

Fiche professeur

L'affiche de cinéma

L'affiche destinée à attirer l'œil du passant apparaît très tôt après le début du cinéma. (illustration : une affiche des frères Lumières ?) Elle a pour but principal de susciter l'envie ou d'influencer le choix du spectateur potentiel. Elle naît donc du commercial. Mais elle doit également correspondre à l'atmosphère du film et être en adéquation avec son temps. Le distributeur souhaite donc rapidement des affiches innovantes et fait donc appel à des artistes, peintres ou graphistes. Ainsi, l'affiche évolue avec les grands mouvements artistiques du XXème siècle (Art déco, cubisme, Pop Art...) (on pourrait prendre des exemple d'affiches telles que celles de Blow Up, Etoile du Nord ou One+one) L'affiche s'est constituée rapidement en véritable genre graphique populaire.

Images et textes

L'image séduit et ainsi manipule : elle a la grande capacité de susciter des impressions, des interprétations, des commentaires parfois divergents. On peut donc la qualifier de polysémique, c'est-à-dire qu'elle peut véhiculer des signifiés multiples. Cette polysémie est plus importante dans l'image que dans la langue (le texte au sein d'une affiche). En effet, la perception des signes visuels est globale et simultanée. Le texte et la langue dépendent au contraire d'une lecture continue et linéaire. (images de parties d'affiches sans les voir dans leur totalité ???)C'est donc la composition de l'affiche qui guide le regard du lecteur en s'appuyant sur des règles de symétrie, d'équilibre ou d'opposition.

Destinateur et destinataire

On appelle « destinateur » celui qui compose le message (et dans le cas présent, l'image). Par ses choix techniques (photographie, dessins...) et esthétiques (cadre, angle, échelle, couleurs...), il met véritablement en scène ce message. Ce message doit être à la fois le plus lisible et le plus accrocheur possible dans un cadre de communication socialement et culturellement déterminé (en publicité, on parlera de « cible » pour désigner le destinataire de l'affiche. La cible peut être l'amateur de comédie ou bien celui de films fantastiques...).

« dénotation » et « connotation »

L'analyse d'une image commence par sa description, c'est-à-dire par une reconnaissance du signe iconique la plus neutre possible : je perçois, je reconnais, je nomme. Mais même si l'analyste doit tenter de rester le plus neutre possible, on sait que l'étape de « nomination » est déjà un acte de lecture inconscient. C'est ce qu'on appelle la « connotation », c'est-à-dire l'interprétation. Nous avons en effet déjà souligné la forte polysémie de l'image. La simple description entraîne donc la plupart du temps plusieurs interprétations possibles qui elles-mêmes dépendent du lecteur lui-même en fonction de sa culture, de ses pratiques sociales, de son inconscient, de son imaginaire... A cela, on peut ajouter que l'implication du lecteur va également dépendre des conditions sociales, historiques ou même psychologique du lecteur. Nommer en toute neutralité les signes visuels d'une affiche pour en faire émerger le(s) sens latent(s) est donc en soi un exercice difficile.

Codes culturels

Notre rapport au monde se définit inconsciemment par notre culture, nos mœurs, notre morale, nos idéologies... On parle de « codes socioculturels ». Ces codes règlent notre interprétation des signes et peuvent traduire un statut, un rapport de force, une émotion... ainsi, la reddition sera représentée par des bras levés alors que la révolte le sera par des poings fermés. On peut aussi rencontrer des codes symboliques comme des emblèmes, des uniformes ou des symboles religieux... Tous ces codes sont intériorisés par le lecteur et, en quelques sortes, réactivés plus ou moins consciemment lors de la lecture de l'image. La lecture d'une affiche dépend donc autant de sa composition que de l'interprétation que l'on peut en faire. Les codes connotés présents dans l'affiche sont donc tout à fait délibérés pour guider le lecteur tout en le séduisant.

Message et signe iconique

Une image est toujours le fragment d'un espace plus grand : le cadre est une fraction du monde (réel ou imaginaire). Ce fragment peut se limiter à une simple partie du corps, comme le visage par exemple. Mais ce fragment prend valeur du tout et c'est notre imagination qui en reconstitue l'unité et la cohérence (un visage représente une personne). Le texte (le titre du film) va alors guider plus précisément la lecture de l'image. La fonction du texte est de réduire la polysémie de l'image en en canalisant la lecture, en privilégiant une signification parmi tous les sens possibles ; Car l'affiche de cinéma est l'image publique du film : elle n'est pas seulement un argument de vente, elle doit aussi synthétiser le genre et l'esthétique de l'œuvre qu'elle (re)présente.

L'histoire de l'affiche d'Apocalypse Now

C'est l'histoire préférée des affichistes de cinéma : avant de devenir le film que l'on sait, l'œuvre de Coppola fut un simple visuel. C'est avec une ébauche de l'affiche et quelques lignes de synopsis que le réalisateur parvint à réunir le budget de son projet : une seule image pour vendre un long métrage.