



HAL
open science

L'appropriation des images du téléphone mobile et la création des Hot News

Gaby David

► **To cite this version:**

Gaby David. L'appropriation des images du téléphone mobile et la création des Hot News. Sous les images, la politique... : presse, cinéma, télévision, nouveaux médias (XXe-XXIe siècle), 2014. hal-02468912

HAL Id: hal-02468912

<https://hal.science/hal-02468912>

Submitted on 8 Feb 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

L'appropriation des images du téléphone mobile et la création des *Hot News*

Gaby David

Écrire sur la presse en ligne, ou sur le rapport entre le web et les images mobiles, revient en quelque sorte à écrire une partie de l'histoire audiovisuelle mobile digitale pendant que les événements se déroulent. D'ici peu, cet article ne sera plus qu'une réflexion *a posteriori* sur ce qu'une partie du web occidental est, ou a été : une tranche intéressante de la construction des actualités par le biais des images mobiles entre les années 2005 et 2010. Étudier ce que les gens font avec leurs images – les garder soigneusement ou les envoyer à leurs proches – et ce que ces images font pour ces gens – les rapprocher, les représenter, les identifier – sont deux aspects complètement liés, au point qu'on ne peut plus séparer la production de la diffusion. Pourtant, pour bien comprendre comment nous gérons ces images, il faut mettre l'accent sur ce que nous faisons avec elles¹. Par exemple, les exposer sur la toile aura un autre impact que de les projeter sur une chaîne de télévision, les réseaux sociaux ou la page d'accueil d'un journal en ligne. Les différents supports de diffusion ont en effet une incidence notable sur la création et sur la réception de ces images mobiles. Nous étudierons la façon dont, en seulement cinq ans, l'ubiquité des téléphones portables et la possibilité d'enregistrer les événements à travers eux ont remis en cause, menacé et/ou aidé la publication et la circulation d'images mobiles sous le monopole des médias traditionnels. Dans ce processus, il convient de souligner les éléments suivants : événements soudains, fuites d'informations politiques comme les *wikileaks* (faits divulgués de manière anonyme), usages par les adolescents, situations d'urgence, réseaux sociaux, rapidité et critique des médias. La réflexion sera conduite à partir d'une analyse de l'influence de quelques images mobiles et de leur lien à nos histoires individuelles et à la construction d'une histoire collective – c'est-à-dire à une histoire visuelle globale et mondialisée.

1. CHALFEN, R., *Snapshot Versions of Life*, Bowling Green State University Popular Press, Ohio, 1987, p. 119.

La notion d'appropriation nous semble ici essentielle. Tout en étant relative à la propriété, l'appropriation désigne, d'une part, l'adaptation de quelque chose à un usage et, d'autre part, la capacité de rendre sien quelque chose qui ne l'était pas. Dans la construction d'une histoire visuelle mobile, de quelle façon l'implantation de cette double appropriation s'est-elle développée ? Les exemples que nous avons retenus ont été choisis en leur qualité de bornes représentatives, mais ne sont pas du tout exclusifs. Il s'agira donc, d'analyser une double appropriation : celle des gens sur des espaces d'actualité en enregistrant des hot news² et celle des médias traditionnels sur des images faites avec des téléphones portables.

Il sera aussi utile de faire appel à l'ouvrage *Smart Mobs : the Next Social Revolution*³, paru en 2002, où le critique, écrivain et enseignant Howard Rheingold développe le concept de *Smart Mob*, foule intelligente, qui désigne une action collective de personnes qui ne se connaissent pas, organisée par le biais d'Internet et/ou des téléphones portables. Ces personnes forment ainsi une masse hétérogène et politisée en diffusant des informations qui, sans elles, seraient absentes *via* les moyens de communication *mainstream* (grand public). La théorie de Rheingold a trouvé des illustrations frappantes dans le monde entier.

HOT NEWS : ENTRE AMATEURS ET PROFESSIONNELS

Dans le sillage d'Anna Reading et de ses recherches sur l'influence du téléphone portable comme témoin et vecteur des concepts qu'elle nomme « mémoire collective » et « Âge de la Terreur »⁴, notre objectif est de remettre en question la notion d'appropriation du téléphone portable sur la création, le partage et l'impact des *news* (actualités). Il s'agira de comprendre de quelle façon la capture et le partage de ces images mobiles ont

2. Une *hot news* est une actualité « chaude », très récente et, pour cette raison, censée être digne d'intérêt.

3. RHEINGOLD, H., *Smart Mobs: the Next Social Revolution*, Cambridge, Mass. Basic books, 2002. En français : *Foules intelligentes : la révolution qui commence*, traduit de l'américain par Pierre-Emmanuel Brugeron, 2005.

