



PETIT LEXIQUE DE L'IMAGE...

Vous avez sûrement déjà entendu ces termes désignant des techniques de prises de vue : contre-plongée, hors-champ... Mais que signifient ces termes exactement ?

Ce que l'on voit et ce que l'on ne voit pas : le champ

Le **champ** est le **cadre** (c'est-à-dire tout ce qui apparaît dans l'image) qui délimite la photo, ce que voit le photographe dans son objectif. Ainsi, est **hors-champ** toute la scène saisie par le photographe mais qui n'entre pas dans le cadre : le portrait d'une personne effrayée mais dont la photographie ne montre pas ce qui lui fait peur par exemple. Ces éléments hors-champ laissent planer des éléments de doute pour le spectateur. Que regarde la personne ? Par qui ou quoi est-elle entourée ?

Que voit-on de la scène ?

La façon dont le photographe saisit la scène, correspond à ce qu'on appelle le plan. Le **plan** d'ensemble, aussi appelé « plan général », sert au photographe à montrer une vue d'ensemble de la scène. C'est le plan le plus large possible qui permet d'intégrer un maximum d'éléments : personnage(s), décor, objets...

Lorsque le photographe souhaite se focaliser sur un personnage, il peut faire un gros plan sur son visage. Il peut même zoomer sur un tout petit détail qu'il veut mettre en avant et auquel il souhaite que le lecteur ou spectateur porte attention. Le plan rapproché permet aussi de se concentrer sur un personnage, mais plus central, en cadrant le bas de la photo au niveau de la ceinture ou de la poitrine. Le plan américain, lui, sert souvent à signifier deux personnages en pleine conversation, il se fixe au-dessus des genoux. Et s'il souhaite avoir le personnage en pied, dans son intégralité, il fera ce qu'on appelle un plan moyen.

Exemple de photo en contre-plongée



© Proci, Numérik/Adobe Stock

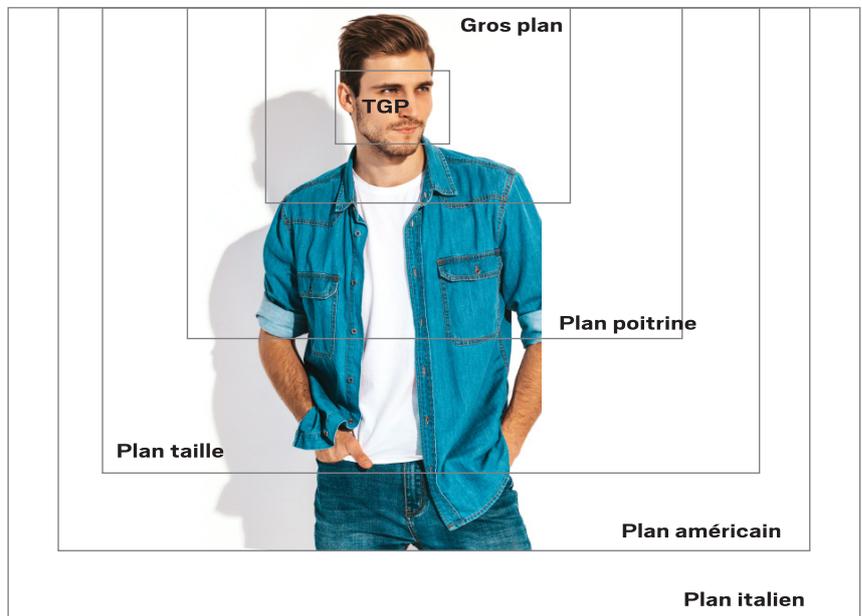


Où se tient le photographe ?

Le personnage peut être pris de face, ce qui interpelle directement le lecteur ou spectateur, de côté ou de dos. Cette position du personnage se nomme la **vue**.

Et lorsque le photographe ou le cameraman se place au-dessus de la scène, sur un point plus élevé, on dit qu'il capte l'image en **plongée**. À l'inverse, lorsqu'il est en dessous, on parle de « **contre-plongée** ». L'un sert à donner une impression d'écrasement, d'isolement du personnage alors que le second au contraire tend à le rendre plus important, à le faire paraître plus puissant. Les portraits de propagande politique sont par exemple souvent pris en contre-plongée justement pour donner cette impression de puissance.

© Freepik.com



© Freepik.com



À QUOI SERT L'IMAGE ?

