

Giorgia AIELLO, *Communication, espace, image*

Paris, Éd. Les Presses du réel, coll. La petite collection ArTeC, 2022,  
160 pages

Cyrielle Cucchi

---



**Édition électronique**

URL : <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/31818>

DOI : [10.4000/questionsdecommunication.31818](https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.31818)

ISSN : 2259-8901

**Éditeur**

Presses universitaires de Lorraine

**Édition imprimée**

Date de publication : 1 octobre 2023

Pagination : 359-360

ISBN : 978-2-81430-502-1

ISSN : 1633-5961

**Référence électronique**

Cyrielle Cucchi, « Giorgia AIELLO, *Communication, espace, image* », *Questions de communication* [En ligne], 43 | 2023, mis en ligne le 10 octobre 2023, consulté le 18 octobre 2023. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/31818> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.31818>

---



Le texte seul est utilisable sous licence CC BY-NC-ND 4.0. Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont « Tous droits réservés », sauf mention contraire.

## Culture, esthétique

**Giorgia Aiello, *Communication, espace, image***

Paris, Éd. Les Presses du réel, coll. La petite collection ArTeC, 2022, 160 pages

Giorgia Aiello est professeure de culture et communication à l'université de Leeds au Royaume-Uni et professeure associée en sociologie de la culture et de la communication à l'université de Bologne en Italie. Titulaire d'un doctorat de l'université de Washington à Seattle aux États-Unis, ses travaux scientifiques portent sur la formation des identités, qu'elle aborde notamment via les diversités et les inégalités dans la communication visuelle. Il est important de noter que cet ouvrage est écrit et publié exclusivement au féminin avec une préface de Marta Severo et une postface de Maria Giulia Dondero. Par ce livre, l'auteure cherche à apporter une dimension scientifique à une expérience quotidienne partagée par tous : la lecture des images. L'auteure propose ainsi « une lecture engagée de la communication visuelle » (p. 1), pour reprendre le titre de la préface de M. Severo. G. Aiello décompose les images de l'espace urbain et, par les études présentées, découvre les univers sémiotiques qui nous entourent, dans la lignée de Roland Barthes ou Jean-Marie Floch. L'intérêt de cet ouvrage est de comprendre comment la communication visuelle impacte la société et se fonde sur quatre études menées entre 2011 et 2018 où elle met en avant la construction et la réception des images que nous rencontrons chaque jour. Pour cela, elle va mobiliser trois ressources d'analyses : le typage, la juxtaposition et la texturation.

La première étude est consacrée au logo iconique de la marque Starbucks. On y voit les évolutions du logo qui vont de pair avec une volonté d'expansion de la marque, en retraçant l'évolution stylistique de la fameuse sirène du géant du café. Aux traits autrefois extrêmement féminins, la sirène se simplifie aujourd'hui pour devenir presque androgyne. Il s'agit d'une « esthétique mondialiste homogénéisante » (p. 31) répondant aux évolutions sociétales, ainsi qu'à une stratégie mondialisée de la marque. C'est ce que l'on appelle le *rebranding*, une volonté de la marque de se simplifier avec un logo plus épuré, plus « propre » et qui sera plus facilement assimilé. L'auteure y oppose en parallèle la volonté de la marque de s'intégrer dans le local en proposant une expérience sémiotique axée sur le matériel. L'essentiel du travail est de placer ce logo mondialement reconnaissable en accord avec les textures des environnements proposés, en

jouant avec les contextes comme le bois, le verre ou la brique. Selon G. Aiello, cela permet « d'ordonner les aspects à la fois symboliques et matériels de notre vie quotidienne » (p. 33).

La deuxième étude est axée autour d'une analyse de Getty Images, géant des banques d'images en ligne. Ces images, prêtes à l'emploi, sont utilisables partout dans le monde dans le but de créer des images pour qu'elles puissent être utilisées par le plus grand nombre. Selon G. Aiello, c'est une technique pour imposer des façons de voir le monde. Le cas étudié est celui du webinar intitulé « Genderblend » (2015), répondant aux préoccupations de plus en plus importantes sur les questions de genre. « Genderblend » se décline en quatre thématiques : femmes d'affaires, féminisme masculin, enfants-modèles post-genre et transculturation. Il a pour but de proposer plus de diversité dans les illustrations de la vie quotidienne et de voir comment les sociétés commerciales s'adaptent aux mœurs du temps en construisant des images pour refléter la culture populaire. L'auteure aborde cette construction via trois concepts de création d'une image, le typage équilibrant les informations qui composent l'illustration, la juxtaposition brouillant les codes associant, par exemple, une femme d'affaires avec un bouclier et enfin la texturation avec les arrière-plans ou des jeux de lumière.

La troisième étude revient sur un projet de 2005 de l'agence Magnum Photo, réalisant une exposition intitulée *Euro Visions. Les nouveaux Européens par l'agence Magnum*, pour célébrer l'entrée de douze pays dans l'Union européenne. Un photographe a été envoyé dans chaque pays afin qu'il puisse rendre compte de sa propre vision. G. Aiello insiste sur le fait qu'il s'agit d'une commande européenne, donc forcément orientée. Elle dénonce les dangers de ces représentations et de ce qui se cache derrière : « Euro Visions est en particulier emblématique de la privation des discours et des genres de l'art » (p. 56). La vision, avant tout occidentale, est un problème dans la représentation des identités. Pour reprendre ses propos : « Euro Visions dépend fortement de l'exotisation et plus largement de l'altérisation des identités marginalisées » (p. 56). L'approche s'appuie sur le typage des traits facilement identifiables et sur la juxtaposition des images qui vont dénaturer l'essence même du projet. Aussi ce projet semble-t-il orienté et répondre, selon l'auteure, à « la définition de ce qu'il faut pour être européen » (p. 85).

