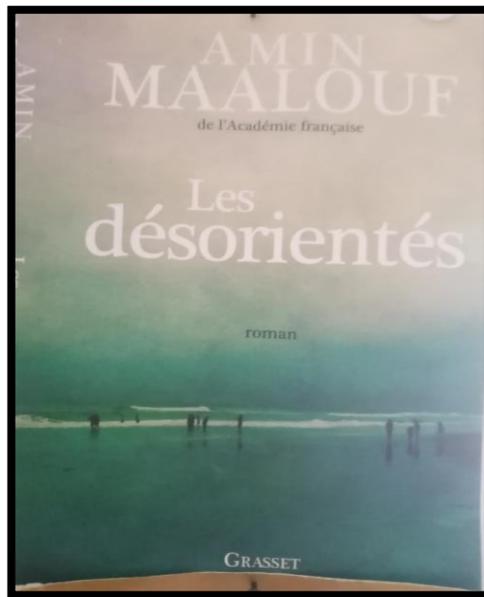


Image 80. Amin Maalouf (Les Désorientés)

Ce roman du littéraire francophone contemporain Amin Maalouf (d'origine libanaise, exilée à Paris) intitulé « Les Désorientés » raconte *l'exil, l'amitié, le lointain, la tristesse en raison de l'amour* pour le pays natal. Le héros du roman Adam part pour l'enterrement de son ancien ami Mourad au pays natal. L'auteur parle de la guerre, du Proche-Orient, des valeurs morales comme afin de donner un message à toute l'humanité. Ces sentiments et états d'âme sont décrits par l'image d'une mer floue avec des gens à peine visibles au bord de la

mer bleue. Le ciel gris qui constitue presque la moitié de l'image avec la composition de la mer représente le lointain, l'éternité et le manque du pays natal. L'image est d'une valeur *peu effective*, mais par contre *cohérente* avec le titre.

AUTEUR	Michel BERNARD
TITRE	Le Bon Cœur
IMAGE	Couverture rouge avec et sans portrait d'une dame
CARACTERISTIQUES	Image peu effective et image neutre
SIECLE LITTERAIRE	21 ^e siècle

Bernard, M. (2018) : « Le Bon Cœur ». Paris : La Table Ronde.

Couvertures du roman



Image 81. Michel Bernard (Le bon cœur)

L'exemple ci-dessus est le roman intitulé « Le bon cœur » de Michel Bernard publié en 2018 chez l'Édition La Table Ronde. Ce roman a une option intéressante de pouvoir illustrer deux types d'image ayant une étiquette enlevable. Sur cette étiquette en noir et blanc, nous apercevons le buste d'une jeune femme avec les cheveux attachés en boule que l'on voit de côté au niveau du portrait. Par contre, lorsque l'on retire cette étiquette de portrait de

femme, on se retrouve avec une couverture rouge avec le titre et le nom de l'auteur et de l'Édition. Il est ici question d'une image de couverture à double - face. L'image avec le portrait est *focalisante* sur la femme, alors que l'image sans le portrait est *neutre et objective*. Ce roman a donc une double image de valeur différente. Les deux images sont *cohérentes avec le titre* du roman, car la couverture avec le portrait décrit un cœur de femme et la couverture sans étiquette montre que le cœur est rouge au niveau de sa couleur.

AUTEUR	Claude BÉATA
TITRE	Au Risque d'Aimer
IMAGE	Image d'un cœur dans lequel il y a des vivants, humains et animaux amoureux en petites formes.
CARACTERISTIQUES	Image colorée et assez effective.
SIECLE LITTERAIRE	21 ^e siècle

Béata, Cl. (2013) : « Au Risque d'Aimer ». Paris : Odile Jacob.

Couvertures du roman⁴⁷

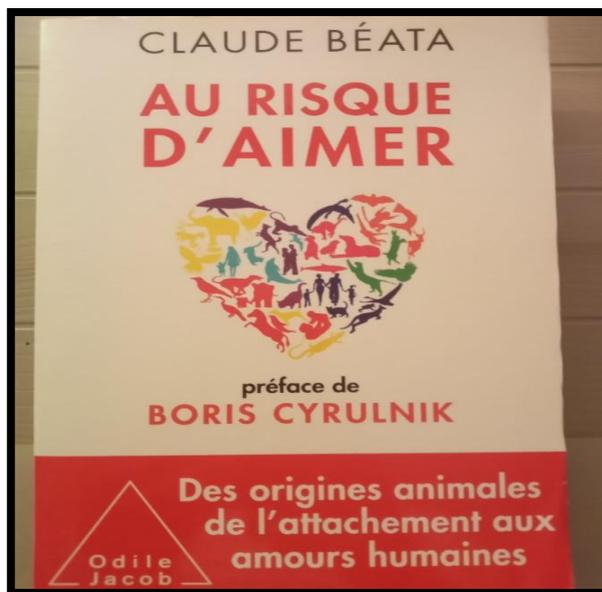


Image 82. Claude Béata (Au risque d'aimer)

Le roman ci-dessus est « Au risque d'aimer » de Claude Béata qui est publié en 2013. Sur la couverture du roman on visualise une image avec un cœur dans lequel nous avons de

⁴⁷ Idem.

petites formes de vivants ; êtres humains et animaux ensemble dans un même cœur. Nous pouvons considérer cette image comme *focalisante* car elle focalise sur un point au centre de la couverture ; le cours et les vivants. L'image est *cohérente* avec le titre du fait que le verbe « aimer » du titre est symbolisé par la forme de cœur qui se trouve au centre de la couverture du roman.

AUTEUR	Patrick Poivre D'ARVOR
TITRE	Deux Amants
IMAGE	Couverture illustrant le bord de la mer.
CARACTERISTIQUES	Image focalisante
SIECLE LITTERAIRE	20 ^e siècle
Poivre d'Arvor, P. (1984). <i>Deux Amants</i> . Coll. Le Livre de Poche, Paris : Éditions Jean-Claude Lattès.	

Couverture du roman

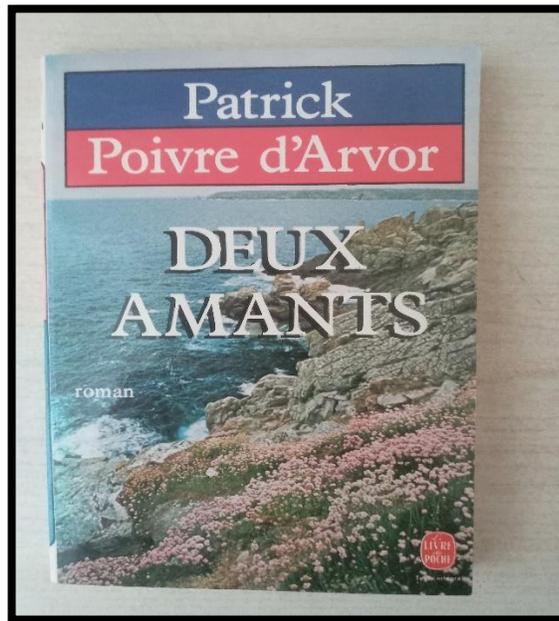


Image 83. Patrick Poivre D'Arvor (Deux amants)

Le roman moderne intitulé « Deux amants » de Patrick Poivre D'arvor, publié en 1984, nous illustre une page de couverture sur la nature ou on y voit le bord de la mer qui se complete avec la terre et les rochers remplis de fleurs roses garnies avec un peu de verdure. Cette image naturelle est *effective* avec la mer bleue et sans aucun personnage même si elle

ne comprend pas beaucoup de couleurs et qu'elle ne nous offre pas une *vivacité suffisante* pour parler d'une image très effective ou focalisante. Après ces deux derniers niveaux, nous sommes donc ici face au 3^e niveau de l'effet de l'image. Le titre du roman nous fait comprendre qu'il est question d'un *roman d'amour* qui est décrit par l'image comme « amour naturelle » si l'on associe le titre et le contenu de l'image. En revanche, nous n'avons pas de trace suffisante pour parler de *cohérence* entre le titre et l'image du roman. Donc, nous pouvons dire que les deux axes (étant le titre et l'image) de la couverture sont *incohérentes*.

AUTEUR	Bernard SIMIOT
TITRE	Ces Messieurs de Saint-Malo
IMAGE	Couverture illustrant des citoyens du temps.
CARACTERISTIQUES	Image effective
SIECLE LITTERAIRE	21 ^e siècle

Simiot, B. (1983) : « Ces Messieurs de Saint-Malo ». Livre de Poche. Paris : Éditions Albin Michel.

Couverture du roman

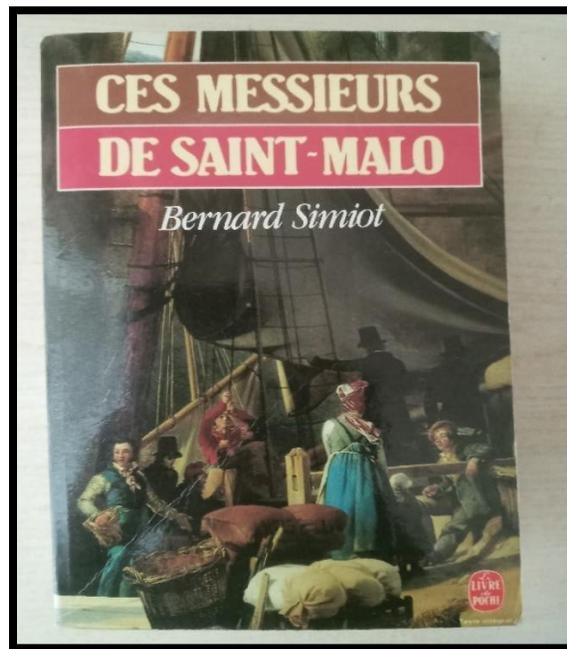


Image 84. Bernard Simiot (Ces messieurs de Saint-Malo)

Le roman ci-dessus « Ces messieurs de Saint-Malo » de Bernard Simiot nous expose une image descriptive des personnages, une dame et des messieurs. L'histoire se passe

probablement à Saint-Malo car le titre marque en même temps le lieu et les personnages. L'image qui est effective est en cohérence avec le titre et marque la situation de l'énonciation.

