

1. Record Nr.	UNINA9910597168403321
Autore	Beguïn-Verbrugge Annette
Titolo	Images en texte. Images du texte : Dispositifs graphiques et communication écrite // Annette Beguïn-Verbrugge
Pubbl/distr/stampa	Villeneuve d'Ascq, : Presses universitaires du Septentrion, 2021
ISBN	2-7574-3479-9
Descrizione fisica	1 online resource (312 p.)
Collana	Information - communication
Soggetti	Communication image texte
Lingua di pubblicazione	Francese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Sommario/riassunto	<p>C'est à une réflexion sur le rapport entre espace graphique et pensée visuelle que nous incite cet ouvrage. En quoi les dispositifs graphiques orientent-ils la lecture et l'interprétation des documents écrits (Images et textes) ? Comment l'attention du lecteur est-elle captée, comment sa mémoire est-elle sollicitée par une maquette ? Les rectangles de la page (pavés, cadres, bordures...) marquent des séparations, des catégorisations, des mises en relation entre les unités qui la composent. La compréhension du texte s'inscrit dans une phénoménologie de la communication où le corps du lecteur joue un rôle. Cette dimension psychologique se double d'une dimension culturelle : la dynamique des inférences opérées par le lecteur articule les signes sur leur contexte à la fois visuel et social. L'expérience toujours unique du lecteur se nourrit en permanence au répertoire de la Communauté. L'espace du texte, dans son organisation hiérarchique, devient ainsi mode de régulation des discours et enjeu de pouvoir. A partir de nombreux exemples, l'auteur propose une méthode d'analyse sémiotique et pragmatique des documents pour évaluer leur lisibilité. Par sa démarche, elle questionne les approches purement linguistiques de la lecture et de son apprentissage. L'ouvrage, abondamment illustré, concerne étudiants et chercheurs qui s'intéressent à la dimension</p>

visuelle de la pensée. Les professionnels de la communication (maquettistes, publicitaires...) y trouveront des pistes de réflexion sur leur pratique. Plusieurs chapitres s'attachent en particulier à la rhétorique visuelle des messages publicitaires. Enfin, les enseignants y puiseront des éléments pour mieux traiter les difficultés de leurs élèves et améliorer les documents pédagogiques.

---