La quatrième étude est l'illustration de son expérience personnelle ou l'on y ressent l'émotion qu'elle a eue

à partager ses souvenirs d'enfance et ses impressions au fil du temps. On retrouve une forme d'observation participante à la façon d'Yves Winkin. G. Aiello aborde la réhabilitation de son quartier d'enfance, l'ancienne Manifattura Tabacchi (Manufactory de Tabacs) de Bologne qui est devenue aujourd'hui la Manifattura delle Arti. Un lieu qui, selon ses propres termes, passe « de plaie à enclave » (p. 96). Cet espace qui était autrefois marginalisé pour sa pauvreté et sa violence, témoin de l'ère industrielle révolue de la ville, est devenu un symbole européen de modernité et de créativité. Cependant, il demeure pour les locaux tout aussi exclusif. L'auteure pointe une opération de communication mondialiste qui n'est pas forcément pertinente pour la population locale originaire et qui l'exclurait même, ce qui induit de nouvelles frontières : d'abord visuelles avec évidemment l'attrait du style contemporain et européen qui s'opposent aux anciens bâtiments, puis textuales, avec des formes et des matériaux qui contrastent avec le reste de l'environnement urbain. Néanmoins, G. Aiello nuance son propos en décelant « un équilibrage des traits identitaires locaux et mondiaux » (p. 110). Il y a là une volonté de s'intégrer dans l'espace par le réemploi des signes locaux d'autrefois. Dans cette étude, G. Aiello paraît moyennement favorable et particulièrement sensible à ce qui balaye son passé pour y intégrer une néo-communauté, celle qui n'existe que dans l'imaginaire européen. Cependant l'auteure reconnaît que, si c'est bien pensé, si on y reconnaît des traces du passé tout en le rendant plus agréable à vivre, cela peut être une bonne politique de reconversion. Par exemple, les briques rouges de la Manifattura delle Arti et les rideaux rouges de l'Université de Bologne font écho au style des anciens immeubles de ces villes, qui avaient des arches dans ces tons. Ce type d'espace ouvre la voie à une dualité identitaire pour les usagers, locale et globale. Le feuilletage de références permet d'allier la tradition et l'histoire au tournant mondialiste souhaité par le projet européen.

L'ensemble de ces études démontre une grande maîtrise des compositions et positionnements des images dans l'espace urbain. G. Aiello propose une analyse critique de l'influence du global sur le local et incite le lecteur à ouvrir grand les yeux. Elle donne les clés pour une meilleure lecture des composantes de l'espace afin de pouvoir comprendre ce qui se cache derrière ce que l'on croit voir au premier coup

d'œil. Le tout propose une remise en question de l'évidence des images qui nous entourent.

**Cyrielle Cucchi**

Université de Corse Pasquale Paoli, Lisa,  
F-20250 Corte, France  
cyrielle.cucchi@gmail.com

**Aurélie BARJONET, *L'Ère des non-témoins. La littérature des « petits-enfants de la Shoah »***

Paris, Éd. Kimé, coll. Détours littéraires, 2022, 366 pages

Aurélie Barjonet, maîtresse de conférences en littérature comparée à l'Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines et spécialiste de la production littéraire des « petits-enfants de la Shoah », signe un essai, dont le titre fait référence à l'ouvrage d'Annette Wierwokia, *L'Ère des témoins* (Paris, Fayard, coll. « Pluriel », 2013 [1998]), qui vise à « combler un manque » (p. 31), c'est-à-dire à enrichir le panorama existant en proposant un ouvrage de synthèse sur les écrits récents consacrés à la Shoah. Dès le titre, la chercheuse dévoile son intention et, grâce à l'image de la couverture réalisée par Anne Chpakovski, elle illustre le *chronos* des « nouveaux » enjeux (*non nova, sed nove*) qui façonnent le but recherché : l'« ère des non-témoins ».

Dans l'introduction, l'autrice expose une série de clarifications conceptuelles et contextualise le point de départ de l'analyse. Si A. Wierwokia parle de l'émergence de la figure publique du témoin à partir du procès d'Adolf Eichmann en 1961, A. Barjonet met en avant la disparition des derniers témoins directs de la Shoah et les écrivains issus de la troisième génération, les non-témoins qui prennent la plume – d'où l'opposition entre les deux titres, « le singulier et le pluriel, entre l'ère du témoin et l'ère des non-témoins » (p. 13). Afin de soumettre à la réflexion des sujets actuels – tels que l'appropriation d'un héritage, « le désarroi d'un présent qui cherche à se comprendre à la faveur d'un dialogue renoué avec le passé » (Dominique Viart, Bruno Verrier, *La Littérature française au présent*, Paris, Bordas, 2008 [2005], p. 19), la dimension « thérapeutique » de l'écriture ou l'utopie du « témoin du témoin » –, cette entreprise analytique bien conduite met en exergue un corpus littéraire qui comprend vingt-deux livres publiés entre 2006 et 2012 : des fictions, des autofictions et des récits regroupés en deux catégories : « les textes de descendants » et « les textes d'héritiers ». Pour clarifier son intention, la chercheuse explique que les descendants sont « des auteurs d'origine juive qui ont enquêté sur leurs ancêtres et en ont ramené un