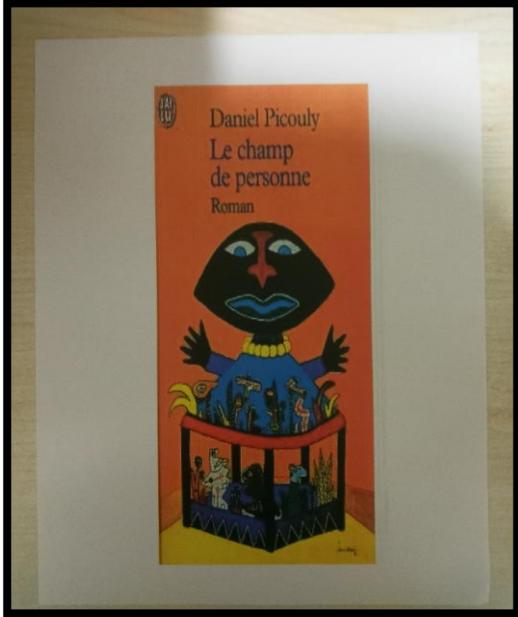
AUTEUR	Daniel PICOULY
TITRE	Le Champ de Personne
IMAGE	Couverture d'une créature bizarre et étrange.
CARACTERISTIQUES	Image effective.
SIECLE LITTERAIRE	21 ^e siècle
Picouly, D. (1995) : « Le Champ de Personne ». Paris : Flammarion.	
Couverture du roman	
	

Image 85. Daniel Picouly (Le champ de personne)

Ci-dessus, nous avons le roman « Le Champ de Personne » de Daniel Picouly qui a une *image descriptive de personnage* qui ressemble à un dessin animé ou une plutôt à une bande dessinée. Cette image bande dessinée semble un peu comique, voire absurde ; on dirait qu'elle fait une critique, une sorte de satire envers l'humanité. L'image est focalisante et cohérente avec le titre du roman.

AUTEUR	Jean-Christophe RUFIN
TITRE	Rouge Brésil
IMAGE	Couverture d'hommes, femmes et enfants dans la mer.
CARACTERISTIQUES	Image peu effective.
SIECLE LITTERAIRE	21 ^e siècle
Rufin, J.-Ch. (2001) : « Rouge Brésil ». Paris : Éditions Gallimard.	

Couverture du roman

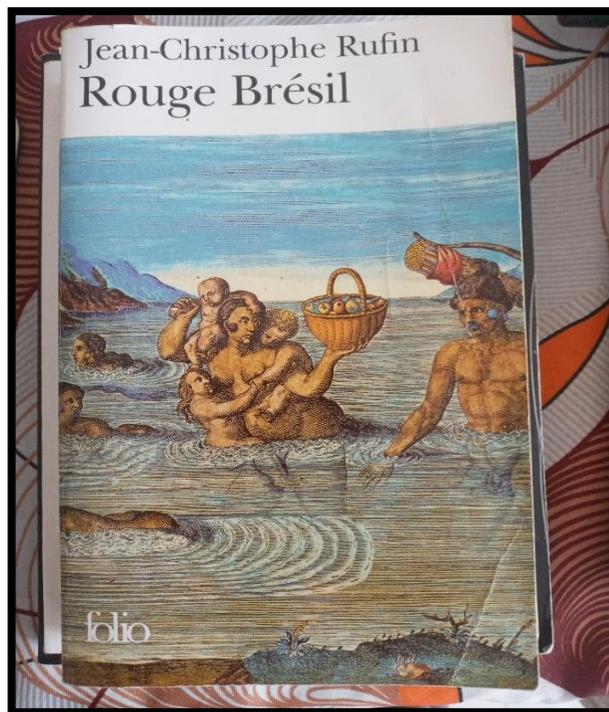


Image 86. Jean-Christophe Rufin (Rouge Brésil)

Nous allons maintenant observer le roman « Rouge Brésil » de Jean-Christophe Rufin. Ce roman nous expose une page de couverture ayant une *image descriptive de personnage*. Il y a des hommes, femmes et enfants qui se baignent et qui nagent dans un lac ou dans une mer et une femme qui portent deux enfants tiend dans sa main gauche un panier qui contient probablement des fruits. L'image est *focalisante*, mais *peu cohérente* avec le titre qui indique la situation et le lieu de l'énonciation.

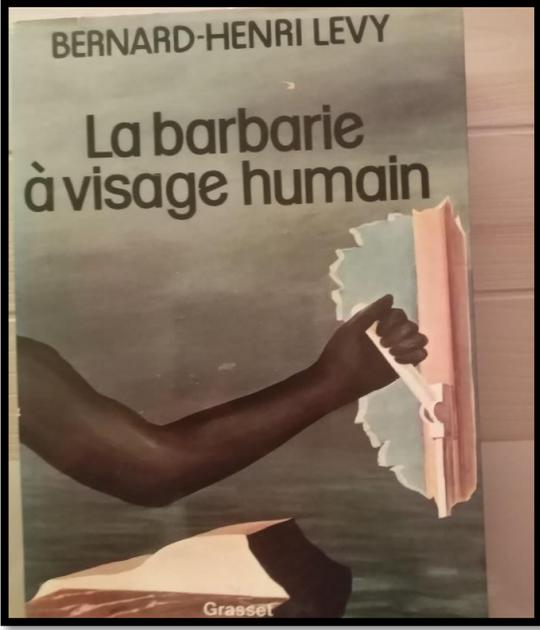
AUTEUR	Bernard-Henri LEVY
TITRE	La Barbarie À Visage Humain
IMAGE	Couverture d'un bras noir qui est en train d'ouvrir une porte ou une fenêtre.
CARACTERISTIQUES	Image effective.
SIECLE LITTERAIRE	20 ^e siècle
Levy, B.-H. (1977) : « La Barbarie A Visage Humain ». Paris : Éditions Grasset.	
Couverture de roman	
	

Image 87. Bernard-Henri Levy (La barbarie à visage humain)

Nous avons maintenant le roman intitulé « La Barbarie à visage humain » Bernard-Henri Levy, publié en 1977 chez les Editions Grasset. Sur la page de couverture, nous remarquons un bras noir qui essaie d'ouvrir une porte ou une fenêtre cassée. Au-delà ou à travers la vitre de la fenêtre, nous pouvons voir la mer avec une espèce de rocher. Malgré qu'il y ait le mot « visage », il n'y a pas de visage humain dans l'image. La barbarie se comprend plus ou moins avec le bras noir et la vitre cassée. L'image n'est pas complexe, il n'y a pas trop de couleurs ; le noir et le gris dominent la photographie. L'image est donc *très effective* avec une *valeur fictive* et *cohérente* avec le titre du roman.

AUTEUR	Albert PIGASSE
TITRE	- La Nuit de Santa Cruz - Marie de Nos Vingt Ans
IMAGE	Couverture jaune avec en dessous du titre une plume percée au trou de l'œil d'un masque noir
CARACTERISTIQUES	Image neutre
SIECLE LITTERAIRE	20 ^e siècle
- Pigasse, A. (1962). « La Nuit de Santa Cruz ». Paris : Exbrayat et Librairie des Champs-Élysées. - Pigasse, A. (1975). « Marie de Nos Vingt Ans ». Paris : Exbrayat et Librairie des Champs-Élysées.	

Couvertures de roman



Image 88. Albert Pigasse (La nuit de Santa Cruz / Marie de nos vingt ans)

Ces deux romans de la Collection Exbrayat dirigée par Albert Pigasse sont un peu particuliers par rapport aux autres romans du fait qu'ils comportent une page de couverture plus ou moins neutre au niveau de leur apparence visuelle. En effet, les deux images de couverture des romans intitulés « La nuit de Santa Cruz » et « Marie de Nos Vingt Ans » sont de couleur jaune avec juste le titre et au centre une sorte de masque noir, dont l'œil droit est percé d'une plume d'écriture littéraire. Alors que la « plume » symbolise l'écrit littéraire et le roman, le « masque noir » pourrait ici symboliser ce qui est caché, *implicite et sous-entendu* dans la structure profonde du roman et de la littérature. Le fait que la plume perce

l'œil du masque pourrait être interprété comme la force et le pouvoir des textes littéraires. Nous pouvons considérer cette visualité en tant qu'*image neutre et objective*, car nous ne percevons pas de cohérence explicite entre le titre et l'image. Autrement dit, s'il faut parler d'une quelconque *cohérence*, elle est en quelque sorte cachée et donc *implicite et sous-entendue* en termes sémio-linguistiques. Ce qui revient à dire que l'auteur laisse l'image à la discussion et à l'observation des lecteurs.

AUTEUR	Jean-Louis TOUCHANT
TITRE	Le Train Vers-de-Gris
IMAGE	Couverture noire avec une ombre en forme de silhouette d'un buste humain.
CARACTERISTIQUES	Image neutre
SIECLE LITTERAIRE	21 ^e siècle
Touchant, J.-L. (2004) : « Le Train Vers-de-Gris ». Coll. Rail Noir. Paris : Editions La Vie du Rail.	
Couverture de roman	
	

Image 89. Jean-Louis Touchant (Le train vers-de-gris)

Nous avons ci-dessus le roman contemporain intitulé “Le Train Vers-de-Gris” de Jean-Louis Touchant dont la page de couverture est noire sans aucun dessin, trait ou ligne, mais simplement avec une ombre en forme de silhouette d’un personnage, un buste humain en noir un peu plus foncé. L’image noire est neutre et objective faisant cohésion uniquement

avec la Collection “Rail Noir”. L’auteur est connu généralement par sa littérature policière, mais ce livre n’est pas un roman policier, c’est un roman d’enquête, en quête de soi.

AUTEUR	Franck THILLIEZ
TITRE	Deuils de Miel
IMAGE	Couverture noire avec une bête ressemblant à une sorte de papillon.
CARACTERISTIQUES	Image peu effective.
SIECLE LITTERAIRE	21 ^e siècle
Touchant, J.-L. (2006) : « Le Train Vers-de-Gris ». Coll. Rail Noir. Paris : Editions La Vie du Rail.	

Couverture de roman

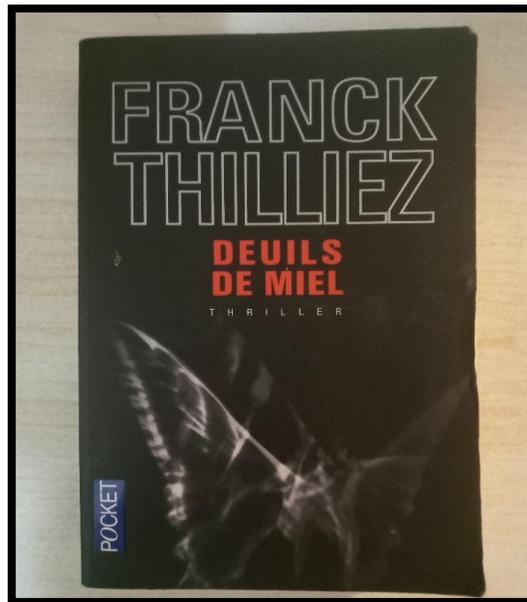


Image 90. Franck Thilliez (Deuils de miel)

Le roman ci-dessus intitulé “Deuils de Miel” est celui de Franck Thilliez qui est un romancier policier. Le mot “Thriller” indiqué en dessous du titre montre qu’il s’agit d’un roman policier. C’est pourquoi, l’image de la couverture est en noir avec une bête ressemblant à une sorte de papillon qui symbolise éventuellement le suspense de l’histoire. Nous pouvons dire que l’image noire est peu effective au niveau de sa visibilité. De plus, il n’est pas facile d’établir une cohérence explicite avec le titre et l’image de la couverture.

