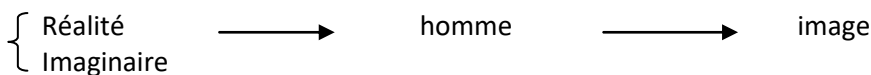


Analyse critique de l'image de presse

L'IMAGE DE PRESSE = INFORMATION, ENONCIATION, REDUCTION OU MANIPULATION DU REEL ?

Une image est issue d'une p° humaine, c'est donc une **construction subjective** car sa réalisation nécessite des **choix**, et s'inscrit dans un contexte social, culturel, politique, historique.... elle perd souvent (en partie ou en totalité) son sens, sortie de ce contexte ; elle est un signe elle transmet donc un message, une information qui ne prennent leur sens que par rapport à la légende ou le commentaire.

- Les images sont de nature et de fonction multiple, elles sont le résultat d'une **création, production de humaine**, elles ont pour objectif **d'envoyer un message**, c'est une « forme » de **langage**.



- les images de presse

L'image de presse doit faire passer un message essentiel, elle doit être **lisible** et **informative**, donner une info complémentaire aux infos texte ou l'illustrer elle doit aussi accrocher le lecteur ou le téléspectateur. (Accrocher, informer, illustrer)

Mais la concurrence entre les médias, la nécessité de garder et fidéliser les téléspectateurs (/pub...) incitent les chaînes à la recherche du sensationnel, du scoop, (on joue plus sur les émotions, le pathos..) que sur la raison, l'intelligence.

Aujourd'hui on ne peut penser l'info du JT sans image, donc même lorsqu'il n'y en a pas il faut en trouver, mais de quelles images s'agit-il ? Sur quelle rhétorique s'appuient-elles ? (Ensemble des procédés qu'un orateur utilise pour persuader convaincre)

"Les images médiatiques aimeraient se montrer sans intention, ni convention comme si elles énonçaient le réel, hors ce n'est pas le cas.

L'image médiatique est une réduction du réel, elle est issue d'un choix iconiques, linguistiques typographiques... mais la façon dont est fait ce choix nous est caché alors que ce choix repose sur des valeurs, des représentations, des croyances, des symboles"

Frédéric

Lambert sémiologue

D'autant qu'entre le journaliste photographe et la photo dans le journal ou le reportage TV il y a eu le monteur ou le secrétaire de rédaction qui ont pu modifier par les « cut » ou le formatage.

LES FONCTIONS DE LA PHOTOGRAPHIE DE PRESSE

- **Faire vendre** : Une ou couverture de magazine avec les " quatre A " des titres : Argent, affectif, agression, anecdote
- **Inform** : attester qu'un événement a eu lieu
- **Illustrer un article** : fonction de documentation, de description
- **Argumenter** : transmettre un message
- **Intriguer** ou frapper l'imagination
- Témoigner d'une **recherche esthétique**.

Les statuts de la photo de presse

Icône, indice, symbole

Une icône est un signe qui se réfère à l'objet qu'il dénote, (Indiquer, révéler) Analogie, similitude, ressemblance avec la réalité : image de synthèse, infographie, pictogrammes (ex : *la photo d'Hocine qui a photographié la femme algérienne qui pleure ses enfants : icône de la souffrance humaine, allégorie*)

Un indice est un signe qui renvoie à un objet qui l'affecte mais dont il n'est pas la réplique ; il suggère des rapports de cause à effet : la fumée d'une cheminée indiquant l'existence d'un feu, les empreintes de pas révélant la présence de quelqu'un, la buée sur un verre de bière suggérant la fraîcheur.
Relation de contiguïté physique avec la réalité ou empreinte ou ombre.. (les défilés de grévistes, les rues dévastées après un ouragan, les traces de pneu...)

Un symbole est un signe qui renvoie à un objet par association d'idées ; il est interprété comme se référant à l'objet : le vert pour la « protection de l'environnement », la balance pour la justice, la croix pour le christianisme, l'étoile pour le judaïsme, le croissant pour l'islam *la colombe pour la paix...*
Relation de convention qui donne à l'image une signification souvent de l'ordre de l'abstraction, renvoie à un concept, à une allégorie.

LES ETAPES DE L'ANALYSE DE LA PHOTO DE PRESSE

1) Analyse figurative, dénotation

- Les lieux, le décor..
- Les objets
- Les personnages

La reconnaissance suppose le plus souvent de faire appel à des **codes**, des référents socioculturels

On pourra regrouper les motifs selon qu'ils se rapportent au décor, aux objets ou aux personnages.

