

1. LES PHOTOS/LES FILMS

Les photos/films illustrent toujours des instants passés mais peuvent avoir des rapports directs avec le présent et le futur. Ils peuvent initier des aspirations, exprimer des pensées, transcender des différences historiques ou culturelles, créer ou évoquer des souvenirs, simplement décrire un sujet ou fournir des informations.

Les photos/films sont souvent des créations élaborées, pour qu'elles soient réussies, le photographe/vidéaste/cineaste doit s'impliquer tant au niveau pratique que conceptuel. Le contexte dans lequel les photos/films seront vus est déterminant : musée ou rue, livre ou journal, télé ou cinéma... Le bruit, les odeurs, la température...

Le créateur doit adopter une approche personnelle des photos/films, sans pour autant négliger ce que les autres ont produit avant.

Les photos/films sont toujours une réalité, pas forcément une vérité. (ceci n'est pas une pipe)

S'ENTRAÎNER

- Collectes de photos par fonction, thème, artiste, goût, lieux, moments...
- Choisir un sujet, créer une collection. Se fixer des objectifs : une par jour, par mois...
- Présenter une même photo dans différents lieux, analyse.
- Visiter des expos, noter l'ordre, la taille, le format, le cadre...

2. LE SUJET

C'est ce que verra avant tout le spectateur qui l'interprétera en fonction du sujet lui-même et de la représentation qu'il en a déjà.

Cette relation triangulaire doit induire comment réaliser et présenter les photos/films.

Le photographe/vidéaste/cinéaste doit se passionner et respecter son sujet, tout en alimentant un processus créatif tiré de ses opinions et de son éthique.

Quant au sujet, a-t-on toujours besoin de le photographier lui-même

? Y faire référence par son environnement peut parfois suffire. Toujours s'interroger sur le lieu, l'heure et la qualité de la lumière.

- Faire une liste des activités, lieux, moments préférés puis une autre d'objets, animaux, chansons, musiques, couleurs, vêtements...
- À partir de ces listes, tirer un ou plusieurs sujets photographiques ou filmographiques en prenant en compte le fait qu'ils soient très visuel.

3. LE PUBLIC

Chercher un public acquis au lieu de vouloir se pervertir pour attirer tout public.

Être conscient de la destination finale de la photo.

La qualité technique tout comme la composition seront primordiales, elles joueront sur l'interprétation que feront les spectateurs de l'oeuvre finale.

- Expliciter et écrire son intention avant de faire la photo/film. Examiner les photos/films en rédigeant une analyse de toutes ses composantes. Croiser intention et analyse et

déterminer si c'est l'intention qui doit être clarifiée ou les photos/films qui doivent être améliorées ?

- Avant de visiter une expo, regarder le travail de l'auteur sur internet. Comparer les réactions avec les ressentis vécus face à l'expo elle-même.
- À deux. Commenter une collection de photos/films individuellement. Croiser les commentaires.
- Produire différents tirages d'une photo avec des formats, des supports différents. Étudier l'impact.

comme imageromans.over-blog.com

4. LA NARRATION

Ce peut être un fil conducteur ou l'explicitation d'un concept. La narration photographique ou cinématographique n'a pas nécessairement un début, un milieu et une fin.

Elle ne suit pas forcément un déroulement linéaire mais peut simplement insinuer ce qui s'est passé ou peut arriver.

On aborde une image d'une manière globale, c'est ensuite que l'on s'attache aux détails... la composition est donc primordiale, tout comme l'intention et le contexte dans lequel sont vus les photos ou les films.

5. LE TEXTE

Titres, slogans, incrustations, bulles, légendes, calligrammes, textes dans la photo elle-même, génériques, légendes qui n'ont pas de rapport avec le sujet (ce qu'a fait le photographe, le jour de la prise de vue par exemple - date et heure)... Il existe de nombreuses façons de combiner textes et images.

Vus ensemble, images et textes ne feront qu'un et seront interprétés collectivement, attention donc à ne pas contrarier et à respecter l'intention originale déjà largement polysémique.

Pourquoi utiliser le texte lorsqu'il s'agit de communiquer par l'image ? L'image ne remplirait-elle pas son rôle ? Ne se suffirait pas à elle-même ?

Une campagne publicitaire constituée par une image seule peut prendre des mois, voir des années pour être efficace... Un simple slogan va la renforcer, lui donner de la cohérence.

Le texte peut également remettre en question l'image qu'il accompagne.

Commenter une photo sans légende. Commenter la même photo avec une légende. Même exercice avec une légende différente.

Dans des UNES de journaux, modifier la photo principale. Commenter. Modifier le titre principal. Commenter.

Juxtaposer deux images. Donner une légende. Garder la même légende en trouvant deux autres photos pouvant l'illustrer. Travail inverse, garder les deux photos, changer légende.

Réaliser un clip à partir d'un poème, d'une chanson, d'un titre de livre, d'un article de faits divers...

6. SIGNES/SYMBOLES

Un symbole est une chose qui en représente une autre.

Un signe, lui ressemble ou imite le signifié.

L'utilisation des signes et symboles dans les films ou sur les photos est souvent intuitive, souvent analysée à posteriori.

Les facteurs environnementaux sont déterminants quant à l'interprétation que l'on en fera.

La juxtaposition de photos, également pourra modifier la signification du signe ou du symbole lui-même.

- Relever tous les signes et symboles rencontrés sur un trajet, chez soi, au travail, au restaurant, dans un service public, dans un magasin...

- Les classer.

- Réaliser de courts clips exprimant des idées simples : déclin, croissance, peur, bonheur, courage...

DOMNER DU SENS

