

Le monde dévoilé par l'image.

Guilhem Labinal

▶ **To cite this version:**

Guilhem Labinal. Le monde dévoilé par l'image.. Terra Brasilis : Revista da Rede Brasileira de História da Geografia e Geografia Histórica, 2015. hal-02979916

HAL Id: hal-02979916
https://cyu.hal.science/hal-02979916

Submitted on 30 Sep 2021

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.

Terra Brasilis

Terra Brasilis (Nova Série)

6 (2015)
Circulação das ideias e história dos saberes geográficos 2

Guilhem Labinal

Le monde dévoilé par l’image

Quelle rhétorique photographique dans les magazines grand public de géographie ?

Aviso
O conteúdo deste website está sujeito à legislação francesa sobre a propriedade intelectual e é propriedade exclusiva do editor.
Os trabalhos disponibilizados neste website podem ser consultados e reproduzidos em papel ou suporte digital desde que a sua utilização seja estritamente pessoal ou para fins científicos ou pedagógicos, excluindo-se qualquer exploração comercial. A reprodução deverá mencionar obrigatoriamente o editor, o nome da revista, o autor e a referência do documento.
Qualquer outra forma de reprodução é interdita salvo se autorizada previamente pelo editor, excepto nos casos previstos pela legislação em vigor em França.

revues.org

Revues.org é um portal de revistas das ciências sociais e humanas desenvolvido pelo CLÉO, Centro para a edição eletrónica aberta (CNRS, EHESS, UP, UAPV - França)

Referência eletrônica
Guilhem Labinal, « Le monde dévoilé par l’image », *Terra Brasilis (Nova Série)* [Online], 6 | 2015, posto online no dia 17 Dezembro 2015, consultado o 18 Janeiro 2016. URL : http://terrabrasilis.revues.org/1571 ; DOI : 10.4000/terrabrasilis.1571

Editor: Rede Brasileira de História da Geografia e Geografia Histórica
http://terrabrasilis.revues.org
http://www.revues.org

Documento acessível online em:
http://terrabrasilis.revues.org/1571
Documento gerado automaticamente no dia 18 Janeiro 2016.
© Rede Brasileira de História da Geografia e Geografia Histórica

Guilhem Labinal

Le monde dévoilé par l'image

Quelle rhétorique photographique dans les magazines grand public de géographie ?

Introduction

1 En géographie, le fossé qui existe entre les savoirs populaires et scientifiques est connu (Bonnett, 2002 ; Johnston, 2009) : les magazines grand public de géographie comme *Geo* ou le *National Geographic* méconnaissent ou ignorent la géographie scientifique bien qu'ils développent, de façon autonome, un discours qui prend en charge la spatialité. Les normes de mise en forme et de transmission de l'information auxquelles ils sont assujettis sont distinctes de celles de la géographie académique ; la différence est liée, au moins en partie, à la nécessité de plaire à un public libre de ne pas lire ou acheter ce qui lui est proposé. Séduire est une obligation, le recours à l'image favorise l'adhésion. Ainsi, dans les magazines qui se rattachent à la géographie par le titre, par la catégorisation du sens commun ou par l'usage, l'iconographie complète le texte et elle peut s'y substituer entièrement. Les images occupent généralement près des deux tiers des aires scriptovisuelles (les doubles pages ouvertes des magazines) de ce type de publications. A côté des dessins ou des cartes, la photographie dispose d'une place prépondérante. Quelle est la particularité des photographies utilisées dans ces publications ? Comment captent-elles l'attention des lecteurs spectateurs ou suscitent-elles leur adhésion ? Ces questions nous semblent d'importance et nous souhaitons, dans cet article, y apporter quelques réponses. Nous présumons que la sélection et les modalités d'organisation des photographies constituent des indicateurs intéressants, et pertinents, pour comprendre la démarche et le projet de démonstration des magazines de géographie.

2 L'analyse temporelle et énonciative des discours médiatiques témoigne de la façon dont le propos géographique est lié à la spécificité du projet de communication porté par les équipes éditoriales (Labinal, 2010). Nous prolongeons ici l'hypothèse : les intentions des concepteurs peuvent se saisir dans les types de photographies choisies, dans les sujets et leur traitement. Les photographies complètent le texte et, dans les magazines de géographie, elles peuvent s'y substituer en livrant au lecteur un regard sur le monde et en lui proposant une façon de le percevoir, de le comprendre, d'agir sur lui. Encore faut-il savoir comment : cet article a pour but, à travers l'analyse de plusieurs exemples, de montrer la diversité des types de photographies dans ces publications et la particularité des options retenues pour donner corps et forme au monde par la photographie. Au-delà d'*Ushuaïa magazine,* un magazine français édité de 2004 à 2012, nous nous intéresserons surtout à deux titres disposant de nombreuses adaptations : *Geo*, un magazine d'origine allemande publié depuis la fin des années 1970 et la version française du *National Geographic magazine*, la célèbre publication américaine éditée depuis 1888.

Les types de photographies et les logiques de communication des magazines

3 En examinant les magazines, il est possible d'identifier différentes catégories de photographies établies à l'aune de leurs sujets, des procédures sémiologiques portant sur elles et des effets de sens qu'elles induisent. L'intérêt de les définir tient, notamment, à ce que le fait de privilégier telle ou telle modalité visuelle témoigne du projet qu'un support s'est lui-même assigné (cf. Tableau 1). Même si le choix d'un certain type de figuration n'interdit pas la superposition des traits qui les caractérisent à l'intérieur d'une même composition, la quasi-totalité des images rencontrées dans les reportages peuvent être référencées. Certes, ces publications ne relevant pas uniquement de la géographie, la typologie peut paraître, aux yeux du géographe, trop peu géographique. Mais il faut le garder à l'esprit : les magazines apportent une information utile au décryptage des relations entretenues par les sociétés avec leur espace, par la mise en mots et la mise en images.

4 De façon générale, la photographie est constitutive de reportages dont elle reflète le niveau de validité. Ses caractéristiques chromatiques ou esthétiques contribuent à renseigner sur la façon dont un lieu est appréhendé. Il sera par exemple montré de façon d'autant plus authentique - ou surannée - qu'il aura été visualisé au moyen d'un cliché noir et blanc.[1] L'entrée par laquelle on questionne un espace, et l'organisation dont il fait l'objet, se lisent ainsi dans l'appareil de visualisation mobilisé dans les dossiers proposés aux lecteurs. A partir des sujets, bien sûr, mais également en observant les types d'images choisis qui s'offrent comme des indices à interpréter.

