

## Chapitre 03: le langage de l'image et la méthodologie sémiologique

### L'impact de la presse électronique sur la culture et la crédibilité

Dans l'ère actuelle, l'image médiatique est basée sur des actions promotionnelles, informatives et publicitaires par l'entremise de [la radio, la télévision, les journaux, l'affichage ainsi que les médias sociaux](#). Outre ces moyens de communication, il y a également le volet de la communication marketing qui entre en jeu.

Les journaux sont au centre de l'information depuis très longtemps, c'est d'ailleurs un des premiers outils communicationnels que l'on a utilisés. Pour une partie de la population actuelle, les journaux restent encore une source d'information fiable au quotidien. Par contre, une majorité de lecteurs consultent **la presse écrite sur des plateformes Web** au lieu du format papier.

Entre ces deux stratégies radicales, la plupart des grands opérateurs historiques sur le marché de la presse écrite – qu'il s'agisse du *Figaro*, de *Libération* ou du *Monde* en France ; du *New York Times*, du *Times* ou de *Der Spiegel* à l'étranger – proposent une multiplicité de contenus (versions *print* et digital, foisonnement de contenus éditoriaux prenant la forme de vidéos, podcasts, événements live, etc.) accessibles via de nombreux supports ou *devices* (ordinateur, mobile, tablette, site, application, etc.).

**Rabah Amar**, spécialisé dans les nouveaux médias, a observé que "la politique de rédaction de sites des quotidiens ne font qu'ajouter quelques informations instantanées, en plus du contenu du journal papier, sans mise à jour continue".

"Les articles mis en ligne ne sont ni corrigés ni changés. Ils sont considérés comme définitifs dès leur diffusion, à contrario de la presse électronique étrangère qui considère l'article comme une matière malléable et est mis à jour en fonction des éléments nouveaux ou des rebondissements de l'actualité", a-t-il ajouté.

Pour le chef du département de l'information et de la communication à l'université Oran1 "Ahmed Ben Bella", le passage à la presse électronique ne consiste pas uniquement à remplacer la matière imprimée en matière électronique, gérée à travers un écran seulement, mais nécessite l'utilisation et l'exploitation des possibilités de la "toile" pour ajouter des services interactifs, l'utilisation des différents médias, ainsi qu'une

cohérence du site (forme et contenu) et être au fait des événements en se collant à l'actualité et à l'instantané.

### **La sémiologie de l'image : un domaine d'étude scientifique**

La sémiologie est un domaine scientifique attaché à la linguistique. C'est dans les années 1960 que [Roland Barthes](#) fonde la sémiologie de l'image, proposant le support visuel comme objet d'étude.

Selon cette discipline, il existe une unité entre le visuel et sa signification. L'élément porteur de sens, ou le signe, comprend un visuel que le spectateur perçoit et une image mentale immédiatement associée à cette perception. En sémiologie de l'image, le signe visuel est naturellement double : il comporte un signifiant (l'image) et un signifié (le concept auquel l'image fait référence).

Ainsi, il est possible de parler de monosémie, quand un signifiant correspond à un signifié unique ou de polysémie lorsque plusieurs concepts peuvent être associés à un seul élément visuel. La sémiologie de l'image codifie alors un grand nombre de signes, d'expressions, d'icônes et de symboles.

### **Définition de la sémiologie de l'image :**

**Sémiologie :** Est l'étude des signes linguistiques à la fois verbaux ou non verbaux, c'est l'étude des systèmes de communication (incluant ou non les langues naturelles posés et reconnus comme tels l'institution sociale (code de la route)

### **La sémiologie de la communication :**

est une discipline qui étudie les structures sémiotiques ayant la communication pour fonction, qu'elle soient ou l'ou non des langues. Autrement dit la sémiologie est relative à l'étude générale des systèmes de signes et des systèmes de communication.

La sémiologie de l'image est une technique d'analyse des supports visuels qui a pour objectif d'en dégager les éléments fondamentaux et leur signification. Le sens sémiologique est propre à chaque culture.

