

LA CIRCULATION SUR LE WEB DES IMAGES DU SÉISME JAPONAIS

LE 12 MARS 2011 FATIMA AZIZ

Comment circulent les images d'un fait d'actualité international? Vendredi, en cherchant des photos du séisme japonais, Fatima Aziz s'est interrogée sur la façon dont on utilise les media sociaux comme Flickr et Twitpic pour trouver les photos d'une actu brûlante.

Ce vendredi matin, comme d'autres internautes j'ai appris la triste nouvelle du séisme japonais à travers mes navigateurs. Ma prise de conscience de l'événement a commencé par une image de la Une de Yahoo qui montrait des voitures à flot dans un déluge. D'habitude je ne prête pas attention au flash en image de Yahoo qui est souvent consacré aux célébrités, mais dans ce cas, j'étais sûre qu'il s'agissait d'une photo d'actualité¹. C'est à partir de cette photo/capture d'écran de la Une que ma simple visualisation s'est transformée dans une quête d'informations sur la toile.



L'efficacité du hashtag

En me connectant simultanément sur Twitter et Google Actualités, j'ai pu localiser la catastrophe. Effectivement les mots-clés tendances sur Twitter **#prayforjapan**, **#tsunami**, **#japon** et **#Tokyo Disneyland**, ont signalé immédiatement les régions affectées et ont affiné considérablement ma recherche. En plus de signaler d'autres pays touchés, les tweetos affichaient également des images partagées via **TwitPic**.

L'intégration du lien vers l'image dans les tweetos est une fonctionnalité efficace car elle amène directement sur le compte TwitPic du titulaire et donne accès à un corpus d'images regroupées sous le même hashtag. Depuis 2008, le TwitPic Image Share permet le partage des images sur Twitter et propose sur son propre site **une recherche** de contenu visuel à partir des mots clés & hashtags associés aux photos/vidéos.

TwitPic Image Search

#prayforjapan

Mixed Recent Popular

Search Whats Trending?



【速報】地震でグランドが割れた



People wait out their fate after Earthquake at Tokyo Disneyland in Japan.



Just in: New photo - Massive tsunami wave captured by NHK cameras (Reuters)



Oil refinery catches fire. #PrayForJapan



tsunami flooding coastal japan, horrifying. #prayforjapan



TERUSKANI #prayforJAPAN #prayforINDONESIA !!!



Atual estado do Japão... Se você tem amor no seu coração dedique um tempo e faça como diz a tag



#pickone TSUNAMI / TSUNAMI - #PrayForJapan #PrayForMetrov @tomtjok @najwashihab @panj



Sendai Airport covered with water. #prayforjapan

Dans le cas du séisme, un exemple des tweetos affichant des TwitPics étaient le hashtag #Tokyo Disneyland avec des photographies partagées par @mrdaps concernant les dégâts à Disneyland Tokyo.



People wait out their fate after Earthquake at Tokyo Disneyland in Japan.

Login to leave a comment

27 Comments

1 2 Next

Posted on March 11, 2011 by mrdaps

Vous êtes le visiteur 1.000.000
Ce n'est pas une blague!
En ligne le 11.3.2011 à 9:24:39
Vous venez d'être sélectionné à l'instant
Notre robot vous a choisi de manière aléatoire comme possible GAGNANT EXCLUSIF.
Cadeau Principal: MERCEDES
>> Cliquez ici <<

More media by mrdaps



Share this photo

Put this photo on your website

Views 47,794

Events

Tags

GROUPON CHAUSSURES a Paris Jusqu'à -70%

La réutilisation & circulation des images TwitPic

Latest pictures of Japan's 8.8 magnitude earthquake (PHOTOS)

Article

Back

4 of 8

Next



(Photo: Twitter users)

Japan's 8.8 richterscale earthquake

Powerful earthquake measuring 8.8 magnitude on Richter scale hitting off Japan, shaking buildings in Tokyo.

Quant à la recherche des articles sur Google Actualités j'ai repéré dans quelques articles de blogs privés et des sites de presse la réutilisation des photos Twitpic comme les images les plus récentes du séisme. Par exemple l'article "**Latest pictures of Japan's 8.8 magnitude earthquake**" sur le site **International Business Times** est illustré avec des photographies provenant de TwitPic (7 sur 8 images sont créditées "Twitter Users"). Curieusement, la réutilisation de ces images amènent à leur léger changement éditorial par exemple, la légende du départ est effacée ou modifiée.

En comparaison avec des premières images partagées en temps réel via Twitpic des sites de presse comme **la BBC, la Washington Post, Rue 89, Libération** ont proposé des extraits du JT japonais rediffusé par des chaînes américaines, des diaporamas ou bien des photos en grand format, très nettes.