5 On peut saisir la façon dont leurs concepteurs dévoilent et pensent leur propos, qu'ils justifient et argumentent auprès des lecteurs spectateurs en enrichissant ou en contraignant leur regard dès lors qu'ils leur exposent (ou qu'ils cherchent à leur imposer) une représentation particulière du monde par des procédés visuels efficaces. L'usage d'un type spécifique de photographies révèle si un support s'inscrit plus ou moins dans une logique de tourisme patrimonial, s'il insiste ou non sur le caractère expéditionnaire et sportif ou s'il veut s'ancrer davantage dans l'espace scientifique avec des photographies techniques ou qui montrent l'espace du laboratoire. Ainsi, le *National Geographic* technicise ses clichés (avec des vues au microscope, etc.) et exhibe les sites de recherche car l'évidence de l'image se double de la confiance accordée à l'espace savant. Tous ses numéros, ou presque, contiennent un article qui réfère visuellement à la sphère du laboratoire par le biais de la photographie (le nombre important de photographies techniques est lisible sur la figure n° 1). Au détour d'un article sur l'Arctique, on donne par exemple aux lecteurs la possibilité d'observer le travail d'une spécialiste de l'Académie des sciences de Russie pendant qu'elle manipule un échantillon ;[2] dans un reportage sur les amphibiens,[3] on leur permet de découvrir un scientifique en blouse blanche, etc. Et même si les reportages à caractère géographique font moins l'objet d'un tel traitement, ils bénéficient de la crédibilité du contexte dans lequel ils s'insèrent.

Tableau n° 1 : Les différents types de photographies dans les magazines

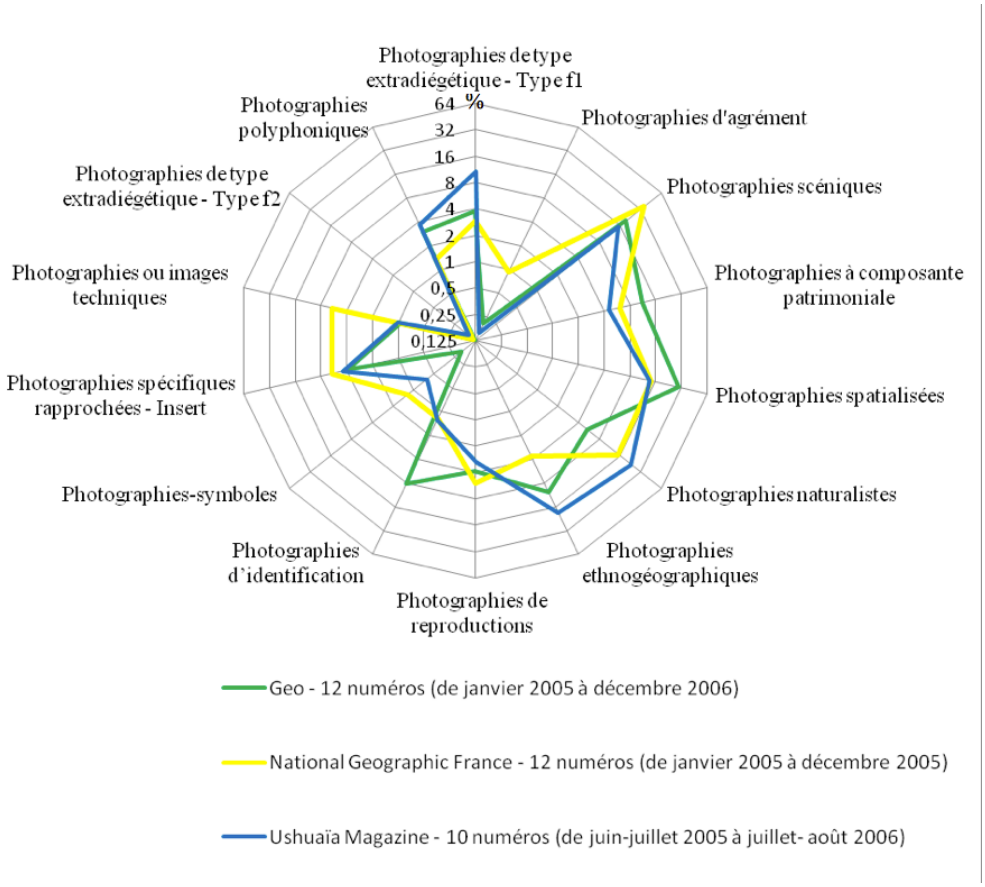
a-	Les *photographies spatialisées* permettent de localiser et d'exposer un espace ou un terrain auquel on fait constamment référence parce qu'il constitue, en lui-même l'apex des thématiques développées.
b-	Les *photographies à composante patrimoniale* traduisent la visualisation d'un site remarquable, qu'il soit valorisé ou non par le cadrage et le point de vue utilisés.
c-	Les *photographies naturalistes* ont pour mire des sujets à caractère animalier (démarche éthologique) ou botanique, que l'espace environnant ne servirait qu'à contextualiser.
d-	Les *photographies ethnogéographiques* se focalisent sur une société, une communauté ou un individu qui s'y réfère, et que l'on souhaite dévoiler aux yeux du public dans toutes leurs différences et singularités (l'espace environnant inclus dans la prise de vue aurait pour fin de les mettre en scène).
e-	Les *photographies scéniques* font apparaître – souvent sur une même épreuve - des construits hétérogènes (un habitat, un pont ou une structure agraire par exemple) mais aussi des personnages aux rôles variables (figurant, auxiliaire, opposant…) dont la présence a été jugée nécessaire pour renseigner la trame narrative ou un moment actionnel précis. Appartiennent à cette catégorie les clichés d'objets non animés dont la focale ne procède pas d'un plan de détail (type i) et tous ceux figurant des sujets vivants, à condition toutefois que leur mention ne relève pas d'un processus d'induction ethnographique (type d).
f-	Les *photographies de type extradiégétique** livrent une représentation du scripteur, de l'auteur instigateur du reportage et du voyage (ainsi que ses éventuels collaborateurs) ou de la personnalité dont émane

	l'expérience présentée, en l'extrayant de la trame narrative. A moins qu'il ne s'agisse de revendiquer la paternité de l'information transmise, ce recours est motivé soit par la volonté de rendre tangible un engagement, soit par celle d'humaniser un récit à caractère expéditionnaire ou expérimental. Les prises de vue ayant pour objet les lieux, les places des centres de recherches et d'universités desquels émanent des travaux évoqués dans un reportage appartiennent également à cette catégorie (f-2), mais la personnification y est moins prononcée car partiellement dissoute dans la référence à l'institution.
g-	Les *photographies polyphoniques*** ancrent le référent scientifique et testimonial de la production en précisant la tradition dont elle relève, soit par l'exhibition d'un précurseur du champ considéré, soit par celle d'un spécialiste dont les travaux peuvent être convoqués à des fins de développement, d'argumentation et de crédibilisation du propos du scripteur ou de la ligne éditoriale du magazine.
h-	Les *photographies d'identification* dévoilent les personnalités historiques ou contemporaines dont on mentionne les réalisations, sans pour autant que le scripteur puisse en saisir directement les legs dans la progression de sa démarche et dans sa pratique, la vocation des sujets figurés demeurant strictement diégétique.
i-	es *photographies spécifiques rapprochées* - forme d'équivalent à *l'insert* cinématographique - présentent un objet (outil, machine...) ou un support d'analyse singulier non animé (minerais, vestige...) dont il s'agit de saisir le détail.
j-	Les *photographies de reproductions* servent à montrer une partie ou la totalité d'un support figuratif préexistant au travail des auteurs (tableau, mosaïque...).
k-	Les *photographies ou images techniques* autorisent des points de vue singuliers et des cadrages spécifiques liés aux propriétés techniques de la visualisation (images satellites) ou au caractère spécialiste des clichés (par exemple, des vues sous-marines ou microscopiques).
l-	Les *photographies-symboles* transmettent une idée implicite par la mise en scène manifeste d'une information dont le décodage procède d'impensés et suppose une intersubjectivité particulière entre auteurs et spectateurs.
m-	Enfin, les *photographies d'agrément* incluent d'autres modes de représentation, tels le dessin ou le graphisme dans une même composition (assemblage d'unités indépendantes ou mixité au sein d'une même unité) : elles intègrent une dimension proprement esthétique légitimant leur élaboration, leur finalité étant d'embellir et de capter plutôt que de montrer et d'informer.