4. READING, A., *The Global and the Mobile: Camera Phone Witnessing an Age of Terror*, Collective memory and Collective Knowledge in a Global Age – An Interdisciplinary Workshop, 17-18 juin 2007, Londres, [en ligne], <http://www.lse.ac.uk/Depts/global/workshopagenda.htm>. Selon Reading, des images telles celles des attentats de Londres ou de l'exécution de Saddam Hussein sont signifiants pour l'articulation des sentiments présents relatifs à ce qu'on entend par the *War on Terror*, *op. cit.*, p. 6.

pu changer le paysage de la communication et la création des *hot news*. Les *hot news* sont alors des nouvelles considérées comme suffisamment importantes pour apparaître à la une des journaux et dans les émissions télévisées ou radiophoniques (car ce sont principalement les médias traditionnels qui leur attribuent ou non ce statut de *hot news*). Par quel moyen les rédactions d'information décident-elles de valider une image mobile pour la transformer en *hot news* ?

Certains événements tragiques récents ont confirmé que des photographies et vidéos faites au moyen d'un téléphone mobile, même de faible qualité graphique et/ou sonore, pouvaient informer et devenir des *hot news* mondiales. Ces images se sont retrouvées ainsi à la télévision, à la une des journaux internationaux et *buzzées* sur le web. Leur basse qualité a même été compensée par leur pertinence et leur haut contenu émotionnel, du fait de leur proximité avec les faits dramatiques. Grâce aux usages du téléphone portable et du web – conçus désormais comme un couple quasi inséparable appelé « internet-mobile » – ces images sont disponibles plus souvent et plus rapidement, parfois même instantanément. Les voir en temps réel fait écho aux mythes du « en direct » et du « non mis-en-scène », caractéristiques considérées comme convaincantes et parfois même comme garantes d'une réalité-vérité. Les *hot news* provenant d'un téléphone portable sont ainsi appropriées par les publics dans le cadre de ce que nous nommerons l'« imaginaire d'une réalité spontanée », c'est-à-dire l'impression de regarder quelque chose de spontané et pourtant d'un passé réel très proche (et) non manipulé. Une sorte d'actualité à l'état brut. Même si on sait que toute information est éditée, ce qui prime, ici, c'est la sensation de lire ou regarder des actualités non trafiquées⁵. Bien que ces images représentent des témoignages directs, elles ne permettent de garantir ni une fiabilité ni une crédibilité iconographique. Cela rentre en lien direct avec la perte de crédibilité des médias traditionnels. À ce propos, Yves Michaud consent :

« [...] la construction de la réalité visuelle telle que la rapportent en prétendant la refléter les reportages du photojournalisme est aussi artificieuse que la construction de toute réalité sociale. Nous vivons un monde fait de très peu d'expériences directes, de peu de savoir, qui plus est en général assez flou et chaotique, et de beaucoup d'images⁶. »

Michaud expose ici quatre termes clés : prétendre, construction, peu d'expérience directe et beaucoup d'images. Tout se passe comme si le fait

5. Nous soulignons.

6. MICHAUD, Y., « Critiques de la crédulité », *Études photographiques*, n° 12, novembre 2002, p. 110-125, [en ligne], <http://etudesphotographiques.revues.org/index321.html>.

d'avoir peu d'expérience directe et, au contraire, beaucoup d'images disponibles nous ferait prétendre que ce que nous voyons en tant qu'« image-reflet » d'une expérience directe n'est pas une construction. Néanmoins, même si les exemples cités ici se vendent comme étant des hot news sans retouche, édition, ou montage, d'une façon ou d'une autre, tout est – comme dans tout récit journalistique – bel et bien construit. »

L'APPROPRIATION VISUELLE DES ÉVÉNEMENTS SOUDAINS

Lorsque survient un événement soudain, il y a de fortes chances que le téléphone portable soit le premier outil d'enregistrement audio-visuel. Même si la qualité des appareils est encore inférieure à beaucoup d'autres technologies d'imagerie numérique, elle ne cesse de s'améliorer. La faible qualité du téléphone portable peut être compensée par son ubiquité (le fait que nous portons presque toujours nos téléphones portables) et surtout – comme on va le voir – sa condition d'objet personnel détourne les contraintes politiques ou géographiques. Pour André Gunthert :