Faute de comprendre le japonais, je n'ai pas cherché les tweetos nippons, par contre on peut retrouver les extraits du JT japonais partagés sur **Ustream**.

Et Flickr?

En m'interrogeant sur ma propre démarche, je me suis demandé si Twitter et sa fonctionnalité de fournir l'information en temps réel n'avait pas remplacé la proposition iconographique de Flickr?

La recherche sur Flickr se fait également par mots-clés et les tags les plus utilisés, mais le site ne propose pas de recherche du contenu partagé en temps réel ou des tags tendances. Mais en effectuant une recherche par les tags : *japan, earthquake* j'ai découvert des séries de photos consacrées au séisme, de belles images en grand format que j'avais déjà vu sur les sites de presse plus tard dans la journée d'aujourd'hui. En voici quelques exemples:

0 comments

JAPAN-QUAKE/



© All rights reserved
Uploaded on Mar 11, 2011
0 comments

Japan Earthquake



© All rights reserved
Uploaded on Mar 11, 2011
1 comment

JAPAN-QUAKE/



© All rights reserved
Uploaded on Mar 11, 2011
0 comments

JAPAN-QUAKE/



© All rights reserved
Uploaded on Mar 11, 2011
0 comments

JAPAN-QUAKE/



© All rights reserved
Uploaded on Mar 11, 2011
1 comment

JAPAN-QUAKE/



© All rights reserved
Uploaded on Mar 11, 2011
0 comments

Suite à cette découverte, j'estime que Twitter ou Twitpic n'ont pas remplacé Flickr, c'est l'usage de ces outils qui leur attribue un statut différent. La presse s'est servie des photos Flickr à plusieurs reprises, voir l'article sur ARHV "**Tous journalistes?**" **Les attentats de Londres ou l'intrusion des amateurs**. Alors, ce serait peut-être notre manière de rechercher l'image sur le web qui a changé car ce sont des outils proposant des moyens plus efficaces comme les hashtags et les flux de mots-clés tendances qui s'avèrent être le premier choix.

Dans le contexte de la catastrophe, l'avatar peut-il se détourner en image?

En plus du partage des tweets comme soutien aux victimes du séisme, plusieurs groupes et **pages Facebook** ont été créés vendredi sur le réseau social. Les membres de ces groupes et communautés partagent des liens, des images, commentent et participent, mais aucun de ces membres, ni sur Facebook, ni sur Twitter n'a pas pensé afficher et/ou diffuser leur soutien auprès des victimes à travers leur avatar.

Dans les contextes récents comme l'affaire Boris Boillon ou l'assassinat du Ministre des Minorités au Pakistan, l'avatar a été détourné de sa fonction visuelle pour servir à des fins iconographiques sur Twitter et Facebook, voir le billet "**L'avatar est-il une image?**". Comment expliquer cet absence de détournement dans le cas du séisme japonais? Plusieurs hypothèses sont possibles, peut-être il n'y a pas d'image éditée et mise en ligne qui peut servir la cause du détournement de l'avatar, ou bien il n'est pas toujours facile de résumer une catastrophe naturelle, de la réduire à une seule figure. Que faire et comment expliquer ce phénomène du détournement? Faut-il aller mener des entretiens auprès des

utilisateurs des réseaux sociaux et leur demander d'expliquer leur choix d'avatar?

Suite à cette observation, au moins un point méthodologique semble claire: le choix de l'avatar pour le détourner en image s'opère très vite, il est influencé par un événement national ou international. L'image choisie est souvent affichée comme soutien à un événement d'actualité. Toujours dans le contexte du détournement de l'avatar, le choix de l'image dépend aussi du corpus visuel proposé sur le web.

Cependant, dans le contexte de ce séisme, le corpus visuel est présent, mais peut-être trop vaste pour proposer une figure. Compte tenu de tous ces facteurs observables sur le web qui démontrent ses limites, mais aussi ses avantages il devient possible d'étudier le contexte du choix des images en termes de leur circulation et leurs usages.

>> Article initialement publié sur **Image Circle**, un blog de Culture Visuelle

>> Photo d'illustration de l'article : Flickr CC by-nc-sa **HisashiToday**

1. En fait, il ne s'agit pas du tout d'une photo, mais d'une capture d'écran d'un JT japonais. Faute d'images, les blogs et les sites de presse illustrent leurs billets avec cette capture d'écran, que certains sites affichent sans les titres en japonais, comme Yahoo. Cette découverte a été faite lors de la rédaction de ce billet [↔]

1 ping

Twitpic et colegram | Rendez-Vous En Terre Mal Connue le 29 mars 2011 - 16:25

[...] structure traditionnelle du temps et de l'espace de l'information. OWNI a consacré un très intéressant papier à ce phénomène, si développer ce sujet vous tient à [...]