

ANALYSE DE L'IMAGE

Cours de Nassim Daghighian



Robert Frank, Chicago, in *Les Américains*, 1958

ANALYSE DE L'IMAGE

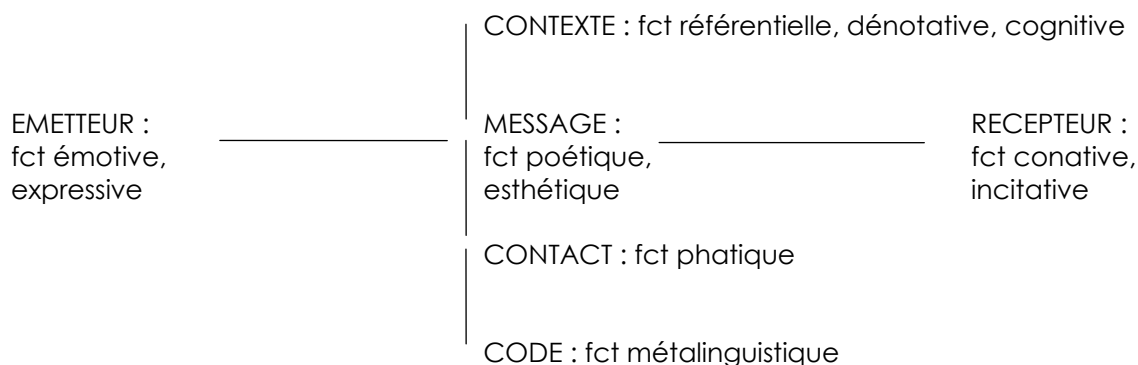
Cours de Nassim Daghighian,
historienne de la photographie

Table des matières

Communication visuelle : quelques notions de base	3
Les fonctions de l'image dans la communication	4
La sémiologie visuelle : quelques définitions	5
Image et texte : la légende d'une photographie	6
L'analyse de l'image : introduction	7
Les signes plastiques de l'image :	
Le support de l'image	8
Le cadre	8
Le format et la taille	8
Le cadrage	9
Le champ et le hors-champ	9
La perspective	10
L'échelle des plans	11
L'angle de prise de vue	12
La composition	13
La lumière et l'éclairage	15
Les couleurs	17
Les relations entre signes plastiques et signes iconiques d'une image	19
Références bibliographiques	20

LA COMMUNICATION VISUELLE : QUELQUES NOTIONS DE BASE

Un signe est utilisé pour transmettre une information ; plusieurs signes constituent un message. Pour assurer une bonne compréhension (ou communication), émetteur et récepteur du message doivent avoir en commun un code, une série de règles qui permettent d'attribuer une certaine signification aux signes. La communication visuelle peut être décrite par un schéma que le linguiste américain d'origine russe Roman Jakobson (1896-1982) a créé pour décrire les **six fonctions du langage** (abréviation utilisée : fct = fonction) :



fonction référentielle : fonction cognitive (liée à la connaissance) qui décrit, donne des informations

fonction émotive : fonction expressive qui met l'accent sur le producteur du message, l'émetteur (l'artiste, l'écrivain...), donc sur sa "subjectivité".

fonction conative : du latin *conatio* = effort, tentative ; fonction incitative visant l'implication du récepteur, du public (spectateur, lecteur), surtout utilisée par la publicité et la propagande.

fonction poétique : fonction esthétique consistant à "jouer" avec la matérialité du message

fonction phatique : elle a pour but d'assurer un bon contact entre émetteur et récepteur

fonction métalinguistique : consiste à expliciter, mettre en évidence le code utilisé

dénotation : discours explicite ; 1^{er} niveau de signification (descriptif, référentiel, informatif) qui nécessite un savoir perceptif ; signification "objective" qui désigne sans ambiguïté le référent (photo d'identité, panneau routier, presse, rapport scientifique) → **fonction référentielle**.

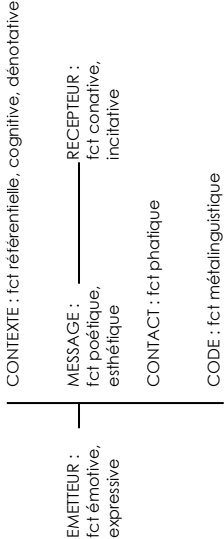
connotation : discours implicite, suggéré ; 2^{ème} niveau de signification qui nécessite un savoir socio-culturel, interprétatif (incluant les évaluations éventuelles, jugements favorables ou non) ; sens particulier, "subjectif", d'un signe qui vient s'ajouter au sens ordinaire (dénotation) selon la situation ou le contexte → **fonction conative, fonction phatique ou fonction poétique**.

code : système structuré basé sur des conventions socio-culturelles (mécanisme régi par des règles) ; la langue, son fonctionnement et son code sont décrits par le métalangage → **fonction métalinguistique**.

L'interprétation d'une image fait appel à une multitude de codes :

- code scriptural, linguistique et typographique : choix de la langue, caractères utilisés...
- code photographique et code pictural : cadrage, composition...
- code de la perspective : représentation de l'espace sur un support à 2 dimensions
- code chromatique : la symbolique des couleurs et leurs effets psychologiques
- code topographique : un lieu (*topos*) symbolisé par une architecture ou statue célèbre...
- code vestimentaire : l'habillement est révélateur d'une appartenance sociale
- code kinésique : le langage du corps et de ses mouvements (position, gestes, regard...)
- code psychologique : implication du spectateur, processus d'identification, etc.

Les fonctions de l'image dans la communication



FONCTION	RÔLE	EXEMPLE (photographie de Cartier-Bresson : <i>Sur les bords de la Marne</i> - 1938)
Référentielle	Représenter, reproduire le réel, acquérir une fonction documentaire.	Témoignage d'une époque, d'un contexte social : péniche et famille d'un marinier.
Émotive (ou expressive)	Exprimer la sensibilité, l'opinion de celui qui émet le message. C'est le point d'où part le regard qui introduit la subjectivité. Le photographe exprime son point de vue en fonction de l'endroit où il se place et du moment où il effectue le déclenchement photographique.	Le photographe a choisi le moment où une scène (les deux femmes et l'enfant) est regardée par un personnage qui occupe une position centrale au premier plan. La subjectivité du photographe n'est pas dominante : elle est relayée par ce personnage vu de dos.
Conative (ou incitative)	Agir sur le destinataire, transférer son opinion ou son intention : « La photographie ne doit pas chercher à prouver mais elle peut convaincre quand elle ne cherche pas à le faire » (Marc Riboud, photographe de l'agence Magnum).	Le sourire des visages, les gestes d'ouverture, la chaîne des regards (bébé regardé par les deux femmes et par l'homme, homme regardé par le chien) suscitent une sympathie pour un univers simple et d'une grande richesse affective.
Phatique (ou fonction de contact)	Attirer l'attention du destinataire et la retenir. Souvent une rupture (élément surprenant, angle de prise de vue inhabituel, contradiction entre deux éléments formels) oblige l'œil à s'attarder sur une image. Les points forts qui imposent un sens de lecture participent également à cette fonction.	Le personnage vu de dos constitue une part d'inconnu qui suffit à arrêter le regard. Celui-ci circule d'une tache claire à une autre (partie ensoleillée de la péniche, bébé, homme, chien), du clair à l'obscur (bébé, femmes) et d'un regard à l'autre. L'opposition marquée entre éléments clairs et foncés augmente la lisibilité et contribue à créer le contact.
Poétique (éléments esthétiques)	Jouer avec le code du message. Pour la photographie, il peut s'agir de la composition, de l'éclairage, des couleurs, du tirage plus ou moins contrasté... La présence d'un liseré noir correspondant aux bords mêmes du négatif indique que la photo n'a subi aucun recadrage : c'est une forme d'élégance et la marque d'une certaine conception de l'art photographique.	La photographie est marquée par une composition forte (symétrie légèrement décalée, scène importante à gauche, moins importante à droite). Elle joue sur des rappels de motifs formels (rectangles de la partie supérieure de la péniche et rectangulaire de la porte). La verticalité est dominante. La scène qui s'encadre dans la porte évoque une nativité de la peinture italienne.