* Nous reprenons ici la terminologie de Gérard Genette tout en déplaçant le sens du vocable initial pour l'adapter à notre propos sur l'iconographie. Sur les niveaux narratifs « extradiégétique » et « intradiégétique » et sur les différentes relations à l'histoire (« hétérodiégétique » et « homodiégétique »), consulter les pages 251 à 259 de *Figures III*, ouvrage publié aux éditions du Seuil en 1972.

** Pour désigner ce type spécifique de photographies, nous adoptons le terme parfois assigné par la linguistique à l'intertextualité, définissant ainsi les propos, théories, travaux, citations qu'un auteur mobilise dans son discours selon ses différents objectifs : concordance, comparaison, opposition, concession… Cf. Defays, J.-M. (2003). *Principes et pratiques de la communication scientifique et technique.* Bruxelles, éd. de Boeck Université, p. 26.

Figure 1 : Représentation moyenne des types par rapport à l'ensemble



6 Dans tous les magazines, l'iconographie donne au discours des repères. Les dossiers du *National Geographic* ne sont pas tous à proprement parler géographiques mais les sites photographiés définissent toujours, ou presque, le lieu de l'observation ou de l'analyse proposée dans ses pages : ainsi, dans un article publié en mai 2009 évoquant un mammouth retrouvé après avoir été « englouti » pendant 40000 ans, le lecteur peut localiser, par l'image et son commentaire, cet objet d'étude paléontologique dans les paysages russes de la péninsule de Iamal entre la mer de Kara et la baie de Baïdaratskaïa[4]. L'espace de la découverte prend corps et forme par la photographie. C'est elle qui invite le lecteur à contempler de nouveaux paysages. Elle ancre spatialement le discours et elle le situe, aussi, sur une échelle de valeurs. Dans ce dossier, le lecteur a la possibilité d'observer une scène d'autopsie réalisée par des universitaires en combinaisons blanches et, plus loin, des bocaux conservant des dépouilles d'animaux dans le formol. Lorsque les images sont choisies, comme ici, parce qu'elles sont prototypiques du laboratoire, elles créditent le propos de leur scientificité.[5] De même, si un journaliste inscrit sa démarche dans le sillon du travail d'un scientifique, l'apparition de ce dernier contribue à insérer le reportage dans une recherche à laquelle il rattache implicitement son travail ; en atteste, plus particulièrement, le nombre important de photographies « polyphoniques » sur la figure n° 1. Le fait de privilégier telle ou telle modalité visuelle témoigne, en quelque sorte, de la logique de communication suivie par les magazines.

7 La présence de photographies *extradiégétiques* (type f1), c'est dire de photographies qui livrent une représentation du scripteur, de l'auteur instigateur du reportage ou du voyage, permet de mettre en scène l'information dans sa conception, dans son observation et son exposition. De sorte que, dans un grand nombre de publications, les photographies font des journalistes d'authentiques acteurs face au monde qu'ils déploient. C'est le cas dans les numéros d'*Ushuaïa Magazine* qui a été édité, en France, de 2004 à 2011 : les photographies exhibent systématiquement ceux par qui l'observation est réalisée et les images dévoilent, partiellement tout du moins, les conditions de production de l'information (surtout les plus spectaculaires). Dans un dossier sur le Pacifique Sud, c'est par exemple à travers les images

d'une ascension effectuée par Nicolas Hulot et le botaniste Philippe Danton que le reportage dévoile la flore de « l'île de Robinson Crusoé ».[6] Suivre les pas des journalistes et des experts permet effectivement au magazine d'exposer, par ce biais, l'information comme un récit photographique.

Un monde séduisant, entre le réalisme et l'extraordinaire

8 Dans les publications grand public de géographie, la photographie est d'abord envisagée comme un outil à la fois réaliste et – de façon un peu contradictoire - artistique d'illustration d'un monde s'imposant par lui-même et par la dimension poétique qu'il revêt. Il est visualisé dans ses dimensions matérielles et immatérielles qu'il faut reproduire de façon explicite et, si possible, esthétique pour satisfaire le goût supposé du public. Par exemple, lorsque le *National Geographic* photographie Stonehenge, le but est de construire une représentation originale d'un site qui, à première vue, apparaît comme « un amas de rochers quelconque au beau milieu d'une vaste plaine de caractère »[7]. Il s'agit de montrer ses « secrets » et tout est fait pour restituer l'esprit d'un lieu chargé d'histoire. La photographie révèle les mégalithes sous une lumière quasi surnaturelle, par laquelle l'atmosphère de mystère est rendue avec des couleurs s'acheminant, du magenta du ciel à l'orange de l'horizon, vers des pierres sombres illuminées par des couleurs aux reflets d'or.[8] Et le commentaire amorce l'idée d'un mysticisme que la photographie rend tangible :

> [a]u loin, les lumières de la ville d'Amesbury embrasent les nuages bas, donnant un aspect féerique aux pierres dressées, qui conservent pourtant les traces d'une construction traditionnelle (…).[9]

9 Grâce à l'esthétisme de l'image et par son commentaire, le *National Geographic* rend manifeste l'idée de magie. Dans les magazines de géographie, les représentations du monde se situent très souvent dans une sorte d'entre-deux : elles gravitent entre le réalisme défini par tout paysage qui s'impose à l'appui d'une photographie du fait, notamment, de l'illusion de transparence induit par son effet sensoriel, et la fabrique d'un lieu subjectivé par son caractère sublimé au regard du lecteur-spectateur. Cette situation, fréquente lorsque l'on tente de (re)produire un site ou un moment extraordinaire, est identifiée depuis longtemps ; elle rejoint les observations de Roland Barthes (1957, p. 99) pour qui les photographies des médias suggèrent par ce biais la surprise :

> D'autres photographes ont voulu nous surprendre, à défaut de nous choquer, mais l'erreur de principe est la même ; ils se sont efforcés, par exemple, de saisir, avec une grande habileté technique, le moment le plus rare d'un mouvement, sa pointe extrême, le plané d'un joueur de football, le saut d'une sportive ou la lévitation des objets dans une maison hantée.

10 Il en est ainsi pour Stonehenge : la photographie est toujours prise à l'aube ou à la tombée de la nuit. La volonté de trouver des couleurs évocatrices cherche à impressionner le regard. C'est le cas, selon R. Barthes, lorsque la capture de l'instant est gratuite et qu'elle est trop intentionnelle pour disposer d'un véritable effet sur le lecteur (Barthes, 1957). Sous l'angle de la géographie, toutefois, la multiplication des photographies donnant aux lieux un reflet quasi pictural et cherchant, par ce biais, à susciter l'étonnement, conduit les magazines à proposer une vision décalée du monde. Une vision qui entre, parfois, en contradiction avec la posture réaliste revendiquée par ailleurs.