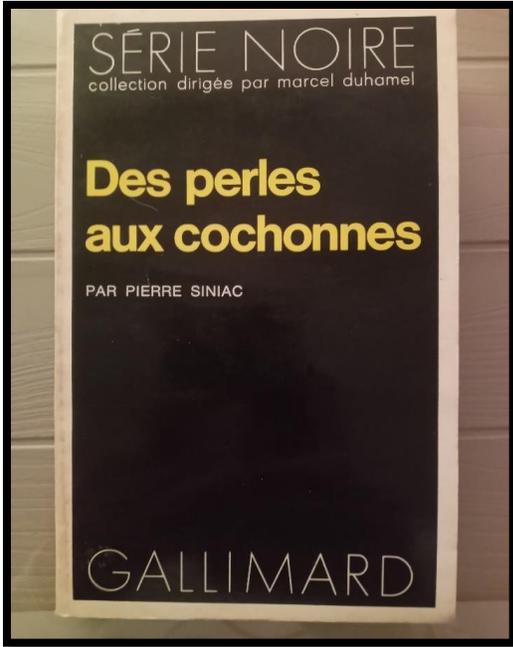
AUTEUR	Pierre SINIAC
TITRE	Des Perles Aux Cochonnes
IMAGE	Couverture noire avec titre, mais sans image.
CARACTERISTIQUES	Image neutre.
SIECLE LITTERAIRE	20 ^e siècle
Siniac, P. (1977) : « Des Perles Aux Cochonnes ». Coll. Série Noire. Paris : Éditions Gallimard.	
Couverture du roman	
	

Image 91. Pierre Siniac (Des perles aux cochonnes)

Notre dernier exemple, concernant les romans contemporains, est le roman intitulé “Des perles aux cochonnes” de Pierre Siniac qui eut le Grand Prix de la Littérature Policière en 1981 pour 3 de ses romans y compris son roman “Aime le maudit”. Etant donné que c’est un roman policier, la page de couverture illustre une image noire sans aucun dessin ou forme. Cette image noire est donc neutre et objective en corrélation avec la Collection Série Noire de l’Edition.

CONCLUSION

(Considérations Générales)

De Hugo à Balzac et Flaubert, de Zola et Sartre à Stendhal et Camus, de Baudelaire à Lautréamont en passant par Aragon comme grands écrivains philosophes et penseurs classiques jusqu'aux auteurs contemporains de nos jours... Des Misérables vers Madame Bovary et l'Education Sentimentale, De Thérèse Raquin et Germinal vers La Peste, Des Fleurs du Mal au Spleen de Paris, et tant d'autres chefs-d'œuvre... La liste est aussi longue et riche qu'on ne peut en finir avec la littérature française. De la poésie en vers ou en prose au théâtre et au roman comme genre littéraire du plus classique au plus moderne, l'image, occupant le centre de la vie humaine, est un concept universel d'une beauté splendide et une magnificence éternelle qui se trouve chez tous les auteurs, penseurs et philosophes quel que soit le type de texte, le genre et le courant littéraire dans tous les temps, époques et siècles de la littérature française. D'autre part, une image peut parfois représenter un dessin ou un tableau, une sculpture ou une affiche esthétique et visuelle relevant de l'art dans le cadre de l'*iconicité* et de la *symbolisation* de tel ou tel concept, notion ou valeur relatifs à l'humanité sociale. Néanmoins, il nous est possible de dire que tout ce qui touche aux yeux de l'être humain peut très bien refléter une image dont la valeur peut probablement différer selon les objectifs envisagés, ainsi que les attentes visées. Ceci constitue sans doute le constat primordial de notre thèse.

L'Image : Un voyage, stylistique, littéraire et philosophique

Au terme de cette longue étude minutieuse et profonde, nous sommes enfin en mesure de prononcer les paroles suivantes : "Ceci n'est pas une thèse ordinaire, mais une question de passion de l'image profonde". En effet, cette recherche est une dégustation afin de prendre le plaisir de la *stylistique littéraire* tout au long du *voyage sémio-linguistique* de l'image des couvertures de romans issus de la Littérature Française de tous les temps. Dans ce long voyage littéraire et sémio-linguistique, nous avons tenté d'observer, d'analyser et de découvrir *la splendeur de la stylistique* de diverses images littéraires. Cette considération nous a fait comprendre le constat suivant humainement profond: Il est clair que l'IMAGE, au sens propre du terme, est une question de passion et *une vraie histoire d'amour* sur la stylistique de l'image des couvertures de romans littéraires. En effet, il faut bien savoir ce que signifie l'activité et le *processus sémio-linguistique* "Lire une image littéraire". Car la

lecture de l'image littéraire nécessite une approche et un point de vue différent par rapport aux autres types de signe, icône et symbole.

“L'image littéraire relève de l'imagination sur laquelle elle se fonde” : Cette étude nous a démontré que l'image en tant que *signe visuel explicite* ne peut aucunement être considérée comme une simple décoration de la page de couverture d'une œuvre littéraire; sa présence en tête du roman est à priori nécessaire, voire indispensable. En effet, l'image (en particulier l'image littéraire) est en soi l'art de décrire (de décrire), de peindre et de représenter les vrais sentiments humains afin de mettre en question aux yeux des lecteurs la réalité des cultures et des sociétés mondaines. L'objectif principal de l'auteur étant bien entendu de transmettre une leçon, un message social par l'intermédiaire de l'image littéraire. En partant de cette conception du visuel, on peut donc ici mettre en évidence le propos essentiel suivant :

L'image : Une sorte de message sociologique et culturelle

L'image littéraire détient essentiellement 3 fonctions différentes, mais simultanées qui sont la *description*, la *représentation* et la *transmission* du message sociologique, culturelle et littéraire. A ce titre, l'image littéraire peut donc être considérée comme une *opération socio-littéraire et socio-culturelle*, ayant d'une part un caractère visuel et contextuel, et d'autre part extra-linguistique et donc non-linguistique. Par contre, le *paramètre extra-linguistique* et non-linguistique de l'image (l'axe supra-segmental) est en relation dépendante avec le *paramètre linguistique* du titre (l'axe segmental), puisque l'image demeure généralement associée et liée au titre du roman.

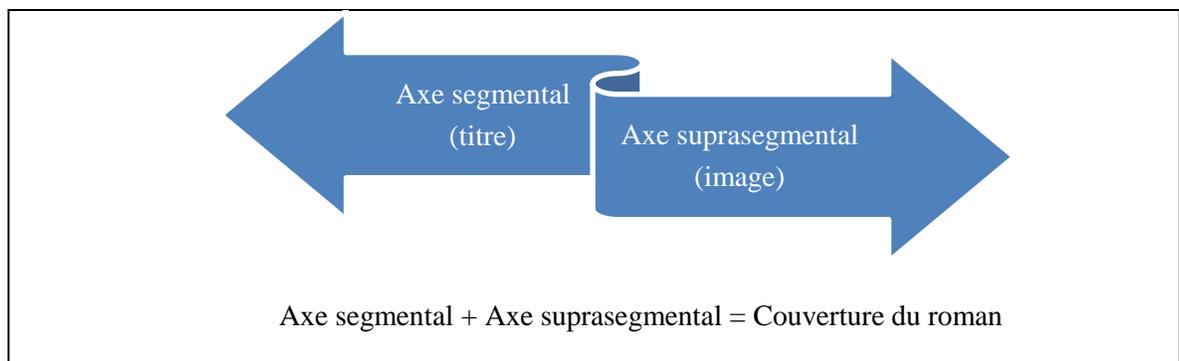


Figure 55. Relation sur 2 plans de nature différente

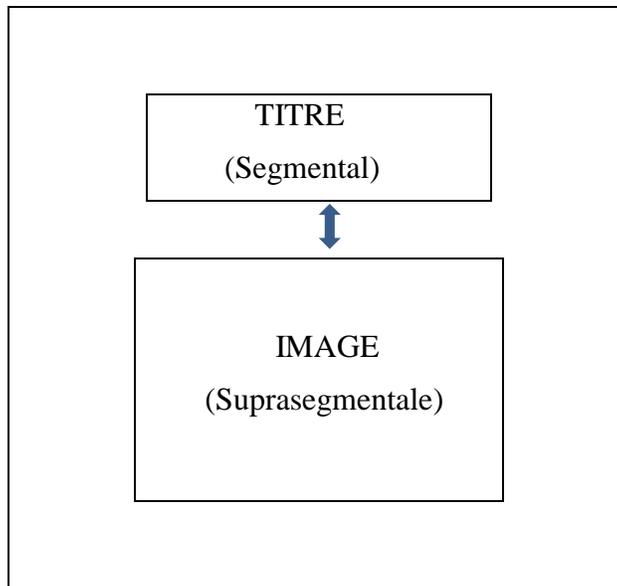


Figure 56. La couverture et ses composants complémentaires

De ce fait, nous avons aussi observé que l'image a une fonction principale de représentation simultanée de l'acte visuel (par le regard et la vue) et de la perception cognitive (la pensée, la vision, le point de vue). Ce qui revient à dire que l'on regarde une image en même temps que l'on réfléchit sur sa *structuration extralinguistique* et *pragmatique* dans le cadre du contexte général en ce qui concerne le contenu du roman.

Le rapport entre le titre et l'image

Dans cette thèse, nous avons essayé de trouver réponse à la question suivante : *Comment l'image s'identifie-t-elle avec le titre et le contenu du roman ?* Pour être plus précis : *Quel genre de relation existe-t-il entre l'image, le titre et le roman ?* Ces questions démontrent sans aucun doute le niveau compliqué de notre thématique abordée.

Au terme de cette étude, nous pouvons en particulier faire les constats principaux suivants en ce qui concerne la valeur de l'image littéraire au sens général : l'image littéraire est en quelque sorte une évocation, une fuite au fond des sentiments, des intentions, des attentes de la société de l'époque par l'intermédiaire de l'écrivain, où subsiste dans toute sa profondeur la vivacité, le dynamisme, le cœur de la littérature française.