Source : CADET, Christine, CHARLES, René, GALUS, Jean-Luc,
La communication par l'image, Paris, Nathan, coll. Repères pratiques, 1990, p.80



LA SÉMIOLOGIE VISUELLE : QUELQUES DÉFINITIONS

Sémiologie : du grec *séméion* = signe, *logia* = théorie (de *logos* = parole, raison) ; c'est donc la science générale des signes, dont les premiers théoriciens sont le logicien américain Charles Peirce (1839-1914) et le linguiste suisse Ferdinand de Saussure (1857-1913).

Signe : chose concrète, perçue par nos sens, qui tient lieu de quelque chose d'autre, qui désigne une chose absente, concrète ou abstraite.

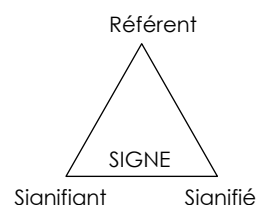
- le **réfèrent** : l'objet du monde (réel ou imaginaire, comme la licorne) auquel se réfère le signe, la chose absente qu'il représente, est appelé réfèrent (ou "objet" par Peirce).

Un signe comporte deux "faces" indissociables selon Saussure :

- le **signifiant** : matériel, perceptible, au niveau de l'expression (ou "représentamen" chez Peirce) ; abrégé **St**

- le **signifié** : le concept abstrait, au niveau du contenu (ou "interprétant" chez Peirce) ; abrégé **Sé**

- la **signification** est le rapport réciproque qui les unit, le sens du signe (**St/Sé**).



Selon le rapport qui existe entre le réfèrent et le signe, Peirce distingue trois types de signes : l'icone, l'indice et le symbole.

Icone : le signe entretient une relation d'analogie, de ressemblance, avec son réfèrent → signes figuratifs (ex. portrait peint)

Indice : il y a une relation causale de contiguïté physique entre signe et réfèrent → signes naturels, traces (ex. empreinte de pas, fumée, symptôme)

Symbole : la relation de convention (codifiée) qui lie le signe à son réfèrent est arbitraire → signes figuratifs ou non (ex. écriture, signes mathématiques)

Parmi les signes iconiques, on trouve le diagramme (analogie relationnelle, comme dans un organigramme), l'image (analogie qualitative, sur le plan formel, plastique) et la métaphore (parallélisme qualitatif, comparaison implicite).

Attention, dans les faits ces trois catégories de signes existent rarement à l'état "pur", absolu : indice et symbole ont souvent une dimension iconique alors qu'un signe iconique peut suivre certaines conventions représentatives (la perspective par ex.) donc avoir une dimension symbolique. La photographie, empreinte laissée par la lumière, est par nature indicielle (mode de production) mais elle est interprétée, comme toute image, dans sa dimension iconique (mode de réception).

Image : en pratique, c'est un message visuel complexe, polysémique et hétérogène, qui réunit des signes iconiques (analogiques, figuratifs), des signes plastiques (aspects formels, non figuratifs) et, souvent, des signes linguistiques scripturaux (langage verbal écrit).

Polysémie : caractère d'un signe qui possède plusieurs sens, plusieurs contenus ; par exemple, au sens propre (1^{er}, concret), s'ajoutent les sens figurés (seconds, abstraits).

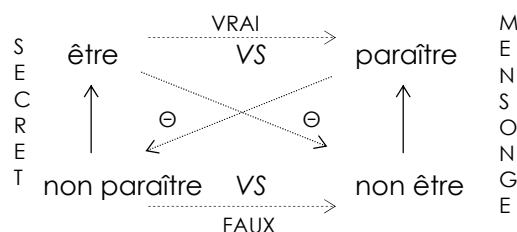
Redondance : répétition ; qui apporte une information déjà donnée sous une autre forme.

Carré sémiotique :

CONTRAIRES : opposition, notée VS (être VS paraître)

CONTRADICTOIRES : négation, notée Θ (être/non être)

COMPLEMENTAIRES : implication (non être/paraître)



LA LÉGENDE DE LA PHOTOGRAPHIE

L'image seule peut susciter différentes associations d'idées (polysémie). Dans le cas de la presse illustrée, c'est souvent la légende – fréquemment complétée d'un commentaire – qui réduit le nombre de connotations suggérées et impose la signification (le contexte général joue également un rôle : titres, encadrés, autres images, etc.).

Le texte de la légende et du commentaire peut avoir deux fonctions principales par rapport à l'image :

- la légende complète l'information donnée par l'image ; c'est une **fonction de relais** selon R.Barthes : "la parole et l'image sont dans un rapport complémentaire" ; la légende a donc ici une fonction explicative
- la légende oriente le lecteur dans l'interprétation du sujet en réduisant la polysémie de l'image ; selon R.Barthes, c'est une **fonction d'ancrage**, qui vise à "fixer la chaîne flottante des signifiés, de manière à combattre la terreur des signes incertains" ; la légende a ainsi une fonction restrictive.



Stuart FRANKLIN, Près de la Place Tien An Men, Pékin, 5 juin 1989

Cette image fut publiée le 6 juin 1989 avec les légendes et commentaires suivants :

"A lui tout seul, cet homme a arrêté une colonne de chars pendant plusieurs minutes près de la place Tien An Men. A chaque fois que les chars tentaient de le contourner, l'homme se remettait en travers." *Le Figaro*

"Cet homme seul a réussi hier à arrêté – provisoirement – une colonne de chars. Debout, face aux tanks, il criait hier matin sa révolte et son indignation : jusqu'à ce que des passants finissent par le convaincre de partir. Et les tanks ont repris leur route de mort." *Le Quotidien*

"Malgré les massacres de dimanche qui auraient fait trois mille morts, les Pékinois n'ont pas cessé hier de défier l'armée, allant jusqu'à bloquer l'avancée des chars comme cet homme qui s'est jeté à la rencontre de la colonne de chars qui avançait sur l'avenue. Le tankiste a stoppé son monstre d'acier à un mètre de l'homme qui n'avait pas bougé d'un pouce... Mais la menace de la guerre civile gronde avec les rumeurs d'affrontements entre militaires dans les faubourgs de la capitale et les manifestations de colère dans les plus grandes villes de province." *Le Parisien libéré*