La scénarisation

11 Lorsque l'on observe les types de photographies auxquels les magazines ont recours le plus fréquemment sur une année de parution, on s'aperçoit que ce sont des photographies que l'on pourrait considérer comme « scéniques » parce qu'elles définissent les formes, les lieux ou leurs habitants non comme des sujets statiques de la description mais, au contraire, comme des personnages actifs. Nous avons cartographié l'apparition des types de photographies dans dix à douze numéros de deux publications (*Geo* et le *National Geographic France*) pour faire apparaître la densité de chacun des recours. Sur la figure n° 2, quel que soit le magazine, le même contraste apparaît : l'importance du nombre des photographies « scéniques » caractérise des discours médiatiques pour lesquels la photographie se pose peu, à la différence des

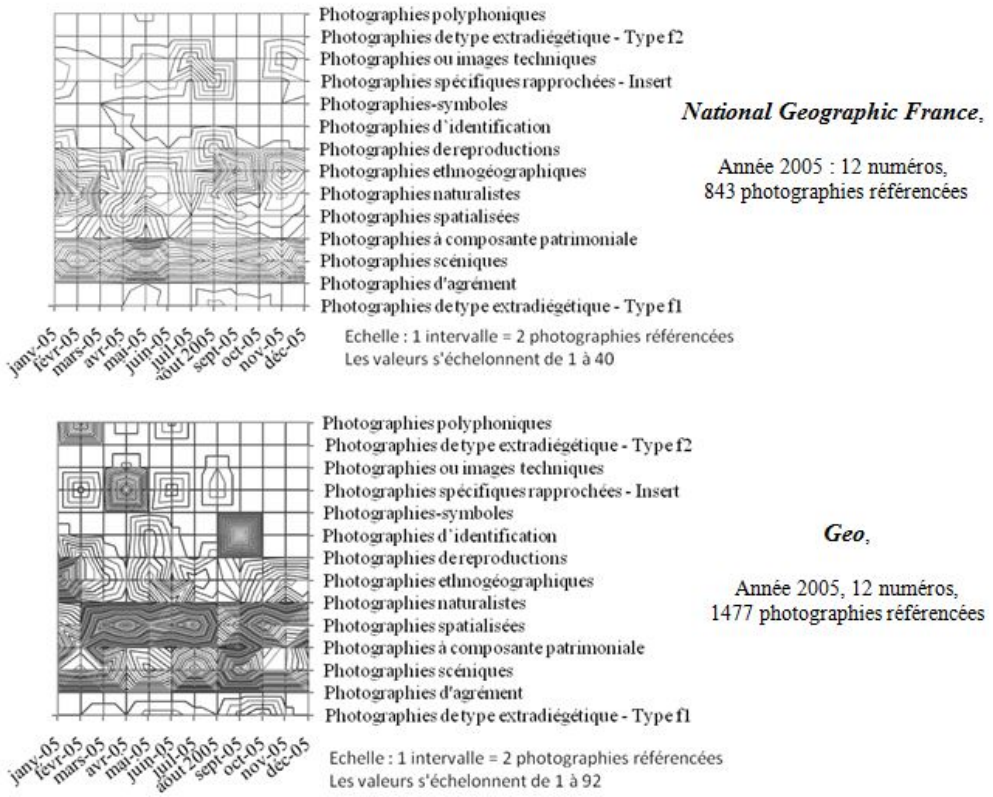
schémas, comme un dispositif de spécialistes ou un moyen mis au service de l'expression scientifique.

12 Ainsi dans les magazines grand public de géographie, les photographies se focalisent sur l'énergie des acteurs.[10] Quand un reportage du *National Geographic* évoque les Sioux Lakotas « au cœur des réserves », il s'appuie sur un portrait de Russel Means, un homme politique local dont la puissance du regard intègre le lecteur à la scène. La photographie présente un visage mis en valeur par des vêtements foncés et ses yeux fixent, hors champ, l'observateur tout en l'interpellant avec vigueur. Avec fermeté, l'homme va à la rencontre des lecteurs, exactement comme il l'a fait avec le journaliste qui l'explique dans le texte attenant :

> Lorsqu'il s'avance vers moi d'un pas assuré, le visage grave entouré par deux tresses entrelacées dans de longues lanières de cuir noir à franges, le regard hautain accompagnant une poignée de main nonchalante en guise de salut, je sens poindre la double fierté de son identité tribale et… de l'intérêt médiatique soulevé par son dernier effet d'annonce révolutionnaire : la création de la République des Lakotas.
> Depuis cette prise de position spectaculaire, l'ancien leader de l'*American Indian Movement (*AIM) dans les années 1970, aujourd'hui âgé de 68 ans, aime à répéter : « Je suis un homme libre ! » Il le clame, il le proclame les bras levés au ciel, dans un éclat de rire libérateur, avec un sens de la mise en scène propre à son métier d'acteur. Les médias – étrangers – ne cessent d'affluer dans son ranch de la réserve de Pine Ridge, dans le Dakota du Sud, intrigués par le panache du personnage – il figurait au générique du film *Le Dernier des Mohic*ans, en 1992 – et prêts à guetter l'arrivée de la cavalerie, comme dans ces batailles mythiques portées à l'écran par les Westerns hollywoodiens. Mais ici, nous sommes loin de la fiction.[11]

13 Certes, les revendications territoriales des Sioux de Pine Ridge ne sont pas fictionnelles. Mais c'est toute une partie du reportage qui est empreinte de fiction, jouant même de l'équivocité de la notion d'acteur : Russel Means est présenté à la fois comme un comédien et comme une personnalité emblématique de la lutte des communautés. L'accès à l'information bénéficie alors de la facilité du parcours romancé, avec ses avantages et ses inconvénients.

Figure 2 : Représentation mensuelle de chaque type de photographies



14 La photographie participe, régulièrement, de la scénarisation de l'information. Grâce au mouvement donné par l'iconographie, le rythme des reportages appuie celui des parcours de lecture. Par exemple, dans un dossier d'*Ushuaïa*, à la vue pittoresque d'un massif calcaire

dominant la Méditerranée fait suite un vol en ULM puis une scène d'escalade dans une galerie souterraine :[12] pour ne pas relâcher l'attention du lecteur, on suggère un mouvement qui l'entraine dans une histoire visuelle de sorte que les photographies insufflent, par-là, une vie au reportage. L'insertion d'images narratives, même lorsqu'elles ne portent pas, en elles-mêmes, un dynamisme spécifique, permet d'accélérer la succession iconographique en procédant comme le montage d'un film multipliant les plans.