L'interprétation a recours aux codes de l'inconscient personnel et collectif et aux codes du domaine socioculturel :

- codes de reconnaissance de l'identité (noms, vêtements, mode, insignes) ;
- codes de reconnaissance des lieux ou des objets ;
- codes des relations inter-individuelles (gestes, attitudes, distances, nourriture, regards) ;
- codes des manifestations collectives (mythes, religions, cérémonies, jeux, sports, travaux).

On rappellera que dans une image le composant vivant domine le composant inanimé ; placée à gauche une personne domine l'image, à droite elle devient un élément secondaire.

2) Analyse du message plastique (Les signifiants plastiques renvoient aux choix de l'auteur technique de prise de vue...)

- cadre / hors-cadre
- champ / hors-champ
- l'échelle des plans
- angle de prise de vue

3) Interprétation (Analyse rhétorique, symbolique (connotation))

- Les effets de réel
- Les reconnaissances culturelles
- La rhétorique
- La symbolique

4) L'importance la légende et du crédit photo

LE CADRE

C'est l'espace dans lequel on donne l'image à regarder. Dans notre civilisation occidentale, et ce depuis la Renaissance, ce cadre est pensé comme une fenêtre par laquelle le monde est donné à voir. Ce cadre est donc majoritairement rectangulaire, horizontal ou vertical. Le cadre horizontal est considéré comme synonyme de calme, de distance alors que le cadre vertical se situe plutôt du côté de la proximité et de l'action.

CADRE / HORS-CADRE

Nous l'avons dit, l'espace de l'image est donné à voir dans ce cadre. L'espace autour de ce cadre est appelé hors cadre et il participe à la construction de sens de l'image. Ce hors cadre peut être de plusieurs types :

- Le support même de l'image (type de papier, support d'affichage, ...)
- Le texte accompagnant l'image (légende, commentaires, article, ...)
- Une autre image qui associée à la première en modifie le sens

Imaginons une photo de citrouille ! A cette photo, on peut associer : la photo d'un pot de crème fraîche - la photo d'une Rolls Royce - Le mot Cendrillon - Dans chacun de ces cas l'image sera lue différemment.

On peut démarrer un travail en classe sur l'analyse de l'image par cette réflexion sur la relation entre cadre et hors-cadre. Changer le sens d'une image en y associant une légende, mettre deux images côte à côte qui vont fonctionner en opposition ou en association sont deux activités simples à mettre en œuvre (des journaux à découper, des ciseaux, de la colle et du papier) qui posent bien la complexité du fonctionnement sémantique de l'image.

CHAMP / HORS-CHAMP

Le champ est l'espace du " réel " choisi par le cadreur. L'espace environnant mais non vu dans l'image est appelé hors-champ. Cet espace que divers indices peuvent nous aider à construire mentalement (regard, son...) se mêle à l'image vue pour produire du sens.

L'ECHELLE DES PLANS

Du plan général au très gros plan, le cadrage des sujets est déterminé par rapport à une échelle des plans. Cette échelle purement descriptive, permet de se donner un référent commun pour parler d'une même image. Elle a été établie en prenant pour référence l'échelle humaine.

- + Plan général (PG) : paysage
- + Plan d'ensemble (PE) : le personnage dans son environnement
- + Plan moyen (PM) : le personnage en pied
- + Plan américain (PA) : le personnage coupé entre le genou et la taille
- + Plan rapproché (PR) : le personnage coupé entre la taille et la poitrine
- + Gros plan (GP) : visage
- + Très gros plan (TGP) : détail du visage

On rappellera que dans une image le composant vivant domine le composant inanimé ; placée à gauche une personne domine l'image, à droite elle devient un élément secondaire

ANGLE DE PRISE DE VUE

La position de l'appareil de prise de vue par rapport au sujet est également inductrice de sens.

- Une **prise de vue de niveau** sera synonyme d'objectivité (équivalente au regard du spectateur). prise à témoin (effet de réel)
- En **plongée** (l'appareil placé au-dessus), le sujet sera écrasé ou cette prise de vue peut donner l'impression d'être omniscient (dieu)
- En **contre plongée** (appareil placé en dessous). le sujet prendra plus d'importance grandit les personnages !

cf ci-joint !



prise de vue de niveau



En contre plongée



En plongée

4) L'IMPORTANCE LA LEGENDE ET DU CREDIT PHOTO

http://www.cleml.org/fr/ressources_pour_la_classe/fiches-pedagogiques/bdd/fiche_id/60



- Une photo d'information doit être **légendée** pour donner tout son sens : où, quand, qui quoi.... très souvent les légendes sont aussi des éditoriaux !!
 - ✓ légendes descriptives ;
 - ✓ légendes interprétatives ;
 - ✓ légendes informatives.



- Le **crédit photo** doit être mentionné c'est à dire l'auteur de la photo qui reçoit des droits d'auteur . Mais la légende DR est de plus fréquente !