Près de la place Tien An Men, un homme a bloqué hier une colonne de six chars en se campant au milieu de la rue. Les occupants des blindés ont refusé le dialogue, sans tirer pour autant." *Libération*

ANALYSE DE LA LÉGENDE ACCOMPAGNANT LA PHOTO AP.					
	L'exploit	La persistance	La signification	La relativisation	L'épilogue
Le Figaro 6.6.89	A lui tout seul, cet homme a arrêté une colonne de chars	A chaque fois ... l'homme se remettait en travers		Pendant plusieurs minutes	Non formulé (victoire implicite possible)
Le Quotidien 6.6.89	Cet homme seul a réussi à arrêter ... chars	Jusqu'à ce que les passants finissent par le convaincre	Sa révolte et son indignation	Provisoirement par le convaincre de partir	Et les tanks ont repris leur route de mort
Le Parisien 6.6.89	Les Pékinois n'ont pas cessé de défier ... chars	... l'homme qui n'avait pas bougé d'un pouce	La menace de la guerre civile gronde		Le tankiste a stoppé son monstre d'acier
Libération 6.6.89	Près de la place Tien An Men, un homme a bloqué ...rue				Les occupants des blindés ont refusé le dialogue sans tirer pour autant

L'ANALYSE DE L'IMAGE : INTRODUCTION

Trois types de signes importent lors de l'interprétation d'une image :

- les signes **linguistiques scripturaux**, verbaux : la légende d'une photo, le slogan d'une pub
- les signes **iconiques**, figuratifs, analogiques : les objets du monde reconnaissables dans l'image, en raison de la similitude de leur représentation avec la réalité
- les signes **plastiques**, non figuratifs, liés à des choix purement formels, comme la couleur, la forme, la spatialité et la texture.

Chaque signe apporte sa contribution à la signification de l'image ; il importe donc autant de distinguer les différents signifiés que de les lier entre eux pour définir le sens global du message visuel.

La difficulté réside dans le fait que les signes plastiques sont solidaires des signes iconiques. C'est-à-dire que la signification des signes iconiques est influencée par les signes plastiques et inversement.

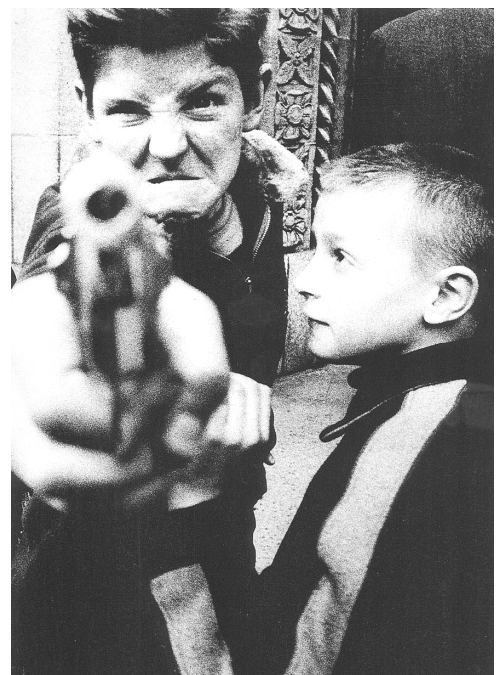
Un chat noir n'est pas perçu de la même manière qu'un chat blanc ; à l'inverse, la couleur rouge n'a pas le même sens si elle est portée par des lèvres pulpeuses ou une lame de couteau. Le signifiant plastique "rouge" dénote un signifié "couleur vive, qui attire l'œil". Le signifiant iconique "lèvres pulpeuses" connote un signifié de séduction alors que le signifiant iconique "lame de couteau" connote un signifié de violence. Le rouge attire donc l'œil pour signifier soit le plaisir (rouge de la passion) soit la destruction (tache de sang)...

Une première étape de l'analyse consiste généralement à identifier les signifiants iconiques et plastiques, voire scripturaux, présents dans l'image et à émettre des hypothèses sur les signifiés possibles auxquels renvoient ces signifiants (c'est le processus de la signification de l'image).

LES SIGNES PLASTIQUES DE L'IMAGE

La description des signifiants plastiques qui suit prend pour principal exemple la photographie, mais elle reste valable pour d'autres types d'images (film, TV, BD, etc.). Les signifiés plastiques, quant à eux, sont entièrement dépendants du contexte, c'est-à-dire de l'image particulière où les signifiants plastiques sont mis en œuvre. Seule une interprétation de l'ensemble de l'image, qui tient compte des signes iconiques, permet d'associer un signifiant plastique à un certain signifié.

Le support de l'image	8
Le cadre	8
Le format et la taille	8
Le cadrage	9
Le champ et le hors-champ	9
La perspective	10
L'échelle des plans	11
L'angle de prise de vue	12
La composition	13
La lumière et l'éclairage	15
Les couleurs	17



William Klein, Upper Broadway, New York, Octobre 1954

Le support de l'image

La photographie a généralement pour support matériel le **papier**, c'est alors une image opaque qui peut être tirée à partir d'un négatif (transparent) sur papier mat, brillant ou glacé, semi-glacé... Cette surface-support constitue un objet que l'on peut généralement toucher, tenir dans la main ou consulter dans un album, un magazine, un livre, sur une affiche comme la plupart des images imprimées.

La **texture** est donc une dimension importante de l'image ; on peut signaler les oppositions du mat et du brillant, du grain et du lisse, de l'épais et du mince, du tramé, de la tache, du continu (demi-teintes)...

A l'opposé de l'image sur papier, il y a l'image transparente projetée sur un **écran** blanc qui intercepte les rayons lumineux ayant passés à travers elle (diapositive, film) et l'image transmise et diffusée sur un **moniteur** (téléviseur, ordinateur) .

Le cadre

L'image en tant qu'objet a des limites extérieures physiques qui peuvent être matérialisées par un **cadre-objet** (en bois sculpté, en métal, etc.) ou rester "abstraites" : **cadre-limite**. Le cadre-objet accentue l'idée de fenêtre ouverte sur le monde (la tradition picturale) alors que le cadre-limite, plus discret, peut avoir pour but de faire oublier que la photographie ne montre qu'un fragment de la réalité (c'est aussi spécifique à l'univers du cinéma).

Lorsque le cadre-limite se confond avec les bords du support (la page), la notion de cadre est effacée, quasiment absente (image pleine page ou à bords perdus).

Le **hors-cadre** est l'environnement de la photographie, comme le mur de la galerie où elle est exposée ou la page du livre où elle est reproduite ; c'est le contexte de la communication visuelle. Au cinéma, le terme hors-cadre fait référence à l'espace de production du film.

Le format et la taille

Le cadre donne forme à l'image et détermine le format de la photographie. Format rectangulaire horizontal ou vertical, carré, et parfois rond ou ovale. Il est question ici de proportions et de rapports, donc de la **taille relative** des dimensions principales de la photographie en tant qu'objet (le rapport du rectangle "standard" est d'environ 1,4).