15 Un dossier du *National Geographic* menant le lecteur du Japon à la Californie, afin de présenter les modes de vie justifiant de la longévité des humains, mobilise des photographies dans lesquels tous les sujets sont (hyper)actifs : un homme effectuant une randonnée en Sardaigne, une femme très âgée s'apprêtant à conduire, un retraité véliplanchiste ou un autre réalisant sa gymnastique, la tête à l'envers, sur une plage japonaise…[13] L'articulation des images constitue une sorte de photogramme initiant un niveau narratif de niveau supérieur, assimilable à ce Didier Mendibil a nommé « imagement ».[14] Les images font la démonstration d'une vitalité mais d'autres choix auraient pu réfuter cette idée. À la fin du numéro, le portrait du journaliste (David Mac Lain) le présente alors qu'il est embrassé par une femme italienne, centenaire, dans un élan de bons sentiments.[15] Même dans la présentation de l'auteur, la photographie illustre cette idée de vigueur : l'information est mise en scène. Ainsi, en soulignant le dynamisme des sujets, en précipitant le rythme du reportage, les photographies soutiennent le propos et renforcent l'adhésion des lecteurs. Le contenu du dossier n'est pas erroné pour autant, mais sa lecture doit s'accompagner de précautions. Dans les magazines, l'animation du traitement visuel renforce, du moins en apparence, la cohérence de la démonstration.

16 Au reste, les photographies extradiégétiques accentuent également cet effet en mettant en scène les reporters pour en faire des acteurs face au monde qu'ils déploient. On donne ainsi la possibilité, au lecteur, de rencontrer ceux qui conçoivent l'information. Mais la précipitation du regard est plus forte quand la trame visuelle est étayée de tensions narratives. L'entrée dans le savoir se fait alors de façon dynamique pour capter le lecteur… qui reste à conquérir parce qu'il est l'acheteur.

Transmettre une expérience et développer un rapport affectif au monde

17 Les photographies sont souvent sélectionnées pour susciter des sentiments : l'émerveillement face à un lieu ou devant une découverte, l'étonnement face à une coutume, un mode de vie, etc. L'émotion éprouvée constitue une expression du rapport entretenu avec le monde extérieur et les images, en quelque sorte, permettent de s'en emparer. Quand *Geo* photographie la Méditerranée dans un numéro qui lui est presque entièrement consacrée, on voit cette dernière apparaître comme une vision de rêve sur l'horizon : le regard, ébloui dans la blancheur du village de Santorin d'où est pris le cliché, est dirigé au premier plan par une porte aux couleurs d'un bleu si puissant qu'il le plonge, une fois l'entrée franchie, dans les eaux cycladiques.[16] Le commentaire insiste sur le caractère original du paysage en lui offrant une signification conforme à l'esprit de la publication : « [c]e bleu profond, cette porte ouverte sur l'aventure (ici le village d'Imerovigli, dans les îles grecques de Santorin) mettent en lumière des horizons uniques au monde ».[17] Le cliché est pris, selon le texte du reportage, par un photographe qui « hume depuis toujours cette géographie humaine qu'il a fait sienne ».[18] Tout paraît transparent mais tout est construit et orienté, en définitive, par un commentaire insistant sur l'unicité du point de vue. En général, la multiplication des belles images favorise certes les ventes mais l'aspect évocateur des photographies - qui sont parfois retravaillées - influe sur la façon dont sont les lieux montrés et, nécessairement, sur celle dont le public les conçoit.

18 Avec l'image, les reportages peuvent représenter l'émerveillement face à un lieu, devant une découverte, ou l'étonnement face à une coutume, un mode de vie, etc. Dans un reportage du *National Geographic* publié en septembre 2008 par exemple, le lecteur peut observer, en contre-plongée, le visage d'archéologues alignés autour d'une fosse afin d'observer les « dépôts de *terra preta* fertile » qu'ils viennent d'exhumer : tous regardent un objet que le lecteur ne voit pas puisqu'il se trouve au niveau de ce dernier, en contrebas, devant les

archéologues.[19] Alors que le territoire où sont réalisées les fouilles est photographié sur la page d'à côté, l'angle de vue confère une fonction originale à l'image : elle reconstitue l'instant passé d'une découverte - le sentiment qui l'a accompagné - plutôt que le site de la recherche en lui-même. Le lecteur a l'impression d'être sis à côté d'un trésor (celui constitué par le sol anthropogénique) dont les caractéristiques, autrement révélées, lui paraîtraient peut-être dignes de peu d'intérêt. C'est une impression, surtout, qui est transmise, parce qu'on lui donne à vivre un souvenir remanié : celui d'une mise au jour archéologique dont on renforce le caractère spectaculaire en convoquant tous ses acteurs (toutes les personnes associées à la recherche) et en en leur demandant de jouer une situation idéalisée. La transparence affichée par la photographie contribue à l'opacité de la restitution car la représentation est, sinon un simulacre, du moins une reconstitution qui n'est pas présentée comme telle.

19 Différentes procédures visent à donner l'impression au lecteur qu'il participe directement aux situations qu'on lui donne à voir, aux moments de vie quotidienne ou aux événements qu'on lui décrit dans des lieux méconnus. L'effet subjectivant d'intégration à la scène par le cadrage contribue, plus particulièrement, à définir un « effet d'immersion » efficace (Labinal, 2015). En outre, le traitement des sujets joue aussi sur les émotions car les lecteurs doivent être absorbés et captés. Dans un reportage qui présente essentiellement le Pakistan comme le pays d'un peuple noyé dans l'extrémisme, le journaliste propose le récit du viol d'une jeune fille, son calvaire et les menaces subies par sa famille. Si, au fil de l'article, le lecteur est invité à adhérer à la représentation du Pakistan que l'on place devant lui, ce n'est pas tant par le biais d'un décryptage conscient de ce qu'on lui donne à lire que par l'effroi suggéré par la violence d'une radicalité qu'il ne peut accepter. On multiple les plans qui fixent son attention et le cadrage serré des photographies accentue la tension dramatique. Une première femme, voilée, est montrée telle une madone dans une pause spirituelle pour soutenir l'imagination du lecteur ;[20] une autre image favorise l'empathie en révélant le visage digne et meurtri d'une adolescente victime de viol, perdue derrière la souffrance de sa mère exprimée au tout premier plan.[21] En jouant sur la sensibilité du public, l'histoire visuelle étaye les idées développées par un texte persuasif.

20 Le procédé n'est pas rare dans ce magazine, ni même dans beaucoup d'autres où la photographie, par le cadrage et ses sujets, est convoquée pour donner un rôle actif au lecteur et favoriser son immersion en le plongeant dans la scène comme s'il y prenait directement part. Parfois, les cadrages subjectivants renforcent cette intégration par un pont visuel qui fait le lien entre le lecteur et ce qu'il découvre ou en lui proposant une image saisissante, voire choquante, pour l'impliquer affectivement. L'image et ses commentaires, mais également la mise en page, peuvent se conjuguer pour réduire la distanciation du lecteur. Et la photographie procède, alors, comme un argumentaire.