On peut définir la sémiologie de l'image dans les points suivants :

- La sémiologie est l'étude des signes et leur signification
- Roland Barthes le premier fondateur de la sémiologie de l'image
- Cette discipline s'est développée durant les années 50 et 60
- La sémiologie se base sur trois concepts le signe le signifiant et le signifié

### **la méthodologie de la sémiologie de l'image**

En pratique, faire une analyse sémiologique d'une image s'apprend au cours d'une formation artistique. La méthode d'analyse suit trois points essentiels :

- **Description de l'image** : cette première étape fait appel à des connaissances pointues, puisqu'il est nécessaire d'introduire le sujet, de faire l'analyse formelle du visuel (cadrage, format, composition, espace et lumière par exemple).
- **Mise en contexte** : cette phase requiert de contextualiser le support visuel au niveau artistique et technique (mouvements, médias, etc.), connaître l'auteur ou les commanditaires d'une œuvre, sa localisation actuelle.
- **Interprétation et critique** : à partir des éléments d'étude formels dégagés aux deux premières étapes, il est possible d'effectuer une synthèse analytique de l'image. C'est à ce moment que l'on accède à sa signification du visuel dans son contexte.

L'analyse sémiologie de l'image peut être utilisée dans un cadre académique et ses utilisations pratiques sont multiples. À titre d'exemple, l'EFET Photographie intègre à son des modules d'analyse et sémiologie de l'image, d'histoire de la photographie et de culture visuelle.

### **La culture de l'image à l'ère de la mondialisation**

La mondialisation ne peut se définir uniquement par les échanges commerciaux, elle doit inclure l'internationalisation de la production culturelle

La culture n'est pas seulement l'ensemble des connaissances d'une personne, la culture est l'ensemble des façons de penser, de faire, de se comporter d'un groupe ou d'une société. Elle semble s'imposer à l'individu qui l'acquiert par la socialisation. Elle se manifeste dans les arts, la religion, les structures politiques, l'éducation, l'organisation du travail, la politesse... bref dans tous les aspects de la vie sociale.

L'association de ces deux termes évoque les débats contemporains sur la mondialisation de la culture comme pensée unique. On peut donc s'interroger sur les effets de la mondialisation "de masse" sur la et les cultures.

La mondialisation culturelle modifie de façon structurante les conditions dans lesquelles s'opèrent les interactions entre les sociétés et leurs cultures.

Jusqu'à présent, ces relations obéissaient largement aux lois de la continuité géographique, suivant un temps long et des interfaces ritualisés, incluant, d'ailleurs les différentes formes de conquête.

Les médias sont les principaux vecteurs de la mondialisation culturelle.

Aujourd'hui, c'est à travers eux que s'effectuent les rapports virtuels qui affectent une partie sans cesse croissante de l'humanité. La sphère médiatique globalisée ne fait pas disparaître le territoire, mais elle constitue un espace virtuel où se définissent les modèles, les styles de vie, les codes, les héros, les rêves fondés sur des valeurs consuméristes, souvent plus séducteurs et influents que l'entourage immédiat.

La culture de l'image constitue un espace important dans le discours culturel, et l'image dépasse presque la culture des mots. Dans de nombreux domaines du discours politique et social, peut-être des stimuli et des suggestions visuels. La sémantique disponible dans le discours image est plus influente et passionnante que les stimuli sémantiques qu'il contient. Discours lu ou audio, et ce n'est un secret pour personne que la transparence et l'absence de masque sémantique dans la culture de l'image. Ils fournissent un large secteur de bénéficiaires indépendamment de leurs allégeances idéologiques et de leurs affiliations de classe, et ce. Ce qui contribue souvent à la force d'influence de l'image et à son utilisation dans des contextes qui répondent à plusieurs objectifs. L'un des cas est celui des médias qu'il utilise pour servir ses objectifs et ses orientations.

La politique des médias était déterminée à servir ses intérêts, ce qui a conduit à la restriction et à la réduction du pluralisme culturel. La culture de la consommation est en train de créer des stéréotypes à sens unique. Encourager la consommation par

l'image Les contenus affichés, qu'il s'agisse de programmes, de films, de séries ou de publicités

La culture des moyens en tant que culture est imposée par la nature de ces moyens, et nous entendons par là une culture qui ne reflète pas la culture. Une société dans la mesure où elle représente une culture qui a su s'adapter à la nature des moyens et ceux-ci se fondent sur Le principe de sélection, de simplification et de déformation des images présentées par ces moyens des nations et des civilisations L'autre) ou comme culture qui prend la couleur de la société qui l'a créée, pose un défi et une crise civilisationnelle décisive Non seulement les cultures s'efforcent de préserver leurs composantes historiques et culturelles, mais... Impact, friction, échange et créativité culturelle dans son ensemble

### **Avantages de la mondialisation :**

- **Développement dans tout les domaines :** la mondialisation a entraîné une augmentation du développement dans tout les domaines, .Les pays qui ont adopté la mondialisation ont connu une croissance économique sociale culturelle est bien sur technologique importante .