Sans recadrage, le format est lié au type d'appareil utilisé : petit format (24x36 mm et moins), moyen format (6x4,5 ; 6x6 ; 6x7 ; 6x9 cm), grand format (4x5 inch ; 20x25 cm et plus).

Le format se définit aussi par la **taille absolue** de l'image (dimensions en cm, en mm). Reproduites dans un livre ou sous forme de diapositives, toutes les photos semblent avoir les mêmes dimensions. Pourtant la taille réelle de l'image influence fortement sa perception par le spectateur (rapport spatial en particulier).



Denis Roche, 12 juillet 1980, Plage de Talmont, Vendée

Le cadrage

Le cadrage est le résultat supposé de la position du photographe, donc de la **distance** entre l'objectif et le sujet photographié. Il correspond à la portion du champ visuel du photographe visible dans l'image. Parmi toutes les possibilités qui s'offrent à lui, le photographe choisit son cadrage, immobilise une fois pour toute le cadre en l'actualisant. Le cadrage détermine les éléments constitutifs primordiaux de l'image : le champ et le hors-champ, la perspective, l'échelle des plans, l'angle de prise de vue et la composition.

Le **surcadrage** est la présence d'un cadre dans le cadre, fenêtre ou miroir par exemple. Une image à l'intérieur d'une image similaire crée une mise en abyme (effet des poupées russes).

Le **décadrage** est un cadrage "déviant", qui ne correspond pas aux habitudes du spectateur ni aux traditions de la représentation. L'image perd son aspect "naturel" et le photographe revendique ainsi son acte créatif (image artefact plutôt qu'image naturelle).

Le champ et le hors-champ

Le champ visuel étant la portion de l'espace réel à trois dimensions perçue par nos yeux immobiles, le **champ** désigne en photographie et en cinéma le morceau d'espace imaginaire représenté dans l'image à deux dimensions.

Le **hors-champ** est tout ce qui n'est pas représenté dans la photographie mais que le spectateur peut éventuellement deviner, souvent parce qu'il est suggéré par certains éléments de l'image (la tête d'un personnage dont on reconstitue mentalement le corps "décapité"). On parle alors d'effet hors-champ. Le hors-champ est dit "**concret**" lorsqu'il est constitué par des éléments dont une partie est visible dans le champ. Le hors-champ est dit "**imaginaire**" lorsqu'il est difficile de déterminer ce qu'il contient.

Le **contre-champ** est la portion d'espace située à l'opposé du champ, c'est-à-dire là où se trouve l'appareil photographique ou la caméra.



Lee Friedlander, New Orleans, 1968

La perspective

La perspective est l'art de représenter l'espace à trois dimensions sur une surface plane, c'est donc créer l'illusion de la profondeur.

La **perspective chromatique ou atmosphérique** est un jeu de couleurs utilisé en peinture dès la Renaissance (Léonard de Vinci) : les objets éloignés ont des couleurs plus pâles, moins saturées, et légèrement bleutées au niveau de la ligne d'horizon (action de l'atmosphère sur la diffusion de la lumière). À cela s'ajoute le *sfumato*, un léger flou qui suggère la brume qui enveloppe les choses à distance.

La **perspective linéaire ou scientifique** est le principal code de la représentation de l'espace depuis la Renaissance (L.B. Alberti, *De Pictura*, 1435). L'illusion de la profondeur est créée par la division de l'espace en plusieurs plans distincts s'appuyant chacun sur des repères (objets, personnages) et s'étageant en profondeur (du premier plan à l'arrière-plan).

Un **plan** est une notion abstraite qui désigne une surface parallèle à celle de l'image. Les éléments d'un plan sont tous situés à la même distance du plan du film (le négatif).

La **profondeur de champ** est grande si tous les plans sont nets sur la photographie. Le piqué est le bon rendu des détails fins de l'image. On obtient cette netteté si le sujet est éloigné, si l'ouverture du diaphragme est réduite ou si la focale est courte (objectif grand angulaire).

Une faible profondeur de champ implique que seul un plan soit net, les autres étant flous. Même si cela correspond au fonctionnement réel de l'œil, ce type de représentation paraît souvent moins naturel et permet des effets comme l'écrasement de la perspective par une longue focale de téléobjectif.

En photographie, le **point de vue** est fixe et correspond à l'endroit d'où le photographe observe la scène à représenter. Le rayon visuel principal relie le point de vue, donc l'objectif, au sujet photographié (c'est une ligne imaginaire).

La **ligne d'horizon**, également imaginaire, située à la hauteur de l'objectif, est perpendiculaire au rayon visuel. Dans une perspective frontale classique, toutes les lignes parallèles qui sont dans le sens du regard (comme les bords d'une route face au photographe) semblent s'enfuir vers la ligne d'horizon. Ces **lignes de fuite** convergent vers un point unique de la ligne d'horizon, le **point de fuite**.

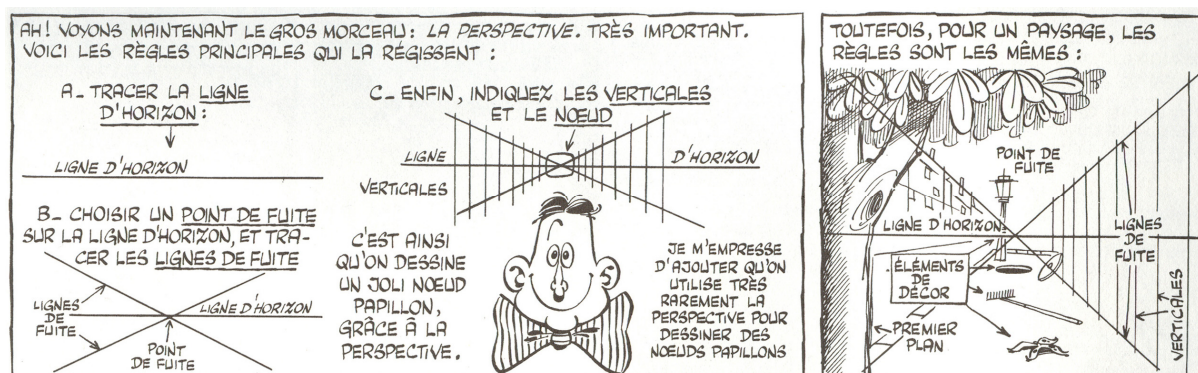
Si le point de fuite est au milieu de la ligne d'horizon, donc de la largeur de l'image, la perspective est dite centrale (vue frontale). D'autres types de perspectives sont possibles.

L'impression de profondeur est renforcée par le jeu sur la taille respective des personnages ou des objets, c'est-à-dire le **rapport d'échelle**, qui les fait apparaître sur des plans différents. Un personnage plus grand semble plus proche qu'un personnage plus petit sur l'image.

S'il y a un très grand contraste entre les tailles des personnages ou des objets, on parle de **contraste d'échelle**.

Lorsqu'un personnage est photographié de très près, il est vu en **raccourci** et semble déformé (dans la photographie de W. Klein prise à New York, p.7, le poing muni d'un revolver au premier plan paraît très grand sur l'image par rapport à la tête du garçon en arrière-plan).

La notion de profondeur est également suggérée par le **chevauchement des formes**, les éléments du premier plan cachant partiellement ceux des plans plus éloignés.





Josef Koudelka, Irlande, 1976

L'échelle des plans

L'échelle des plans (ou grosseur des plans) traduit un **rapport de proportions** entre le sujet et le cadre ; elle correspond à la grandeur des êtres, objets ou éléments de décor représentés dans l'image par rapport à la taille de celle-ci. Elle ne dépend pas de l'agrandissement de la photographie.

Les termes utilisés pour définir les différents plans varient selon les auteurs mais on trouve le plus souvent les acceptions suivantes :

Le **plan général**, ou vue de grand ensemble, embrasse la plus vaste portion de réalité (paysage, ville vue de loin).

Le **plan d'ensemble** représente essentiellement le décor, les personnages sont alors très petits.

Le **plan large** ou plan de demi-ensemble représente à la fois décor et personnages.

Le **plan moyen**, la vue de pied ou **portrait en pied**, montre l'entier du personnage, sans nier son environnement.

Les plans suivants focalisent le regard sur le personnage ou l'action :

plan **italien** (aux genoux)

plan **américain** (à mi-cuisses)

plan **rapproché** (taille)

plan **poitrine**

le **buste** (découpage aux épaules).

Le **gros plan**, généralement sur le visage, met en valeur la personnalité, l'émotion...

Le **très gros plan** ou vue "macro" attire l'attention sur un détail.

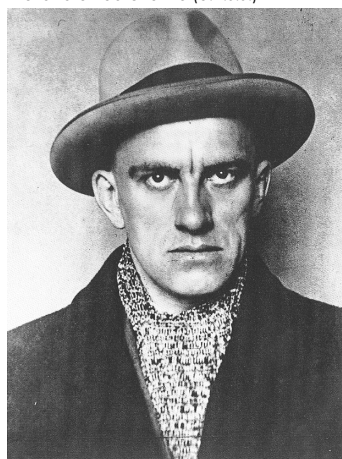
L'angle de prise de vue

L'angle de prise de vue est le rapport entre l'œil (ou l'objectif de l'appareil) et le sujet regardé (ou photographié), qui varie selon les axes horizontaux et verticaux.

Horizontalement, dans le cas du portrait : vues frontale (de face), de trois quarts ou de profil.

Verticalement, la vue au niveau du sujet est la plus utilisée et considérée comme neutre. La **plongée** ou vue d'en haut, descendante, indique que le regard domine le personnage ou le décor. La plongée verticale, totale, correspond à la vue d'avion ou **perspective aérienne** (ou abyssale : convergence des lignes de fuite vers le nadir ou centre de la terre). La **contre-plongée** ou vue ascendante, contre en haut, résulte du fait que le photographe se trouve en dessous de son sujet. La contre-plongée totale, verticale, correspond à la **perspective zénithale** (convergence des lignes de fuite vers le zénith).

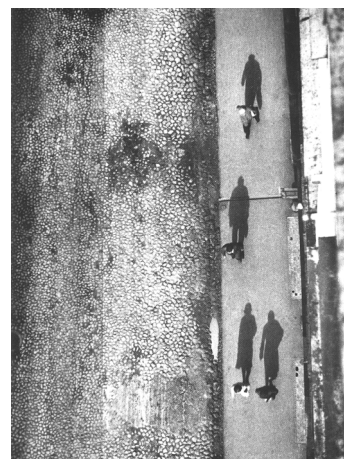
Alexandre Rodtchenko (U.R.S.S.)



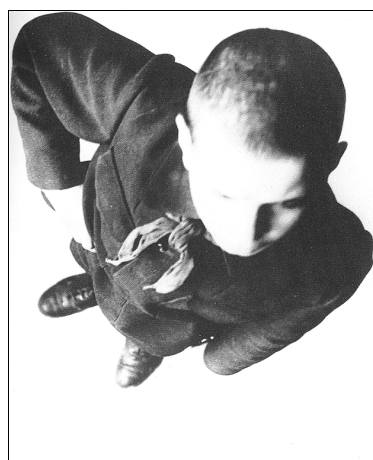
Vladimir Maïakovsky, 1924



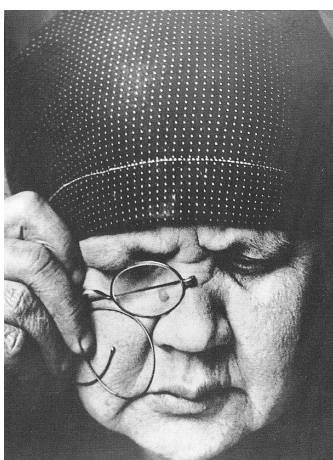
Au téléphone, 1928



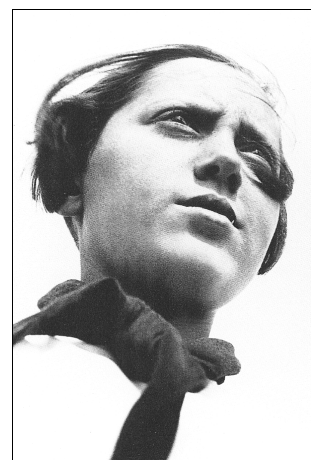
Sur le trottoir, 1928



Pionnier, 1928



Mère, 1924



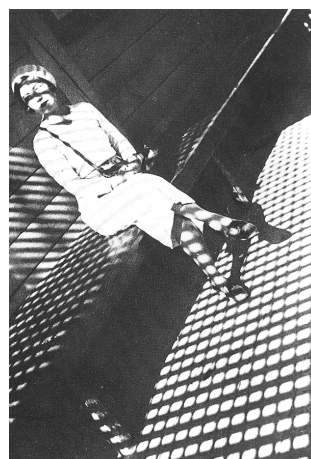
Pionnière, 1930



Balcons, 1925



Echelle de secours, 1925



La jeune fille au Leica, 1934

La composition

La composition est l'agencement des éléments à l'intérieur du cadre de l'image. Elle a pour effet la hiérarchisation de la vision, elle oriente la lecture de l'image. La composition résulte donc de l'organisation des signes plastiques et iconiques sur la surface de l'image : agencement des taches lumineuses, masses colorées, segments de droites ou de courbes, figures géométriques, éléments significatifs (motifs, objets, personnages). Dans un sens plus restreint, la composition est la combinaison des formes.

La composition est **symétrique** lorsque les éléments de l'image semblent se répartir de manière équilibrée et répétitive de part et d'autre d'un axe de symétrie (vertical, horizontal, etc.).

La **composition au tiers**, courante en photographie, est un découpage du rectangle de l'image en trois parties égales qui rompt la monotonie de la symétrie, tout en conservant un certain équilibre. On trouve également une composition asymétrique divisant l'image en 1/3 et 2/3.

Les **points forts** attirent le regard, constituant une sorte de passage obligé pour l'œil qui examine l'image (une tache claire sur un fond sombre, un être humain dans un ensemble inanimé).

Les **lignes de force** sont des lignes simples, courbes ou rectilignes, qui contribuent à la construction et à la lecture de l'image. Ce sont notamment les lignes horizontales, verticales, obliques et diagonales (d'un coin à l'autre de l'image). La stabilité est généralement évoquée par les orthogonales (verticales et horizontales) alors que diagonales et obliques évoquent une dynamique, un mouvement ascendant ou descendant, voire l'instabilité ou un effet de rupture (surtout s'il s'agit de lignes brisées).

Les points et lignes principaux ainsi que la répartition des masses constituent finalement les **formes géométriques** repérables dans une composition (circulaire, pyramidale...)

Fréquemment utilisées dans l'image publicitaire, on distingue quatre sortes de composition :

La **construction focalisée** : les lignes de force convergent vers un point qui fait figure de foyer, lieu où se trouve souvent le sujet principal ; c'est la focalisation : le regard est attiré vers un point stratégique de l'image.

La **construction axiale** qui place le sujet exactement dans l'axe du regard, généralement au centre précis de la photographie.

La **construction en profondeur** où le sujet est intégré à une scène dans un décor représenté en perspective et tient le devant de la scène, au premier plan.

La **construction séquentielle**, qui consiste à faire parcourir l'image du regard par étapes pour qu'il chute, finalement, sur le sujet principal (le produit ou le logo dans le cas d'une publicité), situé le plus souvent en bas à droite.

Le cas courant est la construction en Z qui fait appel à l'habitude de lecture (partant du coin supérieur gauche pour aboutir au coin inférieur droit).



H. Cartier-Bresson, Rue Mouffetard, Paris, 1958



Joe Rosenthal, Mont Suribachi, Iwo Jima, février 1945

ROCKY

Jeans **59.90**

A BRAVE NEW WORLD
NEW ADVENTURES ON MARS.

H&M

H&M, Rocky, in Avant Première, juillet-août 1997

La lumière et l'éclairage

La photographie étant par définition "l'écriture par la lumière", celle-ci est indispensable autant à la formation de l'image qu'à sa perception par le spectateur. L'éclairage a une forte influence sur la perception que nous avons des choses, des lieux et des êtres.

L'éclairage est caractérisé par son intensité, son angularité (sa direction) et sa dominante colorée (ou qualité).

L'éclairage peut résulter d'une ou plusieurs **sources lumineuses** ; il est naturel, artificiel (flash, lampes, projecteurs...) ou composite. Un éclairage composite permet par exemple d'opposer des tons froids foncés (éclairage à la lueur des étoiles) et des tons chauds clairs (éclairage violent d'un réverbère). On distingue également l'éclairage diurne (de jour) de l'éclairage du soir (feu, bougie, lampe) ou nocturne (de nuit : étoiles, lune, lampadaires).

La première variable importante est l'**intensité de la lumière**.

Lumière directe : si la source lumineuse éclaire directement le sujet représenté, il apparaît contrasté. Il s'agit d'un éclairage modelant qui distingue nettement les zones d'ombres et de lumière. Les plans et les surfaces éclairés jouent, au niveau perceptif, un rôle attractif instantané tandis que les ombres ont un caractère plus répulsif. Le regard est ainsi guidé par ces relations et passe généralement du clair au sombre. Les contrastes chromatiques sont aussi marqués : les couleurs sont plus violentes (saturées) dans les zones éclairées, et quasi inexistantes dans les zones d'ombre.

Clair-obscur : le *chiaroscuro* est, dans son sens premier, l'effet de contraste produit par les lumières et les ombres dans la représentation picturale. Généralement, le terme clair-obscur est utilisé par les photographes pour décrire un ensemble de lumières et d'ombres douces, fondues et nuancées, plutôt que des contrastes violents aux effets dramatiques. Le *chiaroscuro* joue un rôle important dans le rendu de la troisième dimension : le modelé, le volume des objets, le relief et la profondeur de l'espace.

Lumière diffuse : l'éclairage indirect estompe les reliefs et efface les ombres ; il en résulte une représentation plus plate de l'objet photographié et une homogénéité ou uniformité des zones colorées. Dans la nature, l'éclairage diffus est dû à un ciel voilé par une brume ou une couche nuageuse (le soleil est réfracté par les gouttelettes d'eau en suspension dans l'air). C'est le cas d'un paysage hivernal (neige, brouillard...) ou d'un portrait en à-plat, sans ombres portées. En studio, on utilise des écrans diffuseurs de lumière devant les sources artificielles.



Josef Koudelka, France, 1975

La lumière et l'éclairage (suite)

La seconde variable est la direction de la lumière ou l'**angularité de l'éclairage**, l'angle formé entre un rayon émis par la source de lumière et le rayon visuel principal dirigé vers le sujet représenté. La direction peut varier selon les plans horizontaux et verticaux.

Lumière frontale : la source est placée dans le dos du photographe, derrière l'objectif de prise de vue ; le sujet éclairé de face est représenté sans effet dramatique, cela crée une impression de réalisme, d'objectivité de la représentation.

Lumière de trois quarts : la source lumineuse forme un angle avec le rayon visuel principal. La mise en valeur des volumes augmente pour atteindre un effet maximum si l'angle est de 45°.

Eclairage de profil : la source de lumière étant latérale, les contrastes entre les parties gauche et droite du sujet sont importants, dramatisant certains reliefs et en effaçant d'autres dans l'ombre.

Contre-jour : la source de lumière est située derrière le sujet et forme un angle de 140° ou plus avec le rayon visuel principal. Les zones d'ombres sont considérables, les objets du premier plan sont détachés du fond, comme auréolés. Les surfaces éclairées par une lumière rasante révèlent leur texture (grain de la peau, aspérités d'un mur, structure d'un tissu).

Contre-jour total : la source de lumière est située derrière le sujet qui se détache du fond, auréolé d'un liseré plus net encore que dans le contre-jour partiel. Aucun détail du sujet n'est perceptible, il apparaît sombre comme une ombre chinoise (effet de silhouette).

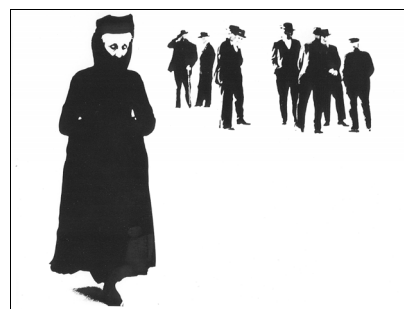
Un éclairage en plongée, surélevé par rapport au sujet représenté, donne à ce dernier un certain volume, des ombres apparaissent.

Un éclairage en contre-plongée, lorsque la source est placée en dessous du sujet, a un effet antisolaire souvent fantastique ou expressionniste, dramatique ; il est d'ailleurs très utilisé au théâtre.

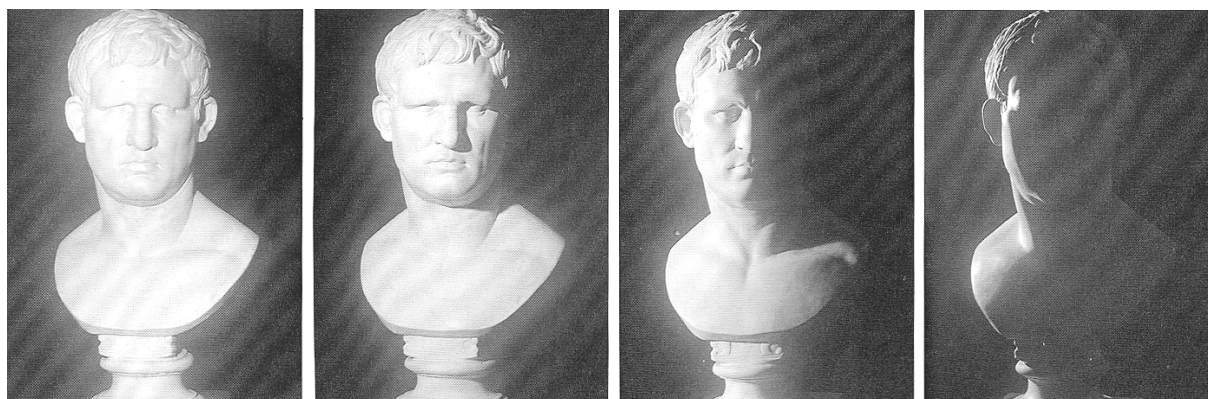
Les éclairages obliques complexes sont courants et il en existe de nombreuses variantes : éclairage de trois quarts en plongée, contre-jour partiel avec source lumineuse en contre-plongée...



Alexandre Rodtchenko, L'escalier, vers 1930



Mario Giacomelli, Scanno, 1957-59



Les couleurs

La troisième variable de la lumière est la dominante colorée ou qualité chromatique de l'éclairage.

La décomposition de la lumière blanche à l'aide d'un prisme permet d'obtenir un continuum de couleurs dit **spectre chromatique** où le scientifique anglais Isaac Newton (1642-1727) a distingué les sept couleurs de l'arc-en-ciel :

rouge, orange, jaune, vert, bleu, indigo, violet ; la longueur d'onde des couleurs visibles se situe donc du violet (430 à 390 micromètres) au rouge (800 à 650 micromètres).

Le **principe de la trichromie** est la possibilité de produire toutes les couleurs en n'utilisant que trois couleurs primaires (voir schémas explicatifs page suivante).

Le scientifique anglais Thomas Young (1773-1829) a démontré que les trois couleurs fondamentales dites couleurs-lumières primaires sont le rouge, le vert et le bleu. Le mélange de ces trois lumières colorées (des projecteurs munis de filtres RVB par exemple) produit une lumière blanche. Dans ce cas on parle de **synthèse additive**. Ainsi une surface blanche réfléchit toutes les longueurs d'onde de la lumière, donc toutes les couleurs.

En peinture et en imprimerie, par contre, les couleurs-pigments primaires sont le jaune, le magenta (rose fuchsia) et le cyan (bleu turquoise). Le mélange de ces trois couleurs produit le noir par soustraction (une surface noire absorbe la lumière, donc toutes les couleurs). Il s'agit de la **synthèse soustractive**.

Mis à part les **contrastes** chromatiques clair/obscur entre couleurs pâles et couleurs intenses, il est possible aussi de jouer sur les contrastes entre couleurs froides (proches du cyan : vert, bleu, bleu-violet) et les couleurs chaudes (proches du magenta : jaune, orange, rouge, rouge-violet). La juxtaposition de deux complémentaires produit un fort "contraste simultané" (dans l'image ci-dessous, la tache rouge sang du bandage contraste fortement avec l'environnement brun verdâtre des uniformes militaires couverts de boue).



Larry Burrows, Sud de la zone démilitarisée, Viêt-Nam sud, 1966

Les couleurs : synthèse additive (lumières colorées, rayons visuels)

Alors que le blanc réfléchit (renvoie vers l'œil) toutes les couleurs-lumières, le noir absorbe toutes les couleurs.

Les couleurs-lumières 1° : vert, rouge orangé, bleu-violet.

Les couleurs-lumières 2° : jaune, cyan, magenta

Le mélange additif de deux couleurs 1° a pour résultat une couleur 2° (intersection de deux cercles) :

vert + rouge = jaune

vert + violet = cyan

rouge + violet = magenta

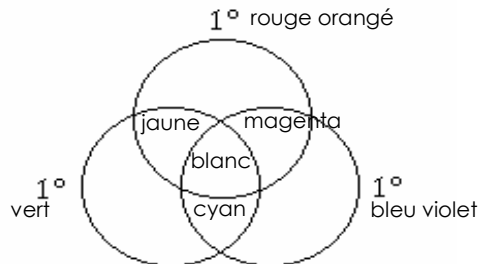
L'addition des trois couleurs-lumières 1° (ou des trois couleurs 2°) a pour résultat le blanc.

Les couples complémentaires, qui forment le blanc par addition, sont les mêmes qu'en peinture :

jaune et violet

cyan et rouge

magenta et vert.



Un objet rouge absorbe toutes les couleurs sauf le rouge qu'il réfléchit.

Un objet jaune absorbe sa complémentaire, le violet, et réfléchit le vert et le rouge ; par addition, le vert et le rouge forment le jaune pour l'œil.

De même, les filtres réfléchissent la couleur qui leur est propre et laissent passer toutes les autres. Si le filtre est violet, l'image est jaune (sa complémentaire), si le filtre est vert, l'image est magenta et si le filtre est rouge, l'image est cyan. C'est le principe des filtres de sélection utilisés en photographie (la gomme bichromatée quadrichrome, le procédé Fresson).

Les couleurs : synthèse soustractive (pigments de peinture, encres d'imprimerie)

Alors que le blanc est caractérisé par l'absence de couleurs-pigments, le noir est le mélange soustractif de toutes les couleurs-pigments.

Les couleurs-pigments 1° : jaune, cyan, magenta.

Les couleurs-pigments 2° : bleu-violet, rouge orangé, vert.

Le mélange soustractif de deux couleurs 1° a pour résultat une couleur 2° (intersection de deux cercles) :

jaune + cyan = vert

cyan + magenta = violet

magenta + jaune = rouge orangé

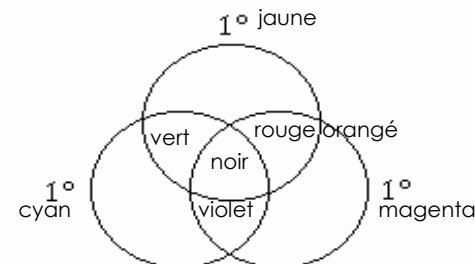
Le mélange par soustraction des trois couleurs 1° (ou des trois couleurs 2°) produit le noir.

Les couples complémentaires (1° + 2°), qui mélangés forment le noir, sont :

jaune et violet

cyan et rouge

magenta et vert.



Les pigments cyan et jaune qui composent le vert se comportent comme deux filtres superposés : ils absorbent toutes les couleurs-lumières sauf le vert, qui est réfléchi vers l'œil. Plus précisément, le pigment cyan absorbe la lumière rouge orangé (sa couleur complémentaire) et il réfléchit le vert et le violet ; ces deux couleurs-lumières forment le cyan pour l'œil. Le pigment jaune, quant à lui, absorbe le violet et réfléchit le vert et le rouge ; ces couleurs-lumières forment donc le jaune pour l'œil. Le vert est la seule couleur-lumière que les pigments cyan et jaune réfléchissent tous deux, une fois qu'ils sont mélangés par soustraction.