« Seules des circonstances exceptionnelles peuvent métamorphoser un service de loisir en média d'information. On peut distinguer deux cas de figure : celui d'un événement paroxystique bref, comme les attentats de Londres ou plus récemment la tuerie de Virginia Tech [...], qui ont pour effet d'intensifier l'offre comme la demande d'information, en occupant tous les canaux disponibles. Le second cas est un déficit du traitement de l'information par les médias classiques, qui se traduit par l'expression d'une demande qui s'adresse en priorité aux réseaux alternatifs⁷. »

Une des premières manifestations qui exemplifient le cas des « événement soudains » sont les attentats de Londres. Le 7 juillet 2005, des bombes explosent dans le métro. Comme il est impossible d'y descendre, seules quelques images d'amateurs prises au téléphone portable sont mises en ligne immédiatement⁸. Dans les médias classiques, les photos ne sont publiées que le lendemain, chose qui ne serait aujourd'hui plus acceptable – principalement pour la presse en ligne. Le fait de recevoir des informations sans délai – et parfois même en temps réel – est amplifié par le web, *via* les *tweets*, les *newsfeeds*, le flux ininterrompu de *news*, etc.

7. GUNTHERT, A., « L'image parasite », *op. cit.*, p. 178-180.

8. WARD, E., « London Underground Bombing, Trapped », *Alfies moblog*, 7 juillet 2005, [En ligne], <http://moblog.net/view/77571/>.



Figure 1. Elliot Ward, « attentat à la bombe de Londres, pris au piège » (capture d'écran).

APPROPRIATION VISUELLE DES FUITES D'INFORMATION POLITIQUE

La petite taille du téléphone portable, sa malléabilité et son usage familial en font un outil d'enregistrement aisément dissimulable, plus apte à être considéré comme inoffensif et qui fait partie de notre quotidien, de notre habitus⁹. L'enregistrement de l'exécution de Saddam Hussein, le 30 décembre 2006, vidéo non autorisée, fournit un exemple éclairant de ce cas de figure. Un responsable irakien présent lors de l'exécution est soupçonné de l'avoir filmée clandestinement avec un téléphone portable. Il est arrêté sur fond de polémique liée à la diffusion de ces images. La vidéo mobile avait été diffusée par la chaîne satellitaire panarabe Aljazeera, et reprise ensuite aux États-Unis par la chaîne de télévision Fox News. Après avoir été postée toujours anonymement sur Internet, elle suscite l'indignation dans le monde arabe et soulève en particulier des protestations au sein de la minorité sunnite irakienne, à laquelle Saddam Hussein appartenait. M. Munquit al-Faroonn, le procureur de S. Hussein, évoque la présence de « deux responsables du gouvernement »¹⁰ ayant réalisé « l'enregistrement officiel » de la pendaison à l'aide de téléphones portables. Le *New York Times*¹¹ rapporte que M.

9. « Habitus » dans le sens de Pierre Bourdieu.

10. Marrakech, portail marocain d'actualités, *Vidéo de l'exécution de Saddam Hussein : un suspect arrêté*, 3 janvier 2007, [en ligne], http://www.emarrakech.info/Video-de-l-execution-de-Saddam-Hussein-un-suspect-arrete_a10539.html.

11. Cité par *The Independent*, *Official arrested for filming Saddam execution*, 3 janvier 2007 [en ligne], <http://www.independent.co.uk/news/world/middle-east/official-arrested-for-filming-saddam-execution-430655.html>.

Munqit al-Faroon lui avait déclaré dans un entretien que « l'un des deux hommes qu'il avait vu tenir en l'air un téléphone portable équipé d'une caméra afin de réaliser (la) vidéo [...] était Mowaffa al-Roubaie », politicien éminent irakien et actuel membre du Parlement irakien. La source de la vidéo d'exécution n'est (jusqu'à présent) toujours pas claire. Cet exemple illustre non seulement le potentiel du téléphone portable comme nouvel et puissant outil de la création ou du relais d'actualités, mais aussi le manque du contrôle des autorités vis-à-vis de la prise d'images interdites à l'aide de cet outil.



Figure 2. Vidéogramme de l'exécution de Saddam Hussein.

ADOLESCENTS

Les adolescents ont toujours employé le téléphone portable, initialement, pour envoyer et recevoir des SMS. Mais ils l'utilisaient aussi déjà en 2007 pour prendre des vidéos. Lors de la fusillade de l'université de Virginia Tech (*Virginia Tech Shootings*), le 16 avril 2007, plusieurs étudiants¹² prennent des images grâce à leur téléphone portable et les transmettent au cours même de l'événement. Même si on peut difficilement comprendre ce qu'on voit sur ces images – un plan séquence d'environ une minute, où l'on n'aperçoit qu'un parking avec quelques voitures –, c'est le fait d'entendre plusieurs coups de feu qui nous fait percevoir la gravité du moment.

12. En relation avec cela, le film de Jamal Albarghouti par cameraphone vidéo, *darkdecide08*, (1 min 15 s), posté tout d'abord sur *CNN i-Report*, en avril 2007, se trouve parmi les vidéos les plus vues, [en ligne], http://www.youtube.com/watch?index=22&playnext_from=PL&feature=PlayList&p=D6C14E6A566B26A9&v=iVPx6oWmtKY&playnext=1.



Figure 3. Jamal Albarghouti, « Virginia Tech School Shooting Caught on Camera telephone », vidéogramme.

En 2003, O. Daisuke et M. Ito prédisaient : « Les téléphones portables sont en train de changer la définition de ce qui est digne de faire image¹³. » On peut en déduire que si une image mobile devient un *buzz*, c'est du fait de l'impression de contenu informatif qu'elle fournit. Aucun des sites de diffusion de ces vidéos n'en remet en cause la qualité ou l'esthétique, ce qui a un impact sur la réception des images, puisque malgré une définition moins bonne celles-ci sont acceptées comme supports visuels de l'actualité et des discours médiatiques l'entourant.

SITUATIONS D'URGENCE

En mai 2008, un énorme tremblement de terre frappe la Chine¹⁴. Des centaines de bâtiments s'effondrent, dont de nombreuses écoles : 70 000 morts, 20 000 disparus, 350 000 blessés et 500 000 personnes sans-abri. Le tremblement est signalé d'abord chez QQ (le plus grand réseau social en Chine) et sur Twitter, alors même que la terre continue à trembler. En quelques minutes, des photographies » et des vidéos sont téléchargées en

13. DAISUKE, O. et ITO, M., « Cameraphones Changing the Definition of Picture-Worthy », *Japan Media Review*, 29 août 2003, [en ligne], <http://www.ojr.org/japan/wireless/1062208524.php>.

14. Anon, « China Feels The Quake Online », *BBC news*, 16 mai 2008, [en ligne], <http://news.bbc.co.uk/2/hi/asia-pacific/7402612.stm> et cf. SYDELL, L., « Phones Faltering, Quake Survivors Rely on Texting », 19 juillet 2009, [en ligne], <http://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=90425687&ft=1&f=1001>.

direct, à chaud, bien avant que les *mass* médias ne les transmettent. Des centaines de milliers de personnes utilisent leurs téléphones portables pour envoyer des SMS et/ou enregistrer directement¹⁵ ce qu'elles vivent. Par exemple, deux étudiants filment une vidéo mobile dans leur dortoir, à 14 heures 30, le 12 mai 2008, au moment exact où le tremblement de terre de 7.8 d'intensité se fait sentir. Les précisions telles que la date, l'heure et le lieu sont des fonctions intrinsèques de l'appareil ; c'est donc un flux en direct. Les personnes communiquent avec leurs téléphones portables car il s'agit d'un outil de survie : elles s'en servent pour s'appeler, s'envoyer des SMS. Un tel événement, comme toute autre catastrophe, accélère la modification des usages médiatiques. Selon Clay Shirky¹⁶, une fois que les gens adoptent des médias sociaux dans une situation inhabituelle, ils sont ensuite beaucoup plus susceptibles de les intégrer dans leur vie quotidienne et leurs espaces de partage.



Figure 4. Ericnestler, « Amazing Live Video Hits ☆ 7.9 Tremblement de terre en Chine », vidéogramme.

15. ERICNESTLER, « Amazing Live Video, Earthquake 7.9 Hits in China » (1 min 32 s), posté le 7 octobre 2008, <http://www.youtube.com/watch?v=gmdrGTIlxm8>.

16. SHIRKY, C., *Here Comes Everybody, How Change Happens When People Come Together*, Penguin Books, 2008. Nous traduisons et soulignons : « Events like this one accelerate the pace of changes, of usages, because once people adopt social media in an unusual situation, they are much likelier to integrate it into their everyday lives. » (p. 298)

RÉSEAUX SOCIAUX

L'importance des réseaux sociaux est devenue très grande dans nos vies quotidiennes. Ces plateformes peuvent jouer un rôle clé dans la diffusion d'informations et d'images liées à des événements tragiques. Ainsi, une production iconographique initialement individuelle peut prendre une ampleur collective. C'est le cas lors d'une froide journée d'hiver de 2009, quand un avion amerrit dans l'Hudson, à New York. Par un acte devenu reflex, Janis Krums, passager d'un bateau à proximité, poste une photographie de l'événement en utilisant Twitpic¹⁷. Twitpic est une application qui permet de diffuser des photos directement à partir d'un téléphone portable sur un compte Twitter. L'intérêt manifesté est tel que le serveur de Twitpic plante¹⁸. De nombreux journaux – imprimés et en ligne – utilisent cette photo pour leur une.

Le téléphone portable joue également un rôle central en tant qu'objet démocratique. Au cours du mois de juin 2009, l'Iran connaît de violentes scènes d'émeutes après la réélection contestée de M. Ahmadinejad comme Président. Les SMS, MMS et connexions Internet étant interdits, certaines personnes tentent de détourner cette contrainte en utilisant principalement Twitter pour diffuser les images des événements¹⁹. À cette occasion, on a pu vérifier que l'usage du téléphone portable a un impact énorme sur les actualités, en particulier lors d'événements extraordinaires. Par exemple, dans l'une des nombreuses vidéos de protestations à Téhéran, nous voyons un homme blessé tentant de passer son téléphone portable à l'une des personnes dans la foule, probablement pour informer ses proches de son sort²⁰. Nous rejoignons ici, une fois de plus, la philosophie du contenu généré par l'utilisateur – celle qui donne la priorité à des voies plus informelles de collecte d'informations : e-mails, textes, images et vidéos mobiles. Les événements se ne déroulent plus seulement à travers le langage policé des médias traditionnels, mais aussi à travers les yeux des gens ordinaires aidés par leurs

17. La légende de la photo de Janis Krums affiche : « There's a plane in the Hudson. I'm on the ferry going to pick up the people. Crazy ». Nous traduisons : « Il y a un avion dans le Hudson. C'est fou. Je suis dans le ferry, je vais chercher les gens. » (600 x 800 pixels, 15 janvier 2009, <http://twitpic.com/135xa>).

18. TERDIMAN, D., « Photo of Hudson River Plane Crash Downs TwitPic », *Digital Media, Cnet News*, 15 janvier 2009.

19. Cf. Web Ecology Project, site où on peut retrouver le rapport complet des premiers 18 jours, « The Iranian Election on Twitter: The First Eighteen Days », 26 juin 2009, <http://webecologyproject.org/>.

20. Nobodyimportant10002, Tehran Protests - Camera Phone - man shot by police, 2 minutes 19 seconds, 20 juin 2009, <http://www.youtube.com/watch?v=F1imoqlq3zo>.

téléphones portables, contournant davantage le système des médias par la création et circulation de leurs images.



Figure 5. Les protestations de Téhéran - Camera Phone - homme abattu par la police, vidéogramme.

Au cours des manifestations à Téhéran, la vidéo mobile la plus remarquable a été celle montrant la mort de Neda Agha Soltan touchée par une balle. D'abord postée presque immédiatement sur la page Facebook de « Hamex iranien »²¹, cette vidéo a été vue et diffusée dans le monde entier. Hamex décrit ce qu'il a vécu ; étant médecin, il a essayé de porter secours à la jeune fille, mais « l'impact de la balle a été si violent qu'elle avait détruit la poitrine de la victime et celle-ci est morte en moins de 2 minutes. [...] Le film est tourné par mon ami, qui était debout à côté de moi. S'il vous plaît, faites-le savoir au monde.²² » Il dit aussi : « Ce qui a été ma page personnelle s'est transformé, au cours de la protestation iranienne, en un portail de nouvelles, où j'essayais de publier ma perception des actualités ; aidez-moi dans cette affaire [sic].²³ »

21. Le décès de Neda, cameraphone vidéo, *Hamex Iranian Facebook page*, 37 seconds, 20 juin 2009, <http://www.facebook.com/video/video.php?v=89928823259>.

22. Le texte original peut être lu dans la prise d'écran, Fig. 6.

23. *Hamex Iranian Facebook page*, <http://www.facebook.com/video/video.php?v=89928823259#!/hamedfrit>.



X: Neda Anvari

month ago

3 comments

ladel I pray to God that the filthy basiji who shot ri dies a horrible death. Why would you kill an int girl right in front of her father's eyes? You reerit! What comes around goes around you ashahm! I want the person who filmed this tragedy that CNN actually aired this footage (maybe a re would have been believed the video) ...

کشتن یک دختر جوان توسط بسیجی ها
by Hamex Iranian (videos)
0:37

مکان: خیابان کارگر، کاخ خسروی و شهید صالحی، ساعت: 7:20، شنبه 20 جون، سی شهرداد
7:20. Basiji shots to death a young woman in Tehran's Saturday June 20th protests

At 19:05 June 20th
Place: Karekar Ave., at the corner crossing Khosravi St. and Salehi st.

A young woman who was standing aside with her father watching the protests was shot by a basiji member hiding on the rooftop of a civilian house. He had clear shot at the girl and could not miss her. However, he aimed straight her heart. I am a doctor, so I rushed to try to save her. But the impact of the gunshot was so fierce that the bullet had blasted inside the victim's chest, and she died in less than 2 minutes. The protests were going on about 1 kilometers away in the main street and some of the protesting crowd were running from tear gassed used among them, towards Salehi St.
The film is shot by my friend who was standing beside me.
Please let the world know.

Figure 6. Capture d'écran de la page Facebook de « Hamex iranien », détail.

Ces images, et d'autres images mobiles trouvées sur le web, étaient très émouvantes. C'est ainsi que, par des *reposts* immédiats et le *buzz* conséquent qui en a découlé, Neda s'est transformée en une martyre innocente et, en un court laps de temps, en une icône du web. Les médias et les journalistes sont conscients de cette masse croissante d'images mobiles prises par les gens et les intègrent de plus en plus à leurs sources éditoriales. Il y a même de nouveaux mots créés pour désigner cette pratique : *snaparazzis*²⁴ ou *waparazzis*²⁵. Ces fournisseurs d'images mobiles ont été qualifiés de « journalistes citoyens »²⁶ et on a pu parler de « journalisme participatif »²⁷. A. Gunthert note que nous devrions les appeler « tous photographes » au lieu de « tous

24. GREENSLADE, R., « Seen it, Shot it, Sold it », *The Guardian*, 8 août 2005, <http://www.guardian.co.uk/technology/2005/aug/08/media.pressandpublishing> et cf. ANON., « Paparazzi », *English Wikipedia*, s/d, vérifié le 19 juillet 2009, <http://en.wikipedia.org/wiki/Snaparazzi>.

25. *Waparazzi* : « A new term for amateur photographers at major events was coined in February 2006 by Orange », écrit le *MediaGuardian*, 20 février 2006, <http://media.guardian.co.uk/site/story/0,,1713281,00.html>. Nous traduisons : « Un nouveau terme pour nommer les photographes amateur lors des événements majeurs a été inventé par Orange en février 2006. »

26. Cf. BOWMAN, S. et WILLIS, C., « We Media: How Audiences are Shaping the Future of News and Information », 2003, The Media Center at the American Press Institute, accessible en ligne, www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf et cf. GILLMOR, D., *We the Media, Grassroots Journalism by the People, for the People*, Sebastopol (États-Unis), O'Reilly, 2004.

27. GUNTHERT, A., « Tous journalistes ? Les attentats de Londres ou l'intrusion des amateurs », *ARHV, Actualités de la Recherche en Histoire Visuelle*, 19 mars 2009, [en ligne], <http://www.arhv.lhivic.org/index.php/2009/03/19/956-tous-journalistes>.

journalistes »²⁸, car prendre des photos ne transforme pas un photographe en journaliste. Toutefois, et à notre avis, être au « bon endroit au bon moment » pour faire une photo ou une vidéo mobile ne transforme pas non plus la personne en photographe ou cameraman. Cela lui permet, il est vrai, de participer, d'être engagée et ainsi de transmettre sa propre façon de voir, son point de vue, ses sentiments et expériences, mais pas de la transformer en reporter. « Si quelqu'un a été témoin d'un événement, qu'il enregistre avec une petite caméra, il pourra nous transmettre son film. Celui-ci n'aura peut-être pas la qualité d'un film professionnel, mais il apportera une sensation différente de proximité et de réactivité²⁹ ». Grâce aux SMS ou à la diffusion sur le web, ces images sont facilement accessibles aux médias, qui y puisent sans cesse. De cette manière, les citoyens, armés de téléphones portables (comme nous pouvons le constater avec les deux vidéogrammes ci-dessous), ont un rôle beaucoup plus interactif dans la création des grandes nouvelles et de l'histoire des événements.



Figure 7. Les protestations de Téhéran - Camera Phone – homme abattu par la police, vidéogrammes.

Mais, « [c]ette activité parallèle ne modifie pas le schéma général du pilotage de la réception par les grands médias »³⁰. Dans le flux visuel, le téléphone portable ajoute la possibilité d'avoir d'autres sources directes. « En revanche, celui-ci [le schéma général du pilotage de la réception par les

28. Cf. GUNTHER, A., *op. cit.* ; il fait lui-même référence à la une du journal français *Libération* du 20-21 août 2005. Voir prise d'écran [en ligne], <http://www.flickr.com/photos/gunthert/3361760025/>.

29. WEIGWANG, Y., interviewée par YANWEI, C., Nanfang, Renwu Zhoukan (extraits), « Objectif trouver une audience mondiale grâce au Net », *Courrier International*, n° 974, juillet 2009, p. 51.

30. GUNTHER, A., « L'image parasite », *Études Photographiques* n° 20, juin 2007, p. 174-86, [en ligne], <http://etudesphotographiques.revues.org/index996.html>.

grands médias] s'altère lorsque, en l'absence d'un traitement médiatique approprié, les plate-formes visuelles sont sollicitées comme une source d'information-première³¹. » En 2002, Michaud³² réfléchit sur l'accès à l'image ; selon lui, cet accès dépend de trois paramètres principaux : premièrement, des moyens financiers pour se rendre sur les lieux et des possibilités de transport, deuxièmement de la connaissance de la région et des lieux (ce qui dépend des guides et des informateurs disponibles, plus ou moins compétents ou intéressés, plus ou moins partisans, plus ou moins professionnalisés comme les attachés de presse) et finalement, de la possibilité d'accéder aux événements compte tenu du danger physique ou des risques encourus. La thèse de Michaud semble toutefois s'être périmée depuis quelques années. Le 12 janvier 2010, un tremblement de terre dévaste Haïti³³. Les réseaux sociaux, spécialement Twitter et Facebook, se remplissent en temps réel de messages et d'images postés par des Haïtiens désespérés. Sur le web, les *mass* médias ne précisent pas si les images qu'ils utilisent sont de source amateur ou professionnelle. Peu importent leur qualité et la source, ce qui compte est d'avoir des images, de l'information. Le rapport au temps (rapide) devient primordial. La production des images au téléphone portable repose tout d'abord sur le fait que le dispositif est devenu omniprésent : il y a, ou il peut y avoir, des images de tout à n'importe quel moment, ce qui fait que les paramètres de Michaud perdent de leur validité.

CRITIQUE DES MÉDIAS

Jouer un rôle actif dans la production d'images nous permet de nous rappeler différemment les moments ainsi capturés. C'est désormais à travers la création d'images que les gens s'approprient les événements, surtout s'ils sont marquants. Les *mass* médias, quant à eux, s'approprient ces vidéos mobiles amateurs. Beaucoup de sites journalistiques demandent directement à leurs lecteurs d'envoyer à la rédaction leurs images, leurs *scoops*. Un double discours s'installe : encourager les gens à faire du journalisme citoyen, tout en accusant ces nouvelles sources de mettre en péril la profession. Mais du point de vue du lecteur, c'est à travers ce type de prise de parole visuelle active qu'on peut initier une critique des médias traditionnels. Cette énorme

31. *Ibid.*, p. 177.

32. Michaud, *op. cit.*, p. 116.

33. Cf. MENTRE, M., « Haïti Deadline », *MediaTrend, les nouveaux médias & les nouveaux usages*, 24 janvier 2010, [en ligne], <http://www.themediatrend.com/wordpress/?p=2382>.

production iconographique impliquerait un besoin plus fort de professionnels afin de trier ces images et d'en donner une lecture critique. Pour Donald Matheson, le rôle du journaliste est certes d'orienter, mais aussi de poursuivre un travail d'investigation afin d'éclairer pour l'utilisateur à la fois l'événement et sa mise en image³⁴.

Avec la fin du monopole des médias professionnels, la production de contenu devient une question d'affirmation identitaire. Dans les nouvelles pratiques, et plus encore avec les nouveaux outils numériques, les images ne se contentent pas de soutenir le discours : elles deviennent le discours. Le téléphone portable est un exemple de cette démocratisation d'une création iconographique au quotidien.

Références bibliographiques

- BOWMAN, D. et WILLIS, C., « We Media: How Audiences are Shaping the Future of News and Information », 2003, The Media Center at the American Press Institut.
- CHALFEN, R., *Snapshot Versions of Life*, Bowling Green State University Popular Press, Ohio, 1987.
- DAISUKE, O. et ITO, M., « Cameraphones Changing the Definition of Picture-Worthy », *Japan Media Review*, 29 août 2003.
- GILLMOR, O., *We the Media, Grassroots Journalism by the People, for the People*, Sebastopol, O'Reilly, 2004.
- GUNTHER, A., « L'image parasite », *Études Photographiques*, n° 20, juin 2007, p. 174-186.
- GUNTHER, A., « Tous journalistes ? Les attentats de Londres ou l'intrusion des amateurs », *ARHV, Actualités de la Recherche en Histoire Visuelle*, 19 mars 2009.
- MICHAUD, Y., « Critiques de la crédulité », *Études Photographiques*, n° 12, novembre 2002, p. 110-125.
- RHEINGOLD, H., *Smart Mobs: the Next Social Revolution*, Cambridge, Mass., Basic Books, 2002.
- SHIRKY, C., *Here Comes Everybody. How Change Happens When People Come Together*, New York, Penguin Books, 2008.

34. Cf. MATHESON, D., « Media Discourses, Analysing Media Texts: Issues », in *Cultural and Media Studies*, Berkshire (UK), Open University Press, 2005, p. 164-165.

Sommaire

Médias en images et politique de l'image

Isabelle Veyrat-Masson 11

PREMIÈRE PARTIE

Récits historiques du politique

Femmes politiques : une fiction ?

Marlène Coulomb-Gully 17

Chapitre 1

Non-fictions du politique

Cinéma et culte aux morts :

fonction du rituel dans la construction du charisme politique (Espagne, 1936-1939)

Vicente Sánchez-Biosca 31

Influencer l'opinion publique des pays neutres.

L'utilisation du cinéma de propagande par l'Allemagne et la France pendant la Première Guerre mondiale

Juliet Wagner 43

Une télévision sous surveillance.

La contestation des émissions historiques en Suisse (années 1970-2000)

Olivier Pradervand 55

David et les Saints Innocents.

Images d'enfants à la télévision française dans le conflit israélo- palestinien

Jérôme Bourdon 67

Fidel Castro mis à nu.**Documentaire et biographie au tournant du millénaire**

Nancy Berthier.....79

Chapitre 2

Fictions du politique

Discours idéologiques et regards sur l'histoire dans les jeux vidéo depuis la fin des années 1980

Joël Mak dit Mack91

Séries télévisées et interpellation politique

Jean-Pierre Esquenazi.....103

L'Europe vue de la Maison Blanche.**Les relations transatlantiques dans *The West Wing***

Héloïse Tillinac113

Récits et recettes : nouvelles représentations du politique dans le cinéma de fiction québécois ?

Christian Poirier et Mélissa Thériault.....127

« Only human » : la représentation de la classe politique dans les docudramas britanniques (2000-2010)

Michael Temple.....139

DEUXIÈME PARTIE

Communiquer le politique

***Homo politicus* : Arrêt sur images**

Roland Cayrol.....151

Chapitre 1

Traditions

La « gueule » de l'emploi. Portraits de candidats à l'élection présidentielle et culture de la démocratie

Frédéric Lambert165

L'image *people* des dirigeants.**Vers de nouveaux codes de représentation politique ?**

Jamil Dakhli.....179

Un « corps français traditionnel » ?**Usages de la couleur de peau dans les spots
des candidats à la présidentielle (1988-2007)**

Alexandre Borrell 195

Les spots télévisés et les vidéos Internet des partis britanniques.**De la représentation du réel à l'impact sur le réel**

David Haigron 211

Chapitre 2

Transgressions

Image politique et rapports de farce. L'exemple de la « Daerdenmania »

Jenifer Devresse 227

Publicité négative, dénigrement de l'adversaire et ennemification.**Le cas de la campagne électorale canadienne de 2008**

Cédrick Pinard et Mireille Lalancette 241

La vie *triviale* d'une image politique.**La vidéo de Nicolas Sarkozy au Salon de l'agriculture, le 23 février 2008.
Enjeux et compréhension d'un *buzz* médiatique.**

Thierry Devars 257

TROISIÈME PARTIE

Images et engagement, engagements par l'image

L'image engagée

Jean-Paul Colleyn 277

Chapitre 1

Acteurs publics

Être vus pour exister.**Les Indiens du Brésil face aux insuffisances politiques**

Erika Thomas 289

Querelles d'images en Chine

Alain Peter 305

L'appropriation des images du téléphone mobile et la création des *Hot News*

Gaby David 317

Aux origines de l'alter-journalisme ?	
Les correspondants-photographes de <i>L'Humanité</i>, 1950-1980	
Thierry Bonzon et Vincent Lemire.....	331
 Chapitre 2 Professionnels de l'image 	
Image politique, image nationale.	
Le cinéma palestinien entre traumatisme et banalité quotidienne	
Ramla Kronfol.....	347
La jungle de Calais.	
Contours d'une utopie cinématographique selon Sylvain George	
Marie Martin.....	357
Contre la déréalisation des images.	
Usages personnels et politiques des petites caméras numériques	
Sarah Leperchey	367
Le cinéma français et le politique	
Martin O'Shaughnessy	377
 Conclusion	
Image et politique. Éloge de la bâtardise...	
Sébastien Denis et Claire Sécail	389
Liste des contributeurs	395