Dans un journal, magazine, papier ou en ligne, l'image sert à **accrocher le lecteur, à attirer son attention** et à lui donner envie de lire la légende et l'article qu'elle accompagne. Elle permet d'entrer dans le vif du sujet.

L'image informe...

Certaines images sont directement liées à l'information, elles la relatent autant que le texte. Cela peut être par exemple une photographie prise lors d'une manifestation par un photoreporter ou le portrait d'une personnalité publique lors d'un événement officiel. La photo peut même être au cœur de l'info, c'est le cas par exemple dans les reportages (avec des photos prises sur le terrain, il permet de plonger dans l'ambiance, la lumière, d'imaginer les sons, la scène qui s'est déroulée sous les yeux du photoreporter...). Dans ce cas, la fonction informative de la photographie est claire.

... l'image illustre

En revanche, **certaines images, photographies notamment, servent davantage à illustrer le propos qu'à véritablement informer.** C'est le cas par exemple des photos issues de banques d'images plus conceptuelles qui ne traitent pas de l'événement évoqué, mais sont plus générales et peuvent servir pour des articles aux sujets variés. Une femme devant une caméra peut par exemple servir à illustrer un article sur les femmes réalisatrices ou une brève sur les médias.

L'image peut aussi servir à **faire vendre** en choquant ou en mettant en avant un scoop, notamment en couverture.

Elle peut également **transmettre un message** (ex. : la mise en valeur d'un slogan plus qu'un autre sur une pancarte

Quand l'image devient icône

Certaines images fortes deviennent même des icônes, des symboles. Ce fut le cas par exemple de la photographie d'Aylan, un enfant syrien migrant mort et échoué sur une plage turque ou de celle de la jeune fille portant une fleur et faisant face aux baïonnettes des militaires (voir « Les dessous de l'image », dans *Kezako mundi* 16, mars 2018).

Et dans certaines images se glissent des symboles qui permettent de transmettre un message, une colombe de la paix ou la mise en avant de la couleur verte pour faire passer un message relatif à la protection de l'environnement par exemple.



Cérémonie symbolique pour défendre le droit des couples homosexuels au mariage, le 21 mai 2005, en Italie. Le symbole de la communauté LGBTQ, l'arc-en-ciel, en lieu et place de la traditionnelle écharpe du maire, donne immédiatement une information quant au thème de la photographie.

lors d'une manifestation) ou mettre en valeur le côté **esthétique** de la scène (une vue d'un paysage grandiose, par exemple).

L'image peut aussi mentir...

Malheureusement, parfois, l'image a pour but de nous tromper... Toutefois, lorsque l'on parle de manipulation de l'image, il faut bien distinguer la retouche, qui part de la photo d'origine

sans ajout d'objets, de personnages ou autres ; et le montage qui consiste à modifier une photographie en lui donnant un sens tout autre à celui d'origine, justement en insérant des éléments non présents dans le cliché initial. Il s'agit par exemple d'incruster une personnalité politique dans la photo ou vidéo d'un événement ou d'une manifestation auquel elle n'a jamais participé. Connaissez-vous d'ailleurs le terme *deepfakes* ? Il s'agit de vidéos ou





DOSSIER

fichiers audio modifiés à l'aide de l'intelligence artificielle. Ce procédé permet par exemple d'insérer le visage d'une personnalité dans une vidéo. Cette technique est souvent utilisée pour mettre en ligne des infox (fausses informations).

Les retouches servent souvent un objectif esthétique ou pratique, elles ne sont cependant pas toujours sans conséquence. On pense par exemple aux photos de mode retouchées pour

gommer tout tour de cuisse jugé trop important ou problème de peau disgracieux. Ces photos nous donnent à voir un prétendu idéal physique en réalité impossible à atteindre, ce qui peut avoir un impact sur l'estime de soi des spectateurs-trices.

Les retouches sont en outre devenues de plus en plus faciles à réaliser avec l'avènement du numérique dans les années 1990, puis avec l'arrivée de Photoshop. Nombre de journaux et magazines les pratiquent. Celles-ci peuvent servir à gommer un fil électrique inutile à la compréhension de l'image et inesthétique, mais elles peuvent aussi servir à accentuer l'impression émanant de la photographie. En 1994, par exemple, la photographie de O. J. Simpson (un ancien joueur de football américain accusé d'un double meurtre), dont le procès fut très médiatisé, fait la couverture de plusieurs magazines. Dans le *Time Magazine* du 27 juin 1994, sa photographie fait polémique. En effet, le magazine a choisi de retoucher le portrait en noircissant le visage d'O. J. Simpson, lui donnant un air plus menaçant. C'est ainsi comme si le magazine le déclarait coupable alors même qu'il n'avait pas encore été jugé. Beaucoup ont alors taxé le magazine de racisme.