Des dispositifs iconographiques pour convaincre

21 Les *cultural* et des *media studies* ont souligné le rôle politique du *National Geographic* (Rothenberg, 1993, 2007 ; Tuason, 1999 ; Hawkins, 2010). Les magazines participent de la construction identitaire (García-Álvarez et Marías-Martínez, 2013) et élaborent un imaginaire dont les finalités sont nombreuses. Leur discours peut être instrumentalisé et, dans l'héritage des études postcoloniales qui se sont intéressées à l'imagerie occidentale (Arnold, 1996 ; Driver, 2004), nous avons précédemment montré que le recours à l'érotisme, dans le *National Geographic*, construit les représentations d'un monde exotique saturé d'impressions coloniales (Labinal, 2008). Dans les magazines, le traitement des espaces, la mise en scène de l'information et l'utilisation des images définissent des logiques spécifiques de communication qui permettent d'accoler des valeurs aux espaces et de transmettre une vision du monde qui peut être orientée (Labinal, 2015). Avec la photographie, il s'agit non seulement de susciter l'intérêt des lecteurs mais aussi de les convaincre. Discuter, de façon critique, les contenus des dossiers est toujours nécessaire.

22 Dans un reportage sur *La Nouvelle Amérique* dont le but affiché est de montrer les Etats-Unis après qu'ils ont tourné « la page des années Bush », un dossier de *Geo* cherche à revisiter les stéréotypes sur l'Amérique « profonde », dure et conservatrice parce que les

journalistes y ont rencontré « gentillesse » et « curiosité », jamais « d'arrogance » et une certaine idée de « la liberté et de l'anticonformisme ».[22] Leurs photographies font écho à un cheminement dont le but était de prendre acte, sans se détourner d'une ligne droite nord-sud, de « ce qu'il ce qu'il y aurait à voir ». Or, si les portraits donnent corps à leur propos, ils insistent sur les lieux communs les plus grossiers sans les mettre en question en dépit des bonnes intentions affichées. Sur les photographies proposées, personne ne sourit et les personnages semblent avoir posé avec pour seule consigne de montrer un visage aussi défiant que renfrogné. On sait que le fait de croiser le regard d'une personne portraiturée incorpore le lecteur à l'image, de sorte qu'il peut se sentir apostrophé. Ici, chaque personnage le fixe avec insistance et l'inclut dans la scène par un procédé que les publicitaires ont expérimenté de longue date. Mais les effigies n'initient aucun sentiment nouveau dans l'esprit du public, sauf à miser sur une ironie que les impressions visuelles ne parviennent pas à percer. Les reporters peignent une diversité faite de poncifs d'où émerge, au milieu du dossier, l'univers caricatural de la série télé « The Simpsons » incarné par une famille de banlieue plongée dans le mal être et la *malbouffe*. Pauses, postures, commentaires : tout est choisi pour camper les traits de cette parodie en la faisant passer pour vraie. Les membres de la famille donnent de la consistance au cadre que les journalistes avaient à l'esprit avant de se déplacer. Dans les pages attenantes, les valeurs traditionnelles sont suggérées par un couple de jeunes mariés et l'idée de violence - prête à exploser - est soulignée dans le commentaire d'une photographie d'adolescentes, étonnamment rapprochées d'un « sanglant » braquage de banque… Et sans que l'on sache pourquoi, le portrait d'un jeune joueur de golf permet ensuite une mise au point sur la délinquance. Les reporters forment et conforment le réel, donc, aux présupposés qu'ils souhaitaient revisiter[23]. Ils font rentrer les sujets dans un cadre connu et présentent les stéréotypes comme si ces derniers résumaient une société plus complexe. Au-delà des commentaires des photographies, le texte n'introduit qu'un correctif limité parce qu'il est contredit par des représentations qui, sans discernement, peuvent s'imprimer dans l'esprit de l'observateur. Loin d'être déconstruites, les images attendues sont reconduites et les lecteurs se sentent jugés par ces portraits qui font d'eux des intrus. La rudesse des hommes est ainsi confirmée mais les conséquences de ce procédé sont connues : par induction ethnographique, la photographie agit comme si elle représentait le caractère de milliers de personnes.

23 Les choix photographiques des magazines, qui sont souvent accentués par les commentaires, peuvent conduire le public à la généralisation au risque de conforter des clichés réducteurs. Dans un dossier portant sur les activités des multinationales en Afrique subsaharienne, par exemple, le *National Geographic magazine* rend compte des difficultés rencontrées par les petits producteurs africains qui sont soumis aux appétits des firmes multinationales. Les portraits de Fatima Alex, de Greda Telila et de Marie Mukarukaka, des paysans qui posent en fixant l'objectif et en exhibant des éléments donnés pour caractéristiques de leur état et de leur récolte, sont rabattus sur leur nationalité respective : les termes « Mozambique », « Ethiopia » et « Rwanda » se posent sous leur portrait comme des descripteurs en caractères gras, dont la visibilité est renforcée par une police d'écriture large qui s'impose sur le nom de chacun d'eux (lequel est plus discret)[24]. Le dispositif iconographique agit, dès lors, tel un argumentaire. L'articulation finalisée du texte et de l'image conduit à la généralisation, définissant le visage des trois protagonistes comme s'il était celui d'habitants types ethnicisés en amenant le lecteur à considérer que leur portrait est représentatif de la situation de l'ensemble des petits producteurs dans leur territoire national. Cela n'empêche pas les concepteurs du reportage, toutefois, d'introduire des nuances ; ici comme dans d'autres magazines, les photographies entretiennent des relations complexes les unes avec les autres. Des liens de causalité (une photographie s'inscrira, par exemple, dans le registre descriptif tandis qu'une autre viendra soutenir l'explication), de complémentarité (les deux premiers portraits témoignent, dans cet exemple, des difficultés des petits producteurs dans deux pays distincts, ce qui donne l'impression que leur situation est dominante), de concession et même d'opposition. Dans ce dossier, le regard négatif porté sur les multinationales s'appuie sur les deux premières photographies qui soulignent la misère engendrée par l'activité des firmes. Mais il est contrebalancé par le troisième portrait, antithétique parce qu'il présente la situation de la

paysanne mozambicaine : loin d'avoir été spoliée ou exploitée, elle parait satisfaite et illustre, en définitive, la situation des agriculteurs qui bénéficient des progrès techniques apportés par les multinationales. Elle ne semble pas, certes, particulièrement heureuse. Mais elle n'est pas dépossédée puisqu'elle arbore de beaux épis de maïs. L'iconographie est mobilisée dans le cadre d'un dispositif dialectique qui s'avère persuasif.

24 Les dispositifs photographiques développent généralement, dans les magazines grand public de géographie, un discours qui soutient le propos textuellement énoncé en présentant ses éléments les plus saillants. Il peut le nuancer, cependant, pour ajuster le propos ou prémunir l'auteur d'une éventuelle critique de partialité.

Conclusion

25 La photographie n'est neutre ni dans le *National Geographic* ni dans les parutions concurrentes : même lorsqu'elle paraît anodine, avec ses commentaires, elle déploie l'information en la scénarisant et lui donne un sens. Il est utile d'analyser ses modalités telles qu'elles apparaissent dans les reportages, car toutes n'impliquent pas un positionnement éditorial et/ou auctorial similaire. C'est là une condition nécessaire pour saisir pleinement la façon dont le discours se pose, ou cherche à s'imposer, au regard du lecteur. « L'image est un modèle de la réalité », nous dit Wittgenstein (1993, p. 38). Mais elle implique une réduction plus ou moins pertinente et suppose, sans conteste, des choix éditoriaux et auctoriaux qu'il faut appréhender : une photographie représente un fragment du réel et elle peut servir de terreau à la généralisation, même quand elle est choisie pour illustrer une situation singulière. Les concepteurs des magazines décident de ce qui est transmis et, par-là, de ce qui sera reçu malgré la diversité possible des réceptions, variables selon le public cible et les capacités particulières de chacun à discuter des contenus présentés. En définitive, comprendre comment le monde est livré au regard des lecteurs permet, nous semble-t-il, de mieux saisir la nature des représentations qui s'imprimeront ensuite dans leur esprit.