On est en mesure de parler désormais de la lecture *profonde* d'*image littéraire*. En effet, la lecture des images littéraires est en quelque sorte un moyen de communication entre l'écrivain et le lecteur. De ce fait, l'image avec le titre constitue le pont de connexion entre ces deux acteurs. En effet, le titre et l'image sont complémentaires ; le titre comme

supplément informatif et paratextuel est *signe linguistique* de nature segmentale qui vient soutenir l'image au profit du contenu du roman. Dans le terme "paratexte", le préfixe "para-" vient du grec et signifie "à côté de..." : de ce fait, nous pouvons dire que le titre, ayant plus précisément le statut de *péritexte*, est une sorte d'ajout, un support à côté de l'image. Le paratexte qui constitue tous les éléments entourant le texte, se compose de *péritexte* et d'*épitexte* (pour plus de détail, nous renvoyons à Genette, 2018). L'image ne peut non plus être indépendante du titre; elle est aussi liée au titre et au roman; de ce fait, elle a également un trait paratextuel, étant un apport informatif et représentatif au texte du roman, mais a la différence du titre, elle est en même temps paralinguistique, paralangagiere et suprasegmentale (hors langue, linguistique et hors segmental) comme *support complémentaire et descriptif* du titre et du texte romanesque.

Ce qui revient à dire qu'on est face à un type de *discours socio-littéraire et imagé* orné de style rhétorique ayant une valeur subjective (selon l'auteur du roman) au moyen des formes visuelles. A ce titre, nous avons également constaté que la *subjectivité dans le langage* (la parole) est en relation étroite avec la *subjectivité dans l'image* (le visuel) notamment dans les romans issus de la littérature française. Le constat essentiel est qu'il est très rare que le titre et/ou l'image soient en paradoxe avec le contenu du roman : il existe donc une sorte de relation binôme (à deux dimensions) entre le titre et l'image ainsi que la page de couverture et l'histoire du roman. Le schéma suivant illustre bien cette relation de subjectivité sous deux paramètres différents :

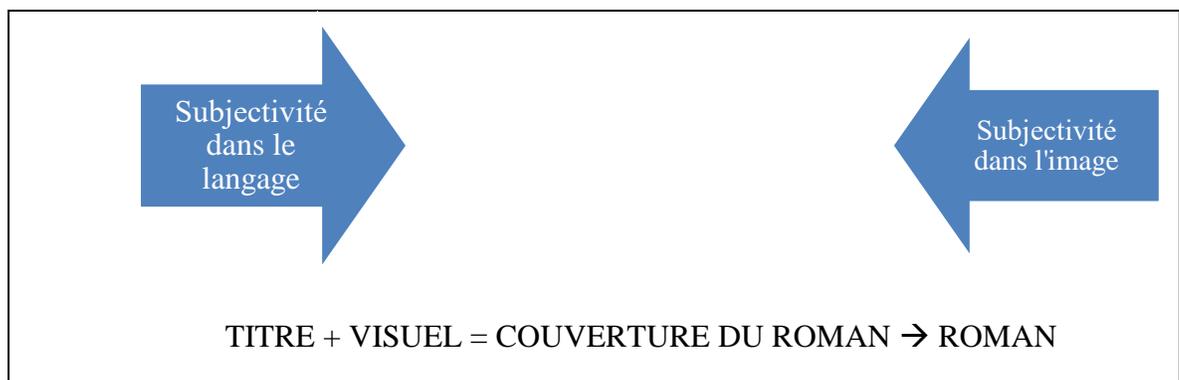


Figure 57. Rapport entre 2 types de subjectivité de la couverture du roman

L'Image énonciative ou énonciation de l'image?

Cependant, nous avons remarqué après de longues analyses critiques et interprétatives que l'image se trouvant sur une page de couverture de roman peut représenter explicitement 5 cas de figure au niveau du processus sémio-linguistique du roman. Cette catégorisation de l'image énonciative concerne l'image dans la situation énonciative appelée « image contextuelle » :

1. Soit la description d'un des personnages du roman (en général le héros),
2. Soit la description d'un événement lié au sujet du roman (unité d'action),
3. Soit la description spatio-temporelle spécifique du roman (unité d'action),
4. Soit la description de la nature (ou un des éléments composant la nature),
5. Soit la description de l'écrivain (portrait imagé de l'auteur du roman),
6. Soit la description neutre du roman (autres signes, formes et couleurs).

Cela dit, le personnage et/ou le héros, l'événement, l'espace, le temps et la situation constituent les unités inséparables qui sont fortement liées dans l'enchaînement des faits successifs dans un roman. Nous pouvons ici schématiser cette classification des images descriptives et énonciatives:

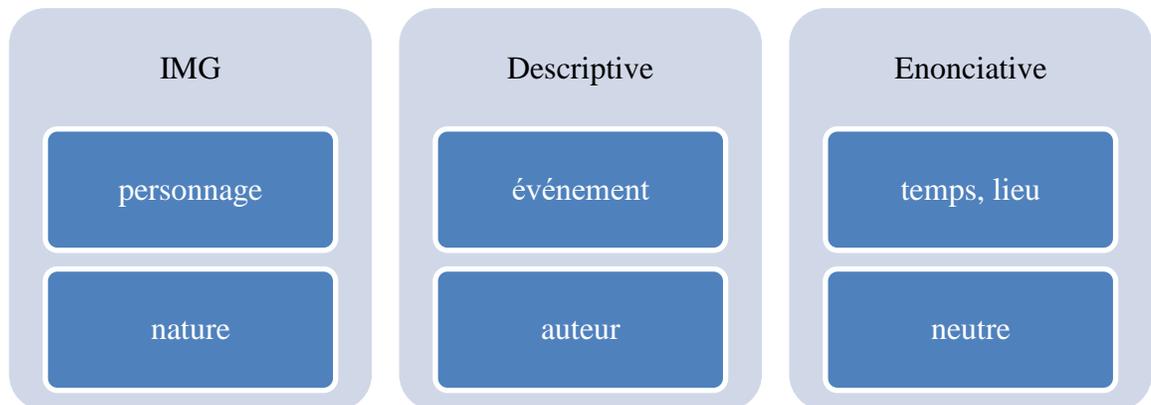


Figure 58. Image descriptive et énonciative

Autres types de catégories possibles d'images littéraires

A part ces catégories, nous pouvons ajouter d'autres types bien entendu : ces catégories ne sont pas exhaustives et limitées, au contraire elles seront toujours à discuter et à améliorer. Par exemple, au niveau du genre romanesque, il est possible d'ajouter l'image légendaire, traditionnelle, culturelle, mytique, mystique, philosophique ou encore l'image de guerre, etc. Comme par exemple « La Guerre de Troie n'aura pas lieu » de Jean Giraudoux, « Les lettres persanes » de Montesquieu, les « Essais » de Montaigne, etc. D'autre part, il

est également possible d'avoir une idée pour introduire des catégories selon les courants, mouvements et *pensées littéraires* comme l'image classique, l'image réaliste, l'image romantique, l'image surréaliste, l'image naturaliste, l'image impressionniste, etc. Ainsi que des catégories en dehors du roman avec d'autres genres littéraires comme par exemple l'image poétique, l'image théâtrale, etc.

L'Image comme signe extralinguistique ou non-linguistique

Comme *signe extralinguistique* ou non-linguistique, l'image est un outil, un instrument de sens, une *production visuelle* explicite ayant une ouverture, une envergure significative. Cette production visuelle est une thématique sémiotique, une *problématique sémiologique interdisciplinaire et multidisciplinaire* à plusieurs dimensions, qui consiste à associer la littérature, la socio-linguistique et la stylistique, sans oublier bien entendu la philosophie susceptible d'englober toutes les disciplines et sciences sociales et humaines.

Une autre réalité à prendre en considération est que la *valeur de la visualité*, en d'autres termes la *valeur visuelle*, la forme de l'image n'est pas toujours le propre choix, la préférence ou la décision singulière du propriétaire du roman, c'est-à-dire l'écrivain. Autrement dit, elle peut aussi être le produit sélectionné et fabriqué à l'initiative de l'intermédiaire de l'Édition (l'éditeur du roman), mais en passant souvent par l'autorisation de l'auteur étant omniprésent jusqu'à la publication définitive de son œuvre littéraire.

Représentation, description et interprétation du visuel comme signe (une vision orientée et un cœur dirigé vers le visuel de l'image) :

Cependant, la description et l'interprétation de l'image est à la portée du lecteur qui contemple d'abord l'image pour ensuite se lancer à la lecture du roman. On parle dès lors de l'interprétation descriptive de l'image dans le cadre de la *subjectivité* non pas dans le langage cette fois, mais dans le visuel sémiotique. Ce qui revient à dire que le lecteur se retrouve ici imprégné dans la *subjectivité sémiotique* puisque ce sont bien ses propres yeux qui voient, regardent, observent ou analysent l'image de la couverture romanesque. Par conséquent, il ne serait pas injuste de dire qu'on est là face à une affaire de questionnement sémiotique profond au niveau de la *représentation descriptive* de l'image au sens propre du terme par celui qui la regarde ou qui l'analyse en rapport avec le contexte du livre ou du roman en question.

L'image : Une sorte de parole sous-entendue et imagée

A ce propos, nous voudrions citer ici l'expression du grand poète classique turc Aşık Veysel qui dit dans un de ses fameux poèmes chantants restés et gravés dans nos mémoires : “*Güzelliğın on para etmez, şu bendeki aşk olmasa !...*” (Fr. Ta beauté ne vaudrait rien du tout/serait néant, sans mon amour/si mon amour n'existait pas). En effet, cette belle expression très humaine explique clairement le caractère subjectif et individuel de l'amour comme image et signe humain (au sens de la parole sous-entendue et imagée) étant donné que l'amour dépend fortement des yeux ainsi que du cœur qui le confrontent et le ressent intérieurement. Ceci est naturellement une considération universelle indéniable qui passe dans n'importe quel coin du monde puis qu'il est ici question d'un sentiment humain primordial dans la relation “homme – femme” concernant toute l'Humanité. En faisant référence au célèbre littéraire français et au grand penseur classique Montaigne qui disait : “Le discours est le miroir de nos pensées”, nous pouvons dire que l'image de la page couverture est bel et bien le miroir du roman et donc de la pensée de son auteur, et plus généralement nous pouvons enchaîner cette idée en disant : *l'image est le miroir de nos pensées au même sens que le discours...*

Image, imagination et subjectivité...