**L'apparition de la culture virtuelle :** la mondialisation a entraîné à l'utilisation des supports comme les tablettes les smart phone les pc cela contribuent a une culture virtuelle a travers l'échange des informations et les traditionnes culturelle entre les individus . Cela a conduit à la disponibilité de plus de biens et de services, ce qui a amélioré la qualité de vie des personnes du monde entier.

**Accès a des contenus journalisme virtuelle :** la mondialisation a conduit à la disponibilité d'un plus large éventail des contenus journalistique. Les lecteurs peuvent désormais accéder aux contenus virtuelle qui n'étaient pas disponibles auparavant dans leur pays, ce qui rend la lecture plus facile et disponible à tout moment.

- **l'apparition de la culture des nouveaux medias :** L'un des avantages les plus importants de la mondialisation est l'apparition des nouveaux media comme culture moderne, et sans barrière géographique .

- **Plus de concurrence entre les entreprises médiatique** : la mondialisation a également augmenté la concurrence entre les entreprises des médias, ce qui entraîne une innovation dans les contenus et la consommation de ses contenus.

**Avancées technologiques**: la mondialisation a facilité la propagation de la technologie et de l'innovation à travers les frontières

### **Inconvénient de la mondialisation**

**La disparition de la créativité** : Bien que la mondialisation ait apporté la croissance dans tout les domaines, la création, elle a également élargi l'écart de revenu entre les pays riches et les particuliers pauvres.

**Domination de la culture étrangère** : la mondialisation a également conduit à la propagation de la culture occidentale et des valeurs dans le monde, entraînant l'homogénéisation des cultures, Cela a entraîné la perte de la diversité culturelle et l'érosion des valeurs et des pratiques traditionnelles dans certaines sociétés.

**La désinformation** : le terme « fake news » est omniprésent. En raison des réseaux sociaux et des développements technologiques, la désinformation se propage à grande vitesse d'une part et elle n'est pas si facile à détecter d'autre part.

Les contenus erronés sont diffusés de manière ciblée, raison pour laquelle on parle de désinformation.

**Deepfake ou hypertrucage** : en utilisant les développements technologiques de plus en plus sophistiqués, il est possible de manipuler des images, des vidéos et des enregistrements audio de manière trompeuse. Les personnes sont représentées dans d'autres contextes ou on leur fait dire des propos qu'ils n'ont jamais tenus. Dans ces cas-là, on parle de *deepfake* ou d'hypertrucage.

**L'envahissement des annonces publicitaire face au image médiatiques** : on trouve des différents Annonce publicitaires avant de regarder le contenu voulu sur les réseaux sociaux, cela dérange l'utilisateur.

**La liste bibliographie :**

- 1- Andrew Besle, Chadwick Ruth, **Ethical of information**, que sais je, n°3252, puf, Paris, 1997.
- 2- Bénédicte Langlois, **culture de l'information, culture de l'image et culture par image dans l'enseignement secondaire**, Thèse de Doctorat, Université de Montpellier 3, 13 Décembre 2019.
- 3- Daniel CORNU, **journalisme et vérité pour une éthique de l'information**, Labor et Fides, Genève, 1994.
- 4- Evans, Jessica and Stuart Hall (eds), **visuel culture: the reader**, London, thousand, OAKS, New Delhi, Sage Association with the Open University, 1999.
- 5- Jamil GHOUAIDIA, **la place du récepteur dans le discours de la presse Tunisie**: Le temps 2011, revue Afak Des Sciences, volume 08, n° 03, 20 janvier 2023.
- 6- Mirzoeff Nicholas, **An Introduction to visual culture**, London, New York: Routledge, 2003.
- 7- Zavorna Suzan.C and John.H, Davidson, **Digital photo journalism**, Boston, MA: Allyn and Bacon, 2002.
- 8- <http://www.oudnad.net/spip.php?article1227> consulté le 20 février 2023 à 19 :00.
- 9- [http://etudes-romantiques.ish-lyon.cnrs.fr/wa\\_files/Atelier\\_Wanlin.pdf](http://etudes-romantiques.ish-lyon.cnrs.fr/wa_files/Atelier_Wanlin.pdf) consulté le 24 février 2023 à 9 :00
- 10- Le passage total de la presse écrite au numérique, une nécessité "inéluçtable" <https://www.aps.dz/sante-science-technologie/121257-le-passage-total-de-la-presse-e-crite-au-numerique-une-necessite-ineluctable> consulté le 23 décembre 2023.
- 11- PRESSE La presse et ses lecteurs <https://www.universalis.fr/encyclopedie/presse-la-presse-et-ses-lecteurs/3-l-influence-de-la-presse-sur-ses-lecteurs/> consulté le 23 décembre 2023

: