

## Histoire visuelle

André Gunthert

---



### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/annuaire-ehess/20426>

ISSN : 2431-8698

### Éditeur

EHESS - École des hautes études en sciences sociales

### Édition imprimée

Date de publication : 1 janvier 2011

Pagination : 133-136

ISSN : 0398-2025

### Référence électronique

André Gunthert, « Histoire visuelle », *Annuaire de l'EHESS* [En ligne], | 2011, mis en ligne le 15 juin 2015, consulté le 02 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/annuaire-ehess/20426>

---

Ce document a été généré automatiquement le 2 mai 2019.

EHESS

---

# Histoire visuelle

André Gunthert

---

André Gunthert, *maître de conférences*

## 1. Recherches en histoire visuelle

- 1 LES travaux de cette année ont permis de boucler la première étape de l'enquête ouverte en 2005 pour établir les principaux points de repères de la transition numérique du médium photographique.
- 2 L'installation des technologies participatives du web 2.0 a été accompagnée par un discours à dimension utopique annonçant une remise en cause des hiérarchies de l'autorité (*top/down vs bottom/up*), des logiques de la distribution commerciale (la « longue traîne ») ou de l'économie des industries culturelles (*user generated content*). Grâce aux outils de réalisation numérique et à la capacité de diffusion universelle offerte par le web, les amateurs ont été décrits comme susceptibles de concurrencer – voire de supplanter – les contenus professionnels.
- 3 Pourtant, même si les nouvelles possibilités techniques ont bien permis de doper la production amateur, celle-ci n'a jamais constitué une alternative à l'offre industrielle. Toutes les analyses des plates-formes de partage ont conclu que le postage de contenus originaux constituait une proportion faible de l'ensemble de la participation. Les exemples de contenus amateurs ayant accédé à une notoriété comparable à celle des productions industrielles via internet restent rares et semblent désormais décroître. Les industries culturelles traditionnelles, peu présentes sur le web au début des années 2000, ont rattrapé leur retard et ont investi l'outil numérique, en proposant une offre abondante de contenus diversifiés.
- 4 Ce constat impose de modifier l'hypothèse qui cantonnait à l'offre de contenus l'analyse des évolutions du champ, au profit d'une observation centrée sur l'évolution de la demande. Les outils numériques ont modifié les pratiques de consultation des contenus culturels, soit l'ensemble des comportements de recherche, de consommation et

d'archivage des contenus sur Internet, qui remodèle en profondeur notre rapport au loisir culturel. S'il y a bien un nouveau partage du marché de l'attention, celui-ci apparaît moins déterminé par la concurrence des contenus autoproduits que par l'apprentissage et la gestion par le public du nouveau paradigme de l'abondance, dont le modèle est celui de la consultation encyclopédique.

- 5 Un autre apport majeur des travaux de l'année 2009-2010 a été de dégager la notion d'indexabilité comme facteur primordial des évolutions économiques du secteur. Depuis 2005, le Lhivic a consacré de nombreux travaux aux problèmes de l'indexation des contenus en ligne ou de l'évolution des archives visuelles. Cette expertise, combinée à l'intervention décisive de Matthias Bruhn ainsi qu'aux avancées des contributions au colloque « Nouvelles perspectives pour les photographes professionnels » (École Louis-Lumière, 29-30 mars 2010) a fait apparaître une nouvelle vision du champ photographique, sous l'angle de l'information associée à l'image.
- 6 Sur le modèle de l'histoire de l'art, la description des pratiques photographiques s'est toujours concentrée sur la production des images. Elle a laissé dans l'ombre le ressort essentiel de son économie, que Matthias Bruhn identifie comme une économie de services. Depuis la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, les raisons de la prospérité des agences tiennent moins à la qualité des images qu'à la rapidité et à la fiabilité du service, aux avantages économiques de l'achat groupé ou à la sécurité juridique que garantit la prestation.
- 7 Cette description du champ permet de comprendre que c'est l'indexabilité nouvelle de la photographie numérique (autrement dit la capacité d'archiver et de traiter les images par l'intermédiaire de bases de données numériques) qui a été le principal facteur de déstabilisation de l'économie des images. Si l'on admet que ce qui a de la valeur n'est pas la photo, mais l'information qui lui est associée, on comprend que la première cause de l'évaporation de la valeur des images a été la pression concurrentielle sur les coûts de gestion de cette information.
- 8 La transformation des fichiers manuels en bases de données numériques, dès les années 1990, a permis de réaliser des gains substantiels dans la gestion des contenus, ouvrant la voie aux banques d'images low-cost. L'étape suivante marque l'abandon de l'édition traditionnelle des images, basée sur l'intelligence humaine et les compétences spécialisées. L'indexation devient entièrement automatique (Google Images, 2001) ou bien réalisée par les usagers (Flickr, 2004). Dans les deux cas, la gestion gratuite de la recherche, qui s'avère d'une redoutable efficacité, menace directement les entreprises qui avaient construit leur valeur sur l'expertise. C'est parce que l'économie des images s'est d'abord conçue comme une économie de services que la numérisation, sous les espèces de l'indexabilité, y a produit autant de dégâts.

## 2. Mythes, Images, monstres

- 9 Le séminaire "Mythes, images, monstres" s'est donné pour objet l'analyse des usages visuels de la culture populaire occidentale contemporaine. Selon les principes mis en œuvre par Roland Barthes dans *Mythologies* (1957), toutes les productions des industries culturelles sont placées sur un pied d'égalité, sans distinction entre fiction et information, au titre d'œuvres à caractère narratif, ou récits, en concurrence sur les marchés du loisir et de l'attention.

- 10 Dans ce cadre, l'usage principal des images apparaît comme celui de support de récit. En régime culturel, l'image n'est jamais seule : elle accompagne le plus souvent un énoncé, présent ou implicite, qui justifie son usage. Comme tous les produits des industries culturelles, l'image est un objet édité, autrement dit le résultat visible d'un processus élaboré dont l'éditeur est le principal acteur. Au lieu de se restreindre à la seule prise en compte des caractères formels de l'image, l'analyse doit par conséquent porter sur le dispositif dans son ensemble (qui inclut notamment la nature du support, le contexte d'énonciation ou les indications d'échelle).
- 11 Le cadre théorique qui permet d'analyser la majorité des usages de l'image en régime culturel est celui du rapport illustratif, qui peut être caractérisé par l'existence d'une intention narrative et la création d'un rapport signifiant entre un énoncé et une image.
- 12 Tout en rappelant le poids du rôle pédagogique dans l'essor des produits éditoriaux illustrés, l'analyse de l'imagerie des dinosaures, de 1852 à nos jours, a permis de mettre en évidence l'importance de la fonction de figuration dans les usages culturels de l'image. Censé véhiculer une information objective, le « réalisme » de la représentation vise à renforcer l'illusion de neutralité de la proposition visuelle. En l'absence du représenté, l'image a la capacité de fournir une information suffisamment dense pour faire croire à l'existence d'une nouvelle réalité.
- 13 S'en tenir à l'analyse des productions isolées n'est pas suffisant. Le système des industries culturelles est caractérisé par une forte propension à la répétition ou à la reprise des récits, pour des raisons d'opportunité économique. La vitalité des récits est perçue comme un indicateur de leur pertinence symbolique. L'analyse de la mythologie de la conquête spatiale au début des années 1950 ou celle de l'illustration de Rudolf Zallinger « La marche du progrès » (1965) ont permis d'observer les effets historiques de cette répétition, qui produit une objectivation des récits. Leur circulation intermédiaire fait progressivement oublier leur caractère d'oeuvre créée et leur confère une valeur de généralité, les faisant accéder au rang de métarécits (Lyotard). L'objectivation ainsi réalisée favorise l'appropriation collective.
- 14 En dépit de la fiction de la rationalité occidentale, le paysage que dessine une histoire des usages culturels de l'image montre que la croyance mythologique y occupe une place semblable à celle des sociétés dites traditionnelles. Comme la culture chrétienne médiévale, les industries culturelles choisissent l'image pour s'adresser au plus grand nombre. Comme elle, elles s'appuient sur la fonction figurative pour favoriser une objectivation des récits. Comme elle, elles font de l'imaginaire le moteur d'une société.

## Publications

- « L'image partagée. Comment Internet a changé l'économie des images », *Études photographiques*, n° 24, novembre 2009, p. 182-209.
- « Tous journalistes ? Les attentats de Londres ou l'intrusion des amateurs », dans *Photo de presse. Usages et pratiques*, sous la dir. de Gianni Haver, Lausanne, éd. Antipodes, 2009, p. 215-225.
- « La photographie est-elle encore moderne ? », *Cahier Louis-Lumière*, n° 7, Nouvelles Perspectives pour les photographes professionnels (actes coll.), juin 2010, p. 60-65 (en ligne : <http://culturevisuelle.org/icones/500>).
- « Métamorphoses de l'évolution. Le récit d'une image », *Culture Visuelle*, 8 décembre 2009 (<http://culturevisuelle.org/icones/207>).

- « La Lune est pour demain. La promesse des images », dans *La Performance des images*, sous la dir. d'Alain Dierkens, Gil Bartholeyns, Thomas Golsenne, Éditions de l'université de Bruxelles, 2010, p. 169-178.
  - « L'illustration, ou comment faire de la photographie un signe », *Culture Visuelle*, 12 octobre 2010 (<http://culturevisuelle.Org/icones/1147>).
- 

## INDEX

**Thèmes** : Histoire, Problèmes généraux