Bibliografia

Arnold, D. (1996). "Inventing tropicality", in D. Arnold (éd.), *The Problem of Nature: Environnement, Culture and European Expansion*. Oxford, Blackwell, pp. 141-168.

Barthes, R. (1957). *Mythologies.* Éd. du Seuil, 233 p.

Bonnett, A. (2002). "Geography as the world discipline: connecting popular and academic geographical imaginations". *Area,* 35 (1), pp. 55-63.

Driver, F. (2004). "Imagining the Tropics : Views and Visions of the Tropical World"". *Singapore Journal of Tropical Geography* , *Departement of Geography, National University of Singapore*, n°1, vol. 25, pp. 1-17.

García-Álvares, J. et Marías-Martínez, D. (2013). "Geographical magazines and popular geographies: the case of the Revista Geográfica Española, 1938-1977". *Journal of Historical Geography*, pp. 85-98.

Gaudreault, A. et Jost, F. (2000). *Le Récit cinématographique : Cinéma et Récit II*. Paris, Nathan/HER, 159 p. ; 1ère édition, Paris, Nathan, 1990.

Hawkins, S. (2010). *American Iconographic: National Geographic, Global Culture, and the Visual Imagination*. Charlottesville, University of Virginia Press, 252 p.

Johnston, R. (2009). "Commentary : On Geographic and geography". *New Zealand Geographer* (déc. 2009), Compilation journal, The New Zealand Geographical Society, vol. 65 (3), pp. 167-170.

Labinal, G. (2008). "L'érotisme dans la géographie grand public. Quelles reconductions idéologiques et visuelles, du *Journal des voyages* au *National Geographic* ? ", *Sexe de l'espace, sexe dans l'espace*. Cahiers Ades, n° 2, pp. 87-93.

Labinal, G. (2010) (Actes). "Une approche de la rhétorique médiatique sur les territoires : les déformations induites par l'énonciation et le jeu des temps", in Ortega Cantero, N., García Álvarez, J. y Mollá Ruiz-Gómez, M. (eds.) (2010) : "*Lenguajes y visiones del paisaje y del territorio*". Madrid, *Universidad Autónoma de Madrid / Universidad Carlos III de Madrid / Grupo de Trabajo de Historia del Pensamiento Geográfico de la AGE*, pp. 411-421.

Labinal, G. (2015). "Images, textes et visions du monde : les dispositifs à l'œuvre dans les magazines grand-public de géographie". *Cybergeo : European Journal of Geography* [En ligne], Epistémologie, Histoire de la Géographie, Didactique, document 723, mis en ligne le 19 mai 2015, consulté le 03 juin 2015. URL : http://cybergeo.revues.org/26982 ; DOI : 10.4000/cybergeo.26982

Levy, J. et Lussault, M. (sous la dir. de) (2003). *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés.* Paris, Belin, 1034 p.

Didier Mendibil (2008). « Dispositif, format, posture : une méthode d'analyse de l'iconographie géographique », *Cybergeo : European Journal of Geography* [En ligne], Epistémologie, Histoire de la Géographie, Didactique, document 415, mis en ligne le 12 mars 2008, consulté le 03 juin 2015. URL : http://cybergeo.revues.org/16823 ; DOI : 10.4000/cybergeo.16823]

Rothenberg, T. Y. (1993). "Voyeurs of Imperialism : The National Geographic before World War Two" in A. Godlewska et N. Smith (eds), *Geography and Empire : critical studies in the history of geography*. Oxford, Blackwell, pp. 155-172. In *Géographies anglo-saxonnes. Tendances contemporaines*, traduction de C. Hancock, Belin, pp. 116-130.

Tuason, J. A., (1999). "The ideology of empire in National Geographic magazine's coverage of the Philippines, 1898–1908". *Geographical Review*, 89 (1), pp. 34–53.

Wittgenstein, L., 1993, *Tractatus logico-philosophicus*, traduction de G. Granger. Paris, Gallimard, p. 38 ; 1ère édition, Routledge & Kegan Paul Ltd, 1922.

Notas

1 Dans le *National Geographic France*, toutes les photographies (de Robb Kendrick) illustrant un reportage de Robert Draper sur les « Cow-boys du XXIe siècle » sont en noir et blanc, qu'il s'agisse de photographier une réserve du Nevada, un ranch de l'Oregon, du Kansas ou du Wyoming (n° 99, décembre 2007, pp. 64-85). Le sous-titre du reportage (« Une tradition qui résiste ») donne les clés au lecteur pour comprendre ce choix. Dans d'autres reportages, l'éventuelle mixité couleur/noir et blanc peut soutenir l'opposition binaire antériorité/actualité d'une information ou de l'évolution qu'elle présente.

2 Cf. *National Geographic magazine,* "The meaning of North", août 2014, p. 99.

3 Cf. *National Geographic France*, n° 115, avril 2009, p. 70.

4 Cf. "Le bébé de glace", *National Geographic France*, n° 116, mai 2009, pp. 14-15. Le reportage suivant, qui montre brièvement l'activité des chercheurs d'os de mammouths, propose aux lecteurs l'image d'un paysage sibérien.

5 Cf. "Le bébé de glace", *op. cit.*, pp. 18-19 et 24-25.

6 Voir en particulier les pages 38-43 du dossier intitulé "Pacifique Sud. Îles mythiques du bout du monde", *Ushuaïa magazine* (seconde version), n° 2, novembre 2006.

7 Cf. "Si les pierres pouvaient parler", *National Geographic France*, juin 2008, n° 105, p. 30.

8 *Ibidem*, pp. 38-39.

9 *Ibidem.*

10 Plus loin dans le même numéro d'*Ushuaïa magazine*, par exemple, un fleuve himalayen emprunté par des villageois Zanskarpas pour leur trajet saisonnier vers la capitale du Ladakh devient, dans le commentaire d'une photographie, un « long serpent d'eau » qui ne « résiste pas au gel » et qui « emprisonne dans son sillage troncs d'arbres et rochers » (*Ibidem*, p. 66).

11 "Les Sioux Lakotas sur le sentier de la liberté", *National Geographic France*, n° 106, juillet 2008, pp. 50-69.

12 Cf. "France : découvertes insolites", *Ushuaïa magazine*, juin-juillet-août 2009, n° 17, pp. 36 *sqq*.

13 "Les secrets de la longévité", *National Geographic France*, n° 74, novembre 2005, pp. 20-49.

14 Pour définir une succession restreinte d'images à l'intérieur d'un même article ou reportage et dont l'association est commandée par une unité de sens totalement explicite, il est préférable de faire appel à l'expression forgée par Didier Mendibil (2008) : l'auteur désigne ainsi « la stratégie illustrative » résultant de « la répétition ou [de] la variation de plusieurs dispositifs de mises en pages dans l'espace d'un livre, d'un diaporama ou d'un site internet ». Notons que, dans un récit cinématographique, le « photogramme » consiste en une série de « cadres photographiques successifs » (Gaudreault, A. et Jost, F., 2000). Souscrire à l'emploi de ce terme nécessiterait de l'élargir à l'ensemble des représentations figurées (en subsumant, donc, les sèmes induits lexicalement par sa base) même si la fonction directrice que lui confère le composant grec affixal *gramme* (lettre) permet d'insister sur le caractère insécable de

l'articulation des images pour se rapprocher de ce qui fonde, en géographie, la différenciation entre *carte* et *cartogramme* (à savoir que ce dernier relève d'un « message indissociable du projet explicite » de son auteur – cf. Levy, J. et Lussault, M. (sous la dir. de) (2003, p. 132).

15 Cf. Rubrique "En coulisses : sur la route, sur le terrain, dans le monde entier", *National Geographic France*, n° 74, novembre 2005.

16 *Geo* "spécial Méditerranée. Richesses et enjeux d'une mer unique", n° 355, septembre 2008, pp. 144-145.

17 *Ibidem*.

18 C'est ce que précise une mention de présentation à propos de Jacques Maigne (*ibidem*).

19 Cf. "*Our Good Earth : The future rests on the soil beneath our feet*", in *National Geographic*, septembre 2008, p. 100 (version anglaise).

20 Cf. *National Geographic France*, septembre 2007, n° 96, p. 79.

21 *Ibidem*, pp. 98-99.

22 Cf. "La nouvelle Amérique", *Geo*, octobre 2008, n° 356, pp. 48-112. Les reporters signalent qu'ils ont « abordé cette portion des Etats-Unis avec en tête l'image d'une Amérique profonde, donc réactionnaire ». Pour « compagnons de voyage », ils sont partis avec « les fantasmes d'une Amérique qui évoque les films des frères Cohen, glauque, peuplée de serial killers, d'une contrée méfiante et violente, de villages hostiles » (p. 88).

23 Précisons que se positionner contre les lieux communs est désormais un véritable argument de vente car une réaction concessive au cliché peut être présupposée, attendue et intégrée dans une tentative de persuasion. C'est par exemple le cas dans les publicités du voyage qui, parfois, les assume. Une réclame pour Tahiti, réalisée conjointement par l'office du tourisme, Jets tours et Air Tahiti Nui, fait ainsi parler un touriste fictif revenant de l'île, sur une photographie résumant le cliché : « Nous avions toujours cru que les colliers de fleurs faisaient partie du folklore destiné aux touristes. Seulement, à notre arrivée en Polynésie, les habitants semblaient déjà nous considérer comme des proches en nous offrant les fleurs de Tiare dans un geste de bienvenue. C'est sans doute grâce à cela et à la douceur de la musique et des danses, que nous nous sommes sentis immédiatement membres d'une grande famille ». Donner une vérité au touriste, au lecteur ou au spectateur, avant de la contredire pour la réaffirmer, rend plus crédible le discours même si, au final, le cliché est reconduit. Dans ce cas, selon Didier Mendibil, « le rapport au monde et aux images s'est intellectualisé et enrichi d'une culture intericonique plus nuancée » (cf. entretien avec l'auteur, le 16 juillet 2009).

24 « *The next breadbasket* », *National Geographic/Food*, July 2014, pp. 57; 67; 71. Photographe : Robin Hammond.

Para citar este artigo

Referência eletrónica

Guilhem Labinal, « Le monde dévoilé par l'image », *Terra Brasilis (Nova Série)* [Online], 6 | 2015, posto online no dia 17 Dezembro 2015, consultado o 18 Janeiro 2016. URL : http://terrabrasilis.revues.org/1571 ; DOI : 10.4000/terrabrasilis.1571

Autor

Guilhem Labinal
Docteur en géographie, chercheur associé à l'équipe E.H.GO (Épistémologie et histoire de la géographie, UMR Géographie cités - CNRS)
Formateur à l'Ecole Supérieure du Professorat et de l'Éducation de l'Université Paris-Est Créteil (ÉSPÉ-UPEC)
guilhem.labinal@u-pec.fr

Direitos de autor

© Rede Brasileira de História da Geografia e Geografia Histórica

---

Resumos

En renforçant la dimension esthétique ou technique des photographies, en scénarisant l'information ou en jouant sur les tensions narratives, les magazines grand public de géographie utilisent des procédés visuels efficaces pour interpeller les lecteurs et transmettre leur vision du monde. Dans cet article, nous présentons les différents types de photographies identifiables dans les magazines et nous étudions, à partir d'un corpus constitué de centaines d'images, plusieurs caractéristiques de leur rhétorique visuelle. Nous illustrons certains dispositifs à l'appui d'exemples issus de publications telles *Geo* ou le *National Geographic magazine* (la version française, plus particulièrement).

O mundo representado em imagens: Qual a retórica fotográfica nas revistas de geografia para o público geral?

Reforçando a dimensão estética ou técnica das fotografias, encenando a informação ou jogando com as tensões narrativas, as revistas de geografia para o público em geral utilizam procedimentos visuais eficazes para atrair os leitores e transmitir sua visão de mundo. Neste artigo, apresentamos os diferentes tipos de fotografias identificáveis nas revistas e estudamos certas características de sua retórica visual, trabalhando com um amplo corpus constituído por centenas de imagens. Ilustramos vários dispositivos por meio de exemplos de publicações como Geo ou Revista Geográfica Nacional (em sua versão essencialmente francesa).

Representations of territories with photography: What kind of visual rhetoric is in mainstream geographic magazines?

Mainstream magazines of geography grab the reader's attention by strengthening aesthetic or technical qualities of photos, by introducing dramatic tension or by presenting journalists and experts as observers and characters in a story. They use visual processes and significantly integrating effects to convince with picture and to transmit a specific worldview. In this article we identify different sorts of photos in magazines dealing with geography and we examine the characteristics of their visual rhetoric, in order to analyze patterns concerning ways of objectifying reality and to show the assertive power of photography in publications as Geo or National Geographic magazine (essentially French version).

El mundo representado en imágenes: ¿Cuál es la retórica fotográfica en las revistas geográficas para el público general?

Reforzando la dimensión estética o técnica de las fotografías, escenificando la información o jugando con las tensiones narrativas, las revistas de geografía para el público en general utilizan procedimientos visuales eficaces para atraer a los lectores y transmitir su visión del mundo. En este artículo, presentamos los diferentes tipos de fotografías identificables en las revistas y estudiamos ciertas características de su retórica visual, trabajando con un amplio abanico de varios centenares de imágenes. Ilustramos varios dispositivos a través del ejemplo de publicaciones como Geo o National Geographic magazine (la versión francesa, concretamente).

Entradas no índice

Mots-clés : magazine grand public de géographie, photographie, regard sur le monde
Keywords : popular geographical magazines, photography, worldview
Geográfico : Mundo
Cronológico : Século XXI
Palabras claves : revistas de geografía popular, fotografia, visión del mundo
Palavras chaves : revistas populares de geografia, fotografia, visão de mundo