Le **DR** a été inventé parce que l'absence de crédit est un délit

La mention DR signifie droits réservés, et elle a été imaginée au départ pour publier des photos à valeur historique, après la guerre, photos dont l'auteur était inconnu et possiblement décédé. Mais aujourd'hui les pages des journaux en tous genres voient fleurir les mentions DR en lieu et place du nom de photographes bien vivants, et souvent faciles à retrouver.

Le DR, lorsqu'il est utilisé conformément aux intentions du législateur, permet de publier des œuvres orphelines. La mention signifie clairement que son utilisateur, éditeur, agence de publicité ou autre, met en réserve le montant supposé des droits d'auteur au cas où l'auteur se manifeste et établit sa paternité sur l'œuvre.

Ainsi, à l'origine, le DR protégeait les photographes, tout en facilitant le droit d'informer.

GRILLE D'ANALYSE D'UNE PHOTO DE PRESSE

PHOTO DECONTEXTUALISEE

- Références de la photo

Crédit photo :

- Scène représentée

Qui sont les personnages ? Sexe, âge, milieu social, nationalité, personnes connues (politique, cinéma...)
Quelle est la mise en scène ? : Actions, lieux, objets...

- procédés photographiques

Comment la scène est-elle représentée ? Par quels procédés photographiques?

- échelle de plan
- angle de prise de vue
- dans quel cadre (cadre - hors cadre)
- peut-on imaginer le hors-champ ??

- Sens et fonction de la photo

Simple illustration ?

Photo prétexte ?

Photo informative ?

Photo allégorique

Photo symbolique

Quel est selon vous le sens de cette photo, quel message ?

A quelle actualité fait-elle selon vous référence ?

PHOTO RECONTEXTUALISEE

Nom du journal

Date

Page

Quelle actualité illustre-t-elle ?

Résumer en quelques lignes l'info grâce à l'article lié (message essentiel - 5 W)

Quel est le rôle de cette photo : attirer le lecteur, illustrer, apporter une information supplémentaire, critiquer, mettre en perspective donner l'opinion du photographe..

Faire un commentaire critique et personnel de la photo

SOURCES :

<http://www.decryptimages.net/index.php>

<http://pedagene.creteil.iufm.fr/ressources/image/>

<https://www.franceinter.fr/culture/un-jour-une-photo>

<http://www.le-bal.fr/2015/10/limage-en-partage>

De vraies photos mais de fausses légendes!!



Ici, une photo présentée comme montrant un enfant victime de la guerre dans l'est de l'Ukraine.

Même si des enfants
victimes cette la guerre
il y en a eu beaucoup !!



En la passant dans Google Images, on s'aperçoit que cette photo a déjà été publiée en 2010, avant le début de la crise ukrainienne, et qu'elle a été présentée dans le cadre d'un concours de photos... en Australie.

Vérification :

Pour repérer qu'une photo est plus ancienne que sa légende, le premier réflexe est de la passer dans **Google image** ou **TinEye**, des outils qui détectent les occurrences de publication antérieures

Cet outil est utile, mais attention, il ne résoudra pas tous vos problèmes. Des photos lui échappent et le fait que Google ne retrouve pas une image n'est pas la preuve irréfutable qu'elle n'a pas jamais été publiée sur Internet. Même le géant américain ne voit pas tout

L'analyse d'image

Là encore, pas de recette miracle. Il suffit d'exercer son regard à repérer les détails incohérents dans une image, et se poser les bonnes questions. Quelques exemples.



Cette image a été diffusée par erreur dans un JT de France 2. La scène était présentée comme se déroulant en Iran, en décembre 2009. Cette photo est intéressante car elle offre plusieurs détails permettant de la vérifier. Les boucliers de la police iranienne sont-ils de cette couleur ? Les trottoirs de Téhéran peints en jaune ? Les jeunes Iraniens habillés de cette façon ?

La photo avait en réalité été prise au Honduras. Et le moyen le plus sûr de savoir qu'elle était mal légendée était de la montrer à un Iranien : lui peut vous dire qu'à Téhéran en décembre, il fait froid, et qu'on ne s'y promène pas en tee-shirt.

<http://observers.france24.com/fr/20151106-comment-verifier-images-reseaux-sociaux>



<http://www.cddp95.ac-versailles.fr/IMG/pdf/ImagesPresse-web.pdf>

© Yuri Kozyrev (Russie) / NOOR, 2006

27 avril 2006, Ramadi, Irak. Des soldats du 3^e bataillon du 8^e régiment des Marines (compagnie Kilo) inspectent les rues et les bâtiments environnants à la recherche d'insurgés lors d'une patrouille à Ramadi, à 115 kilomètres à l'ouest de Bagdad.