« Une simple image, si elle est nouvelle, ouvre un monde. Vue des mille fenêtres de l'imaginaire, le monde est changeant. »

*La poétique de l'espace -
Gaston Bachelard*



Portrait de femme avant et après retouches sur Photoshop





DOSSIER

Gare aux montages !

Les montages sont encore plus préjudiciables. Ils peuvent être réalisés de façon humoristique, mais dans ce cas-là, le plus souvent, soit le montage est évident, soit la légende indique qu'il s'agit d'un montage. Mais les montages peuvent aussi avoir pour objet de travestir la réalité. Ils ont notamment été très utilisés pour la propagande politique diffusée par l'Allemagne nazie. Des personnes n'appartenant plus au parti nazi ont par exemple été purement et simplement gommées des photographies officielles.

Le saviez-vous ?

Le premier trucage de photographie connu date de 1860. La tête du président américain Abraham Lincoln avait été collée sur le corps de John Calhoun, un ancien vice-président des États-Unis.

Que dit la loi ?

En France, l'article 226-8 du code pénal indique qu'« Est puni d'un an d'emprisonnement et de 15 000 euros d'amende le fait de publier, par quelque voie que ce soit, le montage réalisé avec les paroles ou l'image d'une personne sans son consentement, s'il n'apparaît pas à l'évidence qu'il s'agit d'un montage ou s'il n'en est pas expressément fait mention. »

Ainsi, comme pour toute image, il est nécessaire de recueillir l'accord de la personne qui y figure et, s'il s'agit d'un montage, cela doit figurer noir sur blanc dans la légende.

La Cour de cassation a par exemple estimé en 1961 qu'un journal ayant publié un montage avait commis un délit. Sur la photo d'origine, un homme politique, lors d'un référendum, portait un bulletin « oui » dans une main et un bulletin « non » dans l'autre. Sur le montage, l'un des deux bulletins avait disparu, faussant le sens de la photo d'origine.

Les journalistes sont d'ailleurs tenus de respecter des règles dites de déontologie. Ils n'ont pas le droit de tout publier. Ils n'ont évidemment pas le droit de

reprendre l'article d'un confrère en tout ou en partie et de le signer de leur nom (c'est ce qu'on appelle le « plagiat »). Ils n'ont pas le droit non plus de modifier les faits, ni d'altérer des documents. La Charte des devoirs des journalistes français, qui date de 1918, énonce notamment qu'« Un journaliste, digne de ce nom,

- prend la responsabilité de tous ses écrits, même anonymes ;

- tient la calomnie, les accusations sans preuves, l'altération des documents, la déformation des faits, le mensonge pour les plus graves fautes professionnelles (...) »

Les freins au travail du photoreporter

Il arrive cependant que les journalistes soient eux-mêmes manipulés ou qu'on ne leur laisse accéder qu'à des informations choisies et donc biaisées. Ce fut le cas

notamment lors de la première guerre du Golfe (2 août 1990 au 28 février 1991). Les journalistes ont été tenus à distance des combats et n'avaient comme information que ce que voulaient bien leur donner les généraux. Ainsi très peu d'images de ce conflit ont été diffusées. Il arrive aussi, lors d'événements, que les journalistes n'aient accès aux personnalités présentes qu'à un moment de l'événement, lors de la conférence de presse. Ainsi, ils n'ont qu'une très faible marge de manœuvre et on retrouvera malheureusement le même type de cliché dans tous les journaux.

L'histoire elle-même peut inciter à ne pas tout montrer. Au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, l'heure était à la réparation et à la réconciliation. Aussi n'a-t-on pas montré la réalité des camps d'extermination dans les années qui suivirent la fin de la guerre.



Si ce montage d'une tête de chien sur un corps d'homme ne prête pas à conséquence, l'apposition du visage d'une star ou d'une personnalité politique sur un autre corps peut, en revanche, être problématique. On peut ainsi faire croire que la personne a pris part à un acte répréhensible par exemple.