LES RELATIONS ENTRE SIGNES PLASTIQUES ET SIGNES ICONIQUES D'UNE IMAGE

" Il est évident que l'interaction mise en place entre les éléments plastiques et les éléments iconiques de l'image est déterminante dans la production de la signification globale du message visuel. Cette interaction est circulaire et passe du plastique à l'iconique, ou inversement, de manière telle que nos attentes, elles-mêmes déterminées par le contrat communicationnel (on est dans la publicité, ou dans « l'art », ou dans « l'information », etc.), sont confortées ou, au contraire, surprises. Toutes sortes de variations peuvent intervenir d'un pôle à l'autre, mais c'est au spectateur qu'il revient de relativiser son interprétation à partir de ces données.

Nous proposons, quant à nous, de distinguer trois grands types de rapports autour desquels se distribueront toutes les variantes possibles : des rapports de *congruence*, d'*opposition* ou de *prédominance*.

Lorsque la signification des signes plastiques complète ou s'harmonise avec celle des signes iconiques, il nous semble plus juste de spécifier qu'ils sont *congruent* que redondants, comme on a l'habitude de le dire. [...]

Au contraire, on peut trouver des relations d'*opposition* entre les différents types de signes, qui pourront faire jouer, à partir d'une certaine surprise du spectateur, une dilatation ou une prolifération de la signification globale du message. [...]

Le troisième type (simplifié) de rapport entre les deux catégories de signes peut être un rapport de *prédominance* du plastique sur l'iconique ou inversement. Il est très fréquent que l'iconique l'emporte sur le plastique, ou tout au moins qu'on en ait l'impression. Bien entendu, là encore, tout dépend du « contrat » implicite de communication, mais dans la publicité ou la photo de presse, par exemple, il nous semble que les motifs et les figures prennent le pas sur la composition ou le jeu des contrastes. Ce que nous comprenons semble directement provoqué par le sujet représenté : personnages, paysages, objets, etc. Mais bien souvent, à y regarder de plus près, on s'aperçoit que certaines données plastiques président à l'interprétation.

[...]

Ce sur quoi nous voulons donc insister, c'est sur la puissance significative des outils plastiques, souvent plus déterminante dans la production du sens global de l'image que l'iconique sur lequel on a tendance à polariser son attention. Plastique et iconique entretiennent une relation de *circularité* dont l'analyse est indispensable pour comprendre le processus de signification du message visuel et en décrypter les subtilités. Toutefois, l'iconique et le plastique n'interagissent pas seulement entre eux, mais aussi avec le linguistique dont la présence dans les messages visuels est, nous l'avons vu, quasi permanente."

JOLY, Martine, *L'image et les signes. Approche sémiologique de l'image fixe*, Paris, Nathan, coll. fac. image, 1994, pages 124-126

La « tentation iconique »

" Nous avons voulu insister sur l'aspect plastique des messages visuels comme inducteur de signification et d'interprétation beaucoup plus puissant que l'on veut bien le reconnaître et que veut bien le faire admettre la tentation iconique dont nous sommes les victimes consentantes. Nous appelons « tentation iconique » ce besoin que nous avons, dès que nous sommes devant un message visuel, de chercher à « reconnaître » des « objets du monde ». Nous « sautons » immédiatement dans le contenu iconique du message, oubliant le plan de son expression [les signifiants iconiques], ainsi que les dimensions plastiques du message, pour pouvoir dire « c'est ceci ou c'est cela », et avoir ainsi l'impression de « comprendre » l'image.

En effet, plus l'image s'éloigne de sa « vocation » iconique ou figurative, plus elle suscite l'agacement et l'incompréhension. On se rappelle le scandale que fut, au début du [20^e] siècle, l'apparition de la peinture abstraite. Une peinture exhibant ses propres outils plastiques, travaillant précisément les couleurs, leurs agencements possibles, les formes ou encore la texture des matériaux choisis, déroutait un public habitué à la représentation figurative : ce n'était plus de l'art ! "

JOLY, Martine, *L'image et les signes*, op. cit., p.132

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Analyse de l'image et sémiologie visuelle : ouvrages de base

AUMONT, Jacques, *L'image*, Paris, Nathan, coll. fac. cinéma, 1990

CADET, Christine, CHARLES, René, GALUS, Jean-Luc, *La communication par l'image*, Paris, Nathan, coll. Repères pratiques, 1990

FOZZA, Jean-Claude, GARAT, Anne-Marie, PARFAIT, Françoise, *Petite fabrique de l'image. Parcours théorique & thématique*, Paris, Magnard, 1988

JOLY, Martine, *Introduction à l'analyse de l'image*, Paris, Nathan, 1993

JOLY, Martine, *L'image et les signes. Approche sémiologique de l'image fixe*, Paris, Nathan, coll. fac. image, 1994

JOLY, Martine, *L'image et son interprétation*, Paris, Nathan, coll. Nathan Cinéma, 2002

L'image dans notre culture (approches historique, anthropologique, sociologique, médiologique)

BARBOZA, Pierre, *Du photographique au numérique. La parenthèse indicielle dans l'histoire des images*, Paris, L'Harmattan, coll. Champs Visuels, 1996

BELTING, Hans, *Pour une anthropologie des images*, Paris, Gallimard, coll. Le temps des images, 2004 / 2001

COUCHOT, Edmond, *La technologie dans l'art. De la photographie à la réalité virtuelle*, Nîmes, Jacqueline Chambon, coll. Rayon Photo, 1998

DEBRAY, Régis, *Vie et mort de l'image. Une histoire du regard en Occident*, Paris, Folio, coll. essais, 1992

Derrière les images, GONSETH, Marc-Olivier, HAINARD, Jacques, KAEHR, Roland, éd., Neuchâtel, MEN Musée d'ethnographie, 1998

GERVEREAU, Laurent, *Les images qui mentent. Histoire du visuel au XXe siècle*, Paris, Seuil, 2000, réédité en poche : *Histoire du visuel au XXe siècle*, Paris, Seuil, coll. Points Histoire, 2003

LAVAUD, Laurent, éd., *L'image. Textes choisis et présentés par Laurent Lavaud*, Paris, Flammarion, coll. Corpus, 1999

MCLUHAN, Marshall, *La Galaxie Gutenberg face à l'ère électronique. Les civilisations de l'âge oral à l'imprimerie*, Paris, Mame, 1967 / 1962

MCLUHAN, Marshall, *Pour comprendre les médias. Les prolongements technologiques de l'homme*, Paris, Seuil, coll. Points Civilisation, 1977 / 1964

"Le monde de l'image", *Sciences Humaines*, hors-série, n°43, déc. 2003-janvier-février 2004

MONDZAIN, Marie-José, *Image, icône, économie. Les sources byzantines de l'imaginaire contemporain*, Paris, coll. L'ordre philosophique Seuil, 1996

TISSERON, Serge, *Les bienfaits des images*, Paris, Odile Jacob, 2002

VIRILIO, Paul, *La machine de vision*, Paris, Galilée, coll. l'espace critique, 1988



Denis Roche, 20 avril 1979, Paris