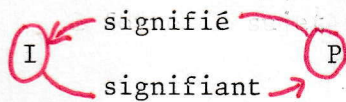


LA PSYCHO-SOCIOLOGIE DE L'IMAGE

CREATEUR → PUBLIC

2 forme de sujet { le sujet spectateur
le spectateur social



Signifiant → message → signifié
(JE) → (TU)

-L'image est:immédiate/globale/subjective/tricheuse.

-Les quatre dimension du Cinéma:Largeur,longuer,profondeur,temp.

-L'image s'accorde avec la psychologie du spectateur
public

LE TAUX D'ICONITE

Signifiant → icone → signifie
Symbole

PLUS UNE IMAGE EST SYMBOLIQUE, PLUS SON TAUX D'ICONITE EST FORT.ELLE VEHICULE,TOUJOURS UN MESSAGE, MEME INCONSCIENT.L'IMAGE EST LA SOMME DES DIFFERENTS MESSAGE.

-La connotation,c'est la subjectivité.Elle utilise des méthaphores.

-Les codes sont des messages(un langage)

-DENOTATIF → OBJECTIVITE → CONNOTATIF → SUBJECTIVITE

-LES CODES

- 1)Les codes morphologiques(trés objectif)Ils créent le climat,les personnages.
- 2)Les codes photographiques,l'echelle des plans,nettété,profondeur des champs,angle de prise de vue.
- 3)Les codes chromatiques,noir et blanc,couleur,le piqué.
- 4)Les codes topologiques,géographie,culturel.
- 5)Les codes psychologiques,socio culturel(chapeau melon Londres)
- 6)les codes gestuelles,identification spontanée.
- 7)Les codes psychologiques,d'implication,genre,thèmes,(guerre,amour,horreur)

1)Le sujet spectateur

2)Le sujet spectateur social

3)Le spectateur statistique

a)Le sujet spectateur psychologique/estétisme.