Il y a une relation étroite entre les notions “image” et “imagination”, car l'image figurant sur la couverture d'un roman (c'est-à-dire littéraire, et donc stylistique et esthétique) nous pousse naturellement à être quelque peu imaginaire et à faire de l'imagination ; c'est la raison pour laquelle celui qui *manque d'imagination* ne peut interpréter une image ou même un signe quelconque. D'ailleurs, nous savons que *tout signe et image* (en tant que couverture de roman) ont un caractère descriptif et informatif. De ce fait, la description et l'information qui en découle dépend hautement de notre *regard interprétatif* en direction du signe ou de l'image. D'où il est question de subjectivité quant au regard dirigé vers une image. Nous pouvons schématiser ainsi ce *cas de subjectivité* du visuel :

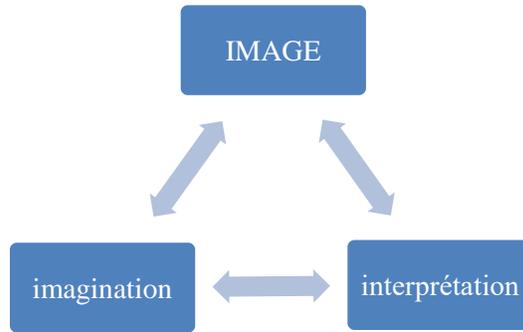


Figure 59. Cas de la subjectivité de l'image

Deux grands paramètres conclusifs: Image simple et image complexe

Au terme de nos analyses profondes des images littéraires, nous sommes à présent en mesure de récapituler notre *catégorisation* en deux grands paramètres conclusifs : *l'image simple et l'image complexe* selon la profondeur visuelle, c'est-à-dire l'apparence et la visibilité extérieure et intérieure de la page de couverture en rapport avec le titre tant sur le *plan littéraire* que sur le *plan stylistique et esthétique*.

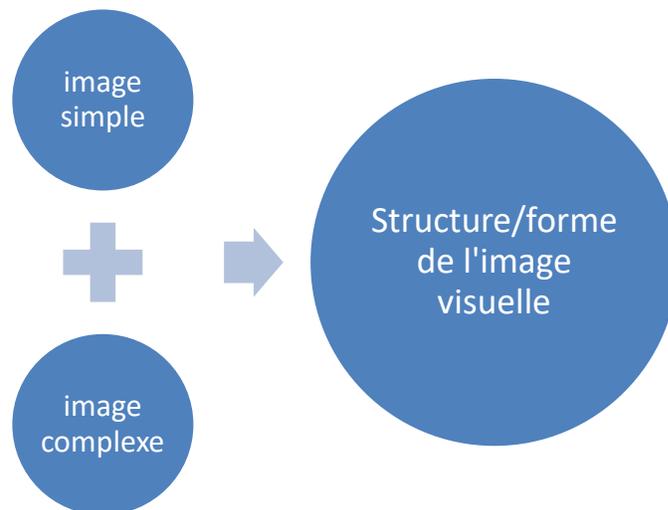


Figure 60. Les deux grands paramètres de l'image

L'Image comme structuration, opération et reformulation

A ce niveau, nous avons certes évoqué la *structure profonde* et la *structure de surface* de l'image en termes de Chomsky, aussi bien du point de vue de la forme, la structure qui représente la formation et l'organisation, autrement dit la *structuration et la formulation de la couverture du roman* (les figures et les dessins avec les couleurs, les traits et les lignes,

ainsi que la combinaison des signes) qu'au niveau de la *compréhension* et la *signification* ; à vrai dire, ce processus fondamental de l'image nous ouvre la porte de la *représentation*, la *perception et la transmission* de l'image au grand public et aux lecteurs littéraires tant sur le plan national qu'international.

Valorisation et représentation : Diversité et redondance des nuances imagées

L'image littéraire telle qu'elle est, semble à une sorte de structuration qui demande à ne laisser aucune trace, le moindre signe, bref le tout petit point qui pourrait jouer sur la signification et sa compréhension. Ce qui veut dire que toute nuance et tout détail sont sans doute à prendre en compte dans l'interprétation d'une image littéraire. En effet, le moindre signe ou indice est donc absolument à prendre en considération. Ce qui est chose difficile ou du moins un travail pas facile à réaliser ; nous l'avons certainement vu et vécu tout au long de ce travail expérimental du fait que les processus de l'image (au sens général du terme et l'image littéraire en particulier) comme description de quelque chose est beaucoup plus une *opération cognitive et sémiotique* (ou plutôt sémio-linguistique et sémio-cognitive en même temps).

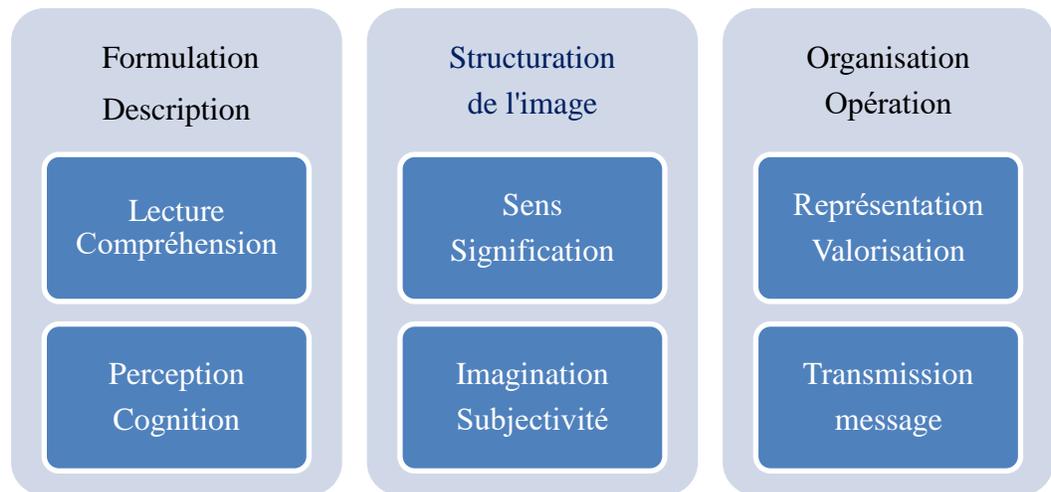


Figure 61. Les processus de l'image littéraire

L'image : Quelles valeurs et fonctions ?

Le tableau et les propos que nous venons de citer ci-dessus décrivent en quelque sorte les *valeurs et les fonctions de l'image* en général que nous pouvons récapituler ainsi dans ce tableau qui focalise et explicite mieux le *fonctionnement de l'image littéraire* comme premier composant fondamental du roman figurant sur la première page de couverture. Nos analyses interprétatives des *images littéraires et stylistiques* des couvertures de romans français nous

ont permis de déterminer et d'expliciter la *diversité* de ces valeurs et fonctions dans le cadre du *champ sémio-linguistique* de l'image. Observons maintenant le tableau ci-dessous qui regroupe les diverses valeurs et fonctions de l'image :

Tableau 7. Valeurs et fonctions de l'image littéraire

Valeurs (V)	Fonctions (F)
V1 subjective et cognitive	F1 représentative
V2 réelle et/ou fictive	F2 descriptive et thématique
V3 imaginative et perceptive	F3 transmission du message
V4 esthétique et artistique	F4 de sens et signification
V5 sémantique et sémiotique	F5 complémentaire et dépendante
V6 paratextuelle et paralinguistique	F6 structuration et formulation
V7 relationnelle (connexion)	F7 combinaison et organisation
V8 littéraire et stylistique	F8 de valorisation
V9 socio-culturelle	F9 opérationnelle
V10 logique et philosophique	F10 communicative

La difficulté d'élaboration et de sélection du corpus « image »

Le propos et constats que nous venons de citer ci-dessus expliquent nettement comment il nous a été très difficile d'effectuer l'étape de la construction de notre corpus, c'est-à-dire le choix sélectif ou la sélection des pages de couverture de roman. Dans l'élaboration et la sélection de notre corpus d'images, nous avons essayé de faire attention à prendre en considération non seulement à la quantité, mais aussi et surtout à la qualité bien que notre étude soit plus sur le *plan qualitatif* que sur le plan quantitatif et statistique, la mise en jeu n'étant pas de jouer avec les chiffres ou les nombres. Néanmoins, la question principale que nous avons posée au début de notre thèse était la suivante : Est-ce que l'image qui se trouve sur la page de couverture reflète ou illustre le contenu du roman en question ? Car il arrive que *l'apparence extérieure d'une image* soit trompeuse à nos yeux. Notamment, lorsque l'écrivain (avec l'éditeur) opte pour le choix du *style indirect, l'implicite ou le sous-*

entendu au niveau de l'élaboration et l'organisation de la couverture du roman au lieu de l'exposer clairement, ouvertement et explicitement. Dans le premier cas de figure, nous sommes face à l'abstraction de l'image ou l'image implicite pouvant être décrite plus généralement et conceptuellement comme l'*implicite de l'image*. Alors que dans le deuxième cas de figure, il sera plutôt question de la concrétisation de l'image ou de l'image explicite, pouvant être décrite avec une conception générale comme l'*explicite de l'image*.

L'image romanesque: Un choix d'éditeur ou de l'auteur?

La question de savoir si les images sont toujours le choix de l'éditeur ou de la Maison d'Édition est une question longuement discutée et critiquée même de nos jours. En tant que lecteur, nous ne sommes pas en mesure de savoir la question de cette réponse sauf si le nom de la personne qui a fait le choix de l'image est marqué dans la deuxième page de couverture. Ce que nous savons globalement, c'est qu'en général cette sélection est faite par l'éditeur, mais en accord avec l'auteur s'il est en vie. Au niveau du titre, par contre, il est toujours choisi normalement par l'auteur ; et selon ce titre et après avoir lu le roman, l'éditeur tente de faire la meilleure sélection afin d'attirer l'attention du public.

Par ailleurs, nous savons également que même si ce n'est pas très fréquent, certains romans sont publiés et édités même après le décès de l'auteur sous l'autorisation des membres de sa famille. C'est bien le cas du fameux ouvrage de Linguistique Générale intitulé « Les cours de linguistiques générales » de Saussure qui est publié après la mort de l'auteur avec bien entendu l'accord des membres de sa famille. Dans ce genre de cas, il est normal que la sélection de l'image de couverture se fasse par l'éditeur.

Une autre question est le fait qu'un même roman soit publié plus d'une fois par différentes Maisons d'Éditions. Qu'est-ce qu'il se passe dans cas ? Nous avons donné des exemples pour démontrer cette situation au niveau des pages de couverture lors de nos analyses au 3^e chapitre. Dans ce cas, il est évident que comme les Maisons d'Éditions et les éditeurs sont différents et que la même couverture ne peut pas être copiée en raison du droit d'auteur et d'éditeur, les images de couverture seront tout à fait différentes l'une de l'autre.

D'autre part, au niveau de la différence ou de la distinction entre les romans classiques et les romans contemporains, suite à nos analyses et observations, nous avons remarqué que les images classiques (bien qu'elles soient classiques) sont beaucoup plus attractives et effectives au niveau de leur apparence visuelle et leur composition des couleurs avec tous les

autres composants du dessin. Avec le titre et le contenu du roman, les images classiques ont laissé une trace en marquant toutes les sociétés du monde. A notre sens, elles sont toutes incomparables et formidables car elles sont repérables, mémorisables et inoubliables dans tous les temps.

C'est pourquoi, nous ne pouvons pas oublier facilement la couverture de Madame Bovary par exemple ou de l'Education Sentimentale, Thérèse Raquin, Germinal, Les Misérables, et bien d'autres... Or, ce n'est pas tellement le cas pour les images modernes parce que les couvertures des romans modernes utilisent davantage la technologie, mais ne sont pas plus *dominantes et mémorisables* au niveau des yeux et de leur visualisation. Mais cette comparaison entre les classiques et les modernes reste encore une autre *question de subjectivité* comme nous l'avons évoquée pour le jugement, la critique et l'interprétation des images romanesques en général.,

L'image de couverture: Brilliance, vivacité ou neutralité ? Voilà la question ?

Telle ou telle image existe sûrement sur quelconque couverture romanesque, mais comment et dans quelle apparence extérieure ? Quelle sorte d'influence sur le lecteur et la société ? Et quelle efficacité en littérature française, mondiale et internationale ? Voilà encore une vraie question ou plutôt un questionnement sans doute scientifique. Ce qui est certain, c'est qu'une couverture de roman sans image est comme une nature dépourvue de plantes. Car pour pouvoir influencer et convaincre le lecteur, il faut tenter de séduire dans la mesure du possible avec l'image littéraire. Cette séduction et son influence commencent avec le titre et continuent notamment avec l'image. C'est pourquoi, il faut chercher et trouver le mot (titre) et choisir l'image (visualité) qui touchent vraiment le cœur du lecteur. Finalement, nous pouvons faire le point avec le constat suivant qui nous appartient et explique bien la *relation dépendante* entre ces deux composants complémentaires qui renforcent efficacement le roman :

Si le titre (littéraire) est le soleil, brillant dans un ciel clair, qui se lève et illumine le roman, l'image (littéraire) peut très bien être considérée comme la nature avec tous ces composants naturels (couleurs, sons, animaux, insectes, arbres, fleurs, plantes et autres végétaux...).

La vision sublime des images: L'image est un art

Pour mieux comprendre et expliquer ces propos concernant *la vivacité et la brillance* des images, nous voudrions fournir des exemples de peintures artistiques qui illustrent très bien la valeur visuelle des images. Les images qui figurent ci-dessous ne sont pas des couvertures de roman, mais des tableaux de peinture d'une artiste contemporaine Farida Hamitnova qui peint en général des tableaux *très colorés et vifs* au niveau des *couleurs combinées*. Nous sommes là face à des images vraiment formidables et merveilleuses qui devraient sans doute et normalement plaire tout de suite aux yeux de chacun. La *combinaison et la vivacité des couleurs* et des traits sont donc considérables et remarquables. Cette brillance, attirance et attraction de ces *images frappantes* attirent tout de suite l'attention et le plaisir des yeux de celui qui sait regarder et contempler une peinture. Nous sommes donc touchés et émerveillés par cette vue multicolore de la visualité de l'image. Ce sont des exemples prototypiques pour montrer que l'image est une *question d'art*, autrement dit une vraie *composition artistique formidable* qui nous touchent inévitablement (puisque nous ne pouvons nous passer de regarder et d'observer) d'abord aux yeux et ensuite au cœur et à l'esprit.



Image 92. La valeur visuelle de l'image

En conséquence, cette thèse nous a appris qu'une image *parle*, elle parle à sa manière *pour communiquer* avec ceux qui la regardent et l'observe... *Quelle est ce type d'expression*

et de communication imagées ? Cette interaction privilégiée, différente et distinctive des autres types de communications, est assez compliquée dans un premier temps à comprendre et par conséquent à *analyser pour pouvoir l'expliquer* en particulier dans le domaine de la littérature française qui est très vaste et riche. Mais au fond, ce qui importe c'est d'enchaîner avec cette question plus précise : En fait, *l'image parle de quoi ? Et que veut-elle nous dire ?* Dans l'objectif de pouvoir répondre à ces questions fondamentales, nous avons tenté dans cette recherche de comprendre l'image littéraire dans tous ses états qui figurent sur les couvertures de romans français (tant classiques que contemporains) afin de comprendre sa valeur, sa position et sa fonction dans la littérature française. Nous avons constaté finalement que l'image, comme miroir du roman, est une manière d'exposer la philosophie littéraire. Avec cette thèse, nous espérons avoir ajouté une contribution non pas exhaustive, mais modeste dans le domaine de la *sémiotique de l'image littéraire* et dans le cadre de la science de la sémiologie. Pour nous faire une idée sur l'importance du titre et de l'image, nous avons pensé à faire une petite enquête auprès de plus de cinquante étudiants universitaires en leur posant la simple question suivante : *A votre avis, le plus important c'est le titre ou l'image du roman ?* Comme résultat, nous avons vu et constaté que plus de la moitié des étudiants pensent que l'image est un peu plus importante, essentielle et particulière par rapport au titre du roman.

Nous avons pensé que le meilleur moyen de mettre le point final à une thèse dont la thématique concerne l'image littéraire, c'est de terminer poétiquement et littérairement avec quelques paroles poétiques et esthétiques sur le thème d'image.

Pour une poétique de l'image

Comme le dit bien Goethe: "*Qu'est-ce que la poésie ? Une pensée dans une image.*" En effet, une couverture de roman sans *image poétique et esthétique* est comme un oiseau sans ailes, un être sans cœur. Finalement, cette recherche doctorale nous a démontré que l'image en général et plus précisément l'image littéraire est au fond une *question de poétique* dans laquelle se trouve caché un langage poétique et esthétique à comprendre et à découvrir profondément. À vrai dire, celui qui n'a pas d'imagination ou qui en manque, aura vraiment du mal à comprendre l'image littéraire. C'est pourquoi, nous proposons de finaliser notre étude avec quelques paroles poétiques qui approuvent les sentiments que nous avons eu au cours de nos recherches et tout au long de la rédaction de notre thèse. Nous vous laissons

donc déguster ces poèmes qui nous appartiennent afin de mettre le point d'une manière poétique.

A la recherche du sens de l'image

L'image, c'est comme un arc-en-ciel multicolore,
 qui surgit dans le ciel au soleil brillant et lumineux
L'image, c'est comme le silence qui parle dans notre cœur
L'image véritable n'a pas de frontières...
 C'est la langue silencieuse qui nous entoure,
 comme des paroles muettes, mais esthétiques et colorées...
L'image c'est comme l'odeur de parfum exotique des pays lointains
 En fait, *l'image* c'est le vrai moi qui existe en moi,
 mon cœur, mon esprit, mon existence...
 Enfin, *l'image* c'est savoir conjuguer le verbe "aimer"
 Aimer la littérature, aimons la littérature de la vie...
 Cœur dans le cœur, main dans la main, image dans l'image,
 car *l'image* anime les couleurs du monde littéraire,
 étant son âme, sa raison d'être, son existence!...
En tout, *l'image* est un voyage éternel d'illumination,
 comme une sorte d'évasion vers l'éternité et l'imagination
 A la recherche du sens de l'amour de l'image éternelle...

Le silence des images : « L'image muette »

(Une image muette, mais focalisante)

L'image avec son apparence est le meilleur moyen d'attirer l'attention,
 de focaliser la vue, la vision, l'observation de celui qui la regarde
 Son apparence se situe dans son essence silencieuse...
 L'image est le lieu de silence par excellence de la parole.
 L'image doit d'abord satisfaire les yeux et ensuite le cœur
 Cette satisfaction se trouve dans l'immense silence de l'image.

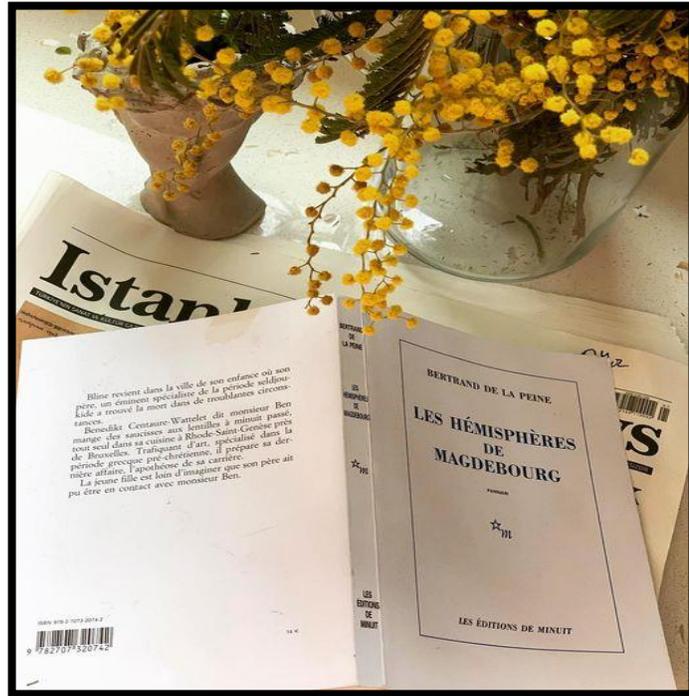


Image 93. L'image poétique et esthétique⁴⁸

⁴⁸ Image originale photographée par un collègue algérien.

LEXIQUE DES NOTIONS « FRANÇAIS – TURC »

Il convient d'établir le tableau de certaines notions spécifiques utilisées tout au long de notre thèse afin de permettre aux lecteurs franco-turcs de mieux comprendre le contexte dans lequel elles se situent. Ces notions sont donc sélectionnées suivant leurs valeurs et fonctions dont nous estimons fondamentales dans le cadre de notre thématique de recherche. Cette liste terminologique, loin d'être exhaustive, devra bien entendu être améliorée et actualisée au fil du temps à la lumière des recherches ultérieures dans le domaine de la sémiotique de l'image, car il importe hautement d'instaurer avec le temps une terminologie sémiotique dans les deux langues. Les termes qui se trouvent dans le lexique ci-dessous sont organisés par ordre alphabétique.

FRANÇAIS	TURC
Auto-image	Yazar kapaklı imge
Axe segmental (titre)	Dilsel eksen (başlık)
Axe suprasegmental (image)	Dildışı eksen (resim)
Description de l'image	İngesel betimleme
Discours socio-littéraire	Sosyal ve edebî söylem
Explicite	Belirtik (anlam)
Fonction complémentaire	Tamamlayıcı işlev
Fonction conative	Karşılı etkileme işlevi
Fonction désignative	Tanımlayıcı işlev
Fonction imagée	İngesel işlev
Fonction séductrice	Etkileyici işlev
Image (visuelle)	İmge, resim, görsel
Image absurde	Absürt imge
Image analytique	Çözümleyici imge
Image artistique	Sanatsal imge
Image autobiographique	Otobiyografik imge
Image bande dessinée	Çizgi film imgesi
Image cohérente	Tutarlı/uyumlu imge

Image complexe	Karmaşık imge
Image classique	Klasik imge
Image contextuelle	Bağlamsal imge
Image culturelle	Kültürel imge
Image critique	Eleştirel imge
Image descriptive	Betimleyici imge
Image dynamique	Devingen imge
Image dramatique	Dramatik imge
Image éducative	Eğitici imge
Image effective	Etkili imge
Image esthétique	Estetik imge
Image énonciative	Sözcelemsel imge
Image explicite	Somut/belirtik imge
Image focalisante	Odaklayıcı imge
Image folclorique	Folklorik imge
Image historique	Tarihsel/tarihî imge
Image implicite	Soyut/örtük imge
Image incohérente	Tutarsız/uyumsuz imge
Image informative	Bilgilendirici imge
Image insensée	Anlamsız imge
Image interdisciplinaire	Disiplinlerarası imge
Image interprétative	Yorumlayıcı imge
Image instructive	Öğretici imge
Image légendaire	Efsanevî imge
Image littéraire	Yazınsal imge
Image logique	Mantıksal imge
Image multidisciplinaire	Çokdisiplinli imge
Image neutre	Silik/sönük imge
Image noire	Kara kapaklı imge
Image multidisciplinaire	Çokdisiplinli imge
Image naturaliste	Doğal imge

Image poétique	Şiirsel imge
Image réaliste	Gerçekçi imge
Image romanesque	Roman imgesi
Image romantique	Romantik imge
Image série noire	Kara seri imgesi
Image subjective	Öznel imge
Image surréaliste	Gerçeküstü imge
Image objective	Nesnel imge
Image performative	Edimsel imge
Image philosophique	Felsefî imge
Image pragmatique	Edimbilimsel/pragmatik imge
Image profonde	Derin imge
Image littéraire	Edebî imge
Image significative	Anlamlı imge
Image sociale	Toplumsal imge
Image sociologique	Sosyolojik imge
Image sous-entendue	Gizli imge
Image statique	Durağan/durgun imge
Image stylistique	Biçemsel imge
Image subjective	Öznel imge
Image traditionnelle	Geleneksel imge
Image traductive	Çeviri imgesi, imge çevirisi
Force de l'image	İmgenin gücü
Implicite	Örtük (anlam)
Lexical (adj/nom)	Sözcüksel (alan)
Message dynamique	Devingen ileti
Parole imagée	İngesel söz
Parole silencieuse	Sessiz söz
Parole sous-entendue	Örtük söz
Pouvoir de l'image	İmgenin gücü
Problématique sémiotique	İngesel sorunsal

Représentation descriptive	Betimleyici görünüm
Signe extralinguistique	Dildışı gösterge
Signe non-linguistique	Dilsel olmayan gösterge
Subjectivité sémiotique	İngesel öznellik
Valeur de la visualité	Görselliğin değeri

BIBLIOGRAPHIE

Cette liste de bibliographie générale est bien entendu sommaire et comprend seulement les ouvrages de référence élémentaire qui rentrent dans le cadre thématique de notre thèse de doctorat. Cela dit, elle peut néanmoins être plus ample et élargie au cours de l'évolution de nos recherches ultérieures.

A. OUVRAGES DE SÉMIOLOGIE / SÉMIOLOGIE :

- Arabyan, M. (2000). Lire l'image, émission, réception, interprétation des messages Visuels, L'Harmattan, Paris.
- Barthes, R. (1985). L'aventure sémiologique, Editions du Seuil, Paris.
- Barthes, R. et alii. (1982). Littérature et réalité. Editions du Seuil, Paris.
- Barthes, R. (1979). Göstergebilim ilkeleri, Çev. Berke Vardar, Multilingual, İstanbul.
- Barthes, R. (1971) Le Plaisir du texte, Seuil, Paris.
- Barthes, R. (1964). « Rhétorique de l'image » *Communications*, n° 4, Seuil,
- Basso Fossali, P. & Dondero, M. G. (2011), *Sémiotique de la photographie*, Pulim, Presses de l'Université de Limoges, Limoges.
- Bernas, S. (2014). *L'image, le sensible et le photographique*, L'Harmattan, Paris.
- Bougnaux, D. (2002). *Introduction aux sciences de la communication*, Nouvelle Edition, Paris.
- Cadet C., Charles R. et Gallus J-L. (1997). *La communication par image*, Nathan, Paris.
- Cassae grain, G. (2015). *Roland Barthes ou l'image advenue*, Editions Hazan, Paris.
- Courtés, J. (2007). *La sémiotique du langage*, Armand Colin, Paris.
- Courtés, J. (1989). *Semantique de l'énoncé application pratique*, Hachette Supérieur, Paris.
- Curnier, J.-P. (2009) *Montrer l'invisible, Écrits sur l'image*, Edition Jacqueline Chambon, Paris.
- Darras, B. (2000). *Précis de sémiotique littéraire*, Nathan, Paris.
- Darras B. (2008). *Images et sémiologie. Sémiotique structurale et herméneutique*, Publication de la Sorbonne, Paris.
- Dierkens, A. (2010). (éd). *La Performance des images*, ULB – Editions de l'Université Libre de Bruxelles.
- Driss A., Badir S. et Ducard D. (2014) *Documents, textes, œuvres : Perspectives sémiotiques*, Presses universitaires de Rennes.

- Dondero M. G., Fontanille J. (2012) *Des images à problèmes : Le sens du visuel à l'épreuve de l'image scientifique*, PULIM, Limoges.
- Eco, U. (1992). *Le signe. Histoire et analyse d'un concept*. Coll. Biblio Essais, Le Livre de Poche, LGF – Librairie Générale Française, Paris.
- Eco, U. (1992). *La production des signes*. Coll. Biblio Essais, Le Livre de Poche, LGF – Librairie Générale Française, Paris.
- Eco, U. (1984) *Sémiotique et philosophie du langage*, PUF, Paris.
- Eco, U. (1988). *Le signe, histoire et analyse d'un concept*, Edition Labor, Paris.
- Eco, U. (1970). « Sémiologie des messages visuels », in *Communications : L'analyse des images*, 15, pp. 11-51.
- Erkman, F. (1987). *Göstergebilime giriş*, Alan Yayıncılık, İstanbul.
- Favrod Ch. (1978). *La linguistique* (Encyclopédie du monde actuel), Éd. Livre de Poche, Paris.
- Fisette J. (1986) *Pour une pragmatique de la signification. Suivi d'un choix de textes de Charles S. Peirce en traduction française*, Editions XYZ éditeur, Paris.
- Fontanille, J. (1999) *Sémiotique et littérature*, PUF, Paris.
- Fontanille, J. (1995). *Sémiotique du visible*, PUF, Paris.
- Fontanille, J. (2008). *Pratiques sémiotiques*, PUF, Paris.
- Fossali Basso, P. et Dondero Giulia, M. (2011). *Sémiotique de la photographie*, Publication de l'Université de Limoge.
- Furet, C. (1995). *Le titre pour donner envie de lire*, CFPJ, Paris.
- Gerveau, L. (2000). *Voir, comprendre, analyser les images*, La Découverte, Paris.
- Geslin-Beyaert, A. (2006). *L'image entre sens et signification*, Publication de la Sorbonne, Paris.
- Godard, J-L. (1993). *Ainsi parlait Jean-Luc. Fragments du discours d'un amoureux des mots*, Telerama, Paris.
- Genette, G. (1987). *Seuils*, Éditions Seuil, Paris.
- Genette, G. (1966). *Figures I*, Éditions Seuil, Paris.
- Genette, G. (1972). *Figures III*, Éditions Seuil, Paris.
- Gerveau, L. (2000). *Voir, comprendre, analyser les images*, Paris : La Découverte, Paris.

- Greimas, A.J. (1984), *Sémiotique figurative et sémiotique plastique, Actes sémiotiques. Documents*, Paris.
- Guiraud, P. (1994). *Göstergebilim*. (Çev. Mehmet Yalçın), İmge Yayınları, 2. Baskı, Ankara.
- Günay, V. D. & Parsa, A.F. (2013). *Görsel göstergebilim*, ES Yayınları, İstanbul.
- Günay, V. D. (2002). *Göstergebilim Yazıları*, Multilingual, İstanbul.
- Günay, V. D. (2008). *Görsel Okuryazarlık ve İmgenin Anlamlandırılması*. Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, İzmir.
- Günay, V. D. (2012). *Görsel Göstergebilim, Imgenin Anlamlandırılması*. Es Yayınları, İstanbul
- Helbo, A. (1983). *Sémiologie des messages sociaux*, Collection Médiathèque, Paris.
- Hoek, L. (1981). *La marque du titre*, Mouton, La Haye.
- Jeffrey, I. (2009) *Le sens caché de la photographie*, Ludion, Saint-Gilles.
- Joly, M. (2015). *Introduction à l'analyse de l'image*, Armand Colin. Edition 3, Paris.
- Joly, M. (2011). *L'image et les signes*, Armand Colin, Paris.
- Joly, M. (2005) *L'image et son interprétation*, Armand Colin, Paris.
- Klinkenberg, J.-M. (2000), *Précis de sémiotique générale*, Seuil, Paris.
- Leconte, B. (2001). *Lire l'audiovisuel Précis d'analyse iconique*, L'Harmattan, Paris.
- Lerat, L. (1992). *Sémantique descriptive*, Hachette Education, Paris.
- Morizot, J. (2004). *Interfaces : Texte et images*, Presses Université de Rennes.
- Peirce, C.S. (1978). *Écrits sur le signe*, Rassemblés et commentés par G. Deledalle, Editions Seuil, Paris.
- Predal, R. (1995). *Les médias et la communication audiovisuelle*, Les Editions D'Organisations, Paris.
- Rastier, F. (2009). *Sémantique interprétative*, Coll. Formes Sémiotiques, PUF – Presses Universitaire de France, Paris.
- Rastier, F. (2002). *Une introduction aux sciences de la culture*, PUF – Presses Universitaire de France, Paris.
- Rastier, F. (2001). *Arts et sciences du texte*. Coll. Formes sémiotiques, PUF – Presses Universitaire de France, Paris.
- Rey-Debove, J. (1998). *La Linguistique du signe, une approche sémiotique du langage*, Armand Colin, Paris.

- Sarıca, N. et Kara, N. (2017). « Analyse sémiotique des caricatures des immigrants de PLANTU », *Denizli Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 29/1, s, 153 – 161.
- Soulages, F. (2011). *Le pouvoir et les images : Photographie et le corps politique*, Klincksieck, Paris.
- Türkoğlu, N. (2000). *Görüyorum gündelik yaşamda imgelerin gücü*, Der Yayinevi, İstanbul.
- Vaillant, P. (1999). *Sémiotique des langages d'icônes*, Honoré Champion, Paris.
- Schott-Bourget, V. (2005). *Approches de la linguistique*, Armand Colin, Paris.
- Vetraino Soulard, M-Cl. (1993). *Lire une image, analyse du contenu iconique*, Armand Colin, Paris.
- Wirth, J. (2013). *Qu'est-ce qu'une image ?* Editions Librairie Droz S.A., Genève.
- Wirth, J. (2010). "Performativité de l'image", in *La Performance des images*, édité par Alain Dierkens, Editions de l'Université Libre de Bruxelles, pp. 149 – 151.

B. OUVRAGES DE LINGUISTIQUE :

- Austin, J.-L. (1994). *Quand dire, c'est faire*. Coll. Essais, Ecrits Philosophiques, Seuil, Paris.
- Benveniste, E. (1966). *Problèmes de linguistique générale ½*, Editions Gallimard, Paris.
- Benveniste, E. (1995). *Genel dilbilim sorunları*. (çev: Erdim Öztokat), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Culioli, A. (1990). *Pour une linguistique de l'énonciation. Opérations et représentations*, Ophrys, Tome 1, Paris.
- Chomsky, N. (2011). *Dil ve zihin*, (çev. Ahmet Kocaman, Bilgesu Yayınları, 3. Baskı, Ankara.
- Jakobson, R. (1963). *Essais de linguistique générale*, Editions de Minuit, Paris.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (1993). *L'énonciation : De la subjectivité dans le langage*, Armand Colin, Paris.
- Eziler Kıran, A., Korkut, E., Ağildere, S. (Ed). (2003). *Günümüz dilbilim çalışmaları*, Multilingual, İstanbul.
- Fontanier, P. (1977). *Les figure du discours*, Coll. Champs Classiques, Flammarion, Paris.
- Kıran, Z. et Eziler Kıran, A. (2013). *Dilbilime giriş*, Seçkin Yayınları, Ankara.

- Maingeneau, D. (2009). *Aborder la linguistique*, Editions du Seuil, Paris.
- Menand, R. et Capelle G. (2009). *Le Nouveau Taxi 1*. Méthode de Français, Hachette, Paris.
- Saussure, F.D. (1991). *Cours de linguistique générale*, Coll. Grande Bibliothèque Payot, Payot. 1^{re} édition : 1915, Paris.
- Saussure, F. (1985). *Genel dilbilim dersleri*, (çev. Berke Vardar), Birey & Toplum Yayınları, Ankara.
- Tesnière, L. (1988). *Éléments de syntaxe structurale*, Klincksieck, Paris.
- Vardar, B. (1998). *Açıklamalı dilbilim terimleri sözlüğü*, ABC Yayınevi, İstanbul.
- Yılmaz S. et Uras A. (2009). *Principes théoriques de linguistiques générales* (Genel Dilbilimin kuramsal ilkeleri), Ouvrage conçu dans les deux langues français/turc, Polycopié de cours, Centre de Reprographie de l'INALCO, Paris.
- Yücel, T. (1982). *Yapısalcılık*, Ada Yayınları, İstanbul.

C. OUVRAGES DE LETTRES / LITTÉRATURE FRANÇAISE :

- Aviérimos M., Labouret D., Prat M.-H. (dir.) et alii (2000). *Français seconde* (Textes, Genres, Histoire, Méthode), Bordas, Paris.
- Brunel, P. Et Huisman, D. (1965). *Les auteurs français des classes terminales*, Fernand Nathan, Paris.
- Ges Granges, Ch.M. et Boudout, J. (1947). *Histoire de la littérature française*, Hatier, Paris.
- Lagarde A. et Michard L. (1989). *XIIIe siècle – XXe siècle*, Editions Bordas, Paris.
- Menand, R. (coll. Berthet A. et Kizirian V.). (2009). *Le Nouveau Taxi 2*, Méthode de Français, Hachette, Paris.
- Orsenna, E. (2001). *La grammaire est une chanson douce*, Editions Stock, Paris.
- Roustan, M. et Le Maire T. (1952). *La littérature française. Par la dissertation*, Tome III, Le XIXe siècle (première partie), Editions Melottée, Paris.
- Pagès A. et Rincé D. (coll.) et alii (1995). *Lettres. Textes, méthodes, histoire littéraire*, Nathan, Paris.
- Portelet, H. (dir.) et alii (1998). *Français 4e*, Hatier, Paris.

D. LEXIQUES / TERMINOLOGIES / DICTIONNAIRES :

- Ducrot, O. (1995). *Dictionnaire encyclopédique des sciences du langage*, Seuil, Paris.
- Dubois J., Giacomo M., Guespin L., Marcellesi Ch., Marcellesi J.-B., Mével J.-P. (1994). *Dictionnaire de linguistique*, Larousse, Paris.
- İmer K., Kocaman A., Özsoy A.S. (2011). *Dilbilim sözlüğü*, BÜTEK – Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi, İstanbul.
- Le Petit Larousse Illustré (1989), Librairie Larousse, Paris.
- Le Petit Robert, (2010). Version électronique sur Cd-Rom.
- Poche Du Micro-Robert. (1985). *Dictionnaire du français primordial*, Tome I, Brodard Et Taupin, France.
- Hebert, L. (2015). *Dictionnaire de la Sémiotique générale*. Université du Quebec, Canada.
- TDK, Türk Dil Kurumu, (2005). *Türkçe Sözlük*, TDK Yayınları, 10. Baskı, Ankara.
- Vardar, B. (2002). *Açıklamalı dilbilim terimleri sözlüğü*, Multilingual, İstanbul.

RÉFÉRENCES DES ROMANS ABORDÉS

Cette liste n'est naturellement pas exhaustive, car elle comprend uniquement les romans abordés et analysés dans cette thèse de doctorat. Dans cette liste, les romans classiques étant connus internationalement dans le monter entier, les informations précises de certains de ces romans n'ont pas été fournies ici explicitement.

A. Les Romans Français Classiques :

- Flaubert, G. (1857). *Madame Bovary*, 1ère publication, Paris.
- Flaubert, G. (1869). *L'Éducation Sentimentale*, Michel Levy Frères, Paris.
- Gauthier, T. (1971). *Le Capitaine Fracasse*, Librairie Hachette, Paris.
- Hugo, V. (2007). *Les Misérables*, Coll. Petits Classiques, Editions Larousse, Paris.
- Hugo, V. (1981). *Les Misérables*, Tome 1, France Loisirs, Paris.
- Ioneco, E. (1959). *Rhinocéros*, Editions Gallimard, Paris.
- La Fontaine, J. (1668, 1694) : *Les Fables* (de La Fontaine), Paris.

- La Fontaine, J. (1969) : *Les Fables*. Coll. Les Petits Classiques, Bordas, Paris.
- Molière. (2001). *Le Tartuffe*, Fransızca – Türkçe, Multilingual Yayınları, İstanbul.
- Molière. (1659). *Les Précieuses Ridicules*. Coll. Nouveaux Classiques Illustrés Hachette, Hachette, Paris.
- Musset, A. (1834). *On ne badine pas avec l'amour*, 1ère publication, Paris.
- Rostand, E. (1972). *Cyrano de Bergerac*, Coll. Le Livre de Poche, Librairie Générale Française, 1ère édition : 1897, Paris.
- Stendhal, H.B. (1831). *Le Rouge et le Noir*, Michel Levy Frères, Libraires– Editeurs, Paris.
- Saint-Exupéry, A. (1999). *Le Petit Prince*, Éditions Gallimard, Paris.
- Saint-Exupéry, A. (2000). *Le Petit Prince*, Folio Junior, Editions Gallimard, Paris.
- Vian, B. (1947). *L'Écume des jours*, Editions Gallimard, Paris.
- Voltaire. (1982). *Zadig*, Coll. Nouveaux Classiques Illustrés, Hachette, Paris.
- Zola, E. (1865). *La Confession de Claude*, La Bibliothèque Digitale, Paris.
- Zola, E. (2011). *Claude'un İtirafları*, Aylak Adam Yayınları, İstanbul.
- Zola, E. (1971). *La Curée*, Bibliothèque – Charpentier, Paris.
- Zola, E. (1984). *La Curée*, Coll. Le Livre de Poche, Fasquelle, Paris.
- Zola, E. (2004). *La Fortune des Rougon*, Coll. Le Livre de Poche, Librairie Générale Française, Paris.

B. Les Romans Modernes / Contemporains :

- Béata, Cl. (2013). *Au Risque d'Aimer*. Odile Jacob, Paris.
- Bernard, M. (2018). *Le Bon Cœur*. La Table Ronde, Paris.
- Echonoz, J. (1987). *Cherokee*. Editions Minuit, Paris.
- Grangé, J.-Ch. (1998). *Les Rivières Pourpres*. Albin Michel, Paris.
- Levy, M. (1983). *Les Enfants de La Liberté*. Éditions Minuit, Paris.
- Levy, M. (2005). *Vous Revoir*. Éditions Robert Laffont, Paris.
- Levy, B.-H. (1977). *La Barbarie A Visage Humain*. Éditions Grasset, Paris.
- Maalouf, A. (2012). *Les Désorientés*. Éditions Grasset, Paris.
- Picouly, D. (1995). *Le Champ de Personne*. Flammarion, Paris.
- Pigasse, A. (1962). *La Nuit de Santa Cruz*. Exbrayat et Librairie des Champs- Elysées, Paris.

- Pigasse, A. (1975). *Marie de Nos Vingt Ans*. Exbrayat et Librairie des Champs- Elysées, Paris.
- Poivre d'Arvor, P. (1984). *Deux Amants*. Coll. Le Livre de Poche, Éditions Jean- Claude Lattès, Paris.
- Rufin, J.-Ch. (2001). *Rouge Brésil*. Éditions Gallimard, Paris.
- Simiot, B. (1983). *Ces Messieurs de Saint-Malo*. Coll. Le Livre de Poche, Éditions Albin Michel, Paris.
- Siniac, P. (1977). *Des Perles Aux Cochonnes*. Coll. Série Noire. Éditions Gallimard, Paris.
- Thilliez, F. (2006). *Deuils de Miel*. Thriller, Coll. Rail Noir, Éditions La Vie Du Rail, Paris.
- Touchant, J.-L. (2004). *Le Train Vert-de-Gris*. Coll. Rail Noir, Éditions La Vie Du Rail, Paris.

SITOGRAPHIE (SOURCES ÉLECTRONIQUES) :

Dictionnaire Larousse : <https://www.larousse.fr/>

Erudit : www.erudit.org

Étymologie : www.etymologiedutitre.com

Recherche documentaire : www.google.com

Wictionnaire : www.fr.wiktionary.org/wiki/dictionnaire

<http://sarah777.eklablog.com/-a5087622>

<http://www.comanalysis.ch/ComAnalysis/Publication20.htm>site

Dictionnaire électronique : www.universalis.fr