

ANALYSE DE DOCUMENT ICONOGRAPHIQUE

Fiche méthodologique

I. Rappel du contenu de chaque étape présentée par les enseignant.e.s

5 étapes :

1. Description :

- Identifier les différents éléments composant le document étudié
 - Titre,
 - Légende, (= *texte court accompagnant une photographie. Elle est descriptive, et informative.*)
 - Éléments écrits, chiffrés, logos,
 - Couleurs,
 - Objets, etc...
 - Identifier la nature du document et la ou les techniques utilisées ;
 - Décrire la composition du document
- Ce que je vois et ce que je lis.

2. Sujet/thème :

Présenter :

- Le thème et/ou le sujet principal traité par le document,
 - Les thèmes secondaires (s'il y en a)
- De quoi cela parle ?

3. Fonctions/objectifs :

- Identification
 - Le ou les auteurs,
 - Le ou les commanditaires,
 - Le ou les publics visés,
 - Caractérisation du ou des fonction(s) du document et de ses modes de circulation
- Qui parle à qui et pourquoi ?

4. Analyse critique du document

A partir des **contextes** certains, possibles ou probables de sa production et de sa réception.

→ Que nous dit ce document iconographique du contexte qui l'a produit ?

RQ : Si certains contextes paraissent importants, mais que les informations pour étayer l'analyse ne sont pas disponibles ou pas connues il est parfaitement légitime de les énoncer succinctement. La condition *sine qua non* est que ceux-ci permettent d'enrichir le travail d'analyse, et de proposer des pistes ou hypothèses d'interprétation.

UET-fiche méthode TDI

/ !\ Il faut éviter de « plaquer » des contextes s'ils ne sont pas mobilisés directement dans les étapes de l'analyse du document. Il ne s'agit pas de réaliser une dissertation, une interprétation qui s'affranchirait d'une analyse méthodique du document présenté. Le document n'est pas qu'un prétexte ou une illustration, il faut toujours partir de l'image !

5. Questionnement libre et argumenté

A partir du point de vue d'un observateur **contemporain** (vous !)

→ Quelle(s) réflexion(s) et question(s) sur les pratiques et savoirs en santé (*thème de cette année, mais pas que*) vous suggèrent ce document ?

L'objectif ici est de changer de point de vue : en partant de notre impression visuelle (*qui est donc personnelle et située*) proposer des questionnements nouveaux du document. Regarder sous un œil nouveau, différent du contexte originel de production et de circulation, cette image. Il s'agit donc de prendre une distance temporelle, géographique, pourquoi pas émotionnelle.

6. Remarque concernant la méthode :

Il n'est pas obligatoire de suivre chaque étape dans cet ordre-là, le principal étant de ne rien oublier d'essentiel. Ce qui est important est de faire des liens entre les éléments de chaque partie.

Attention cependant à ne faire que décrire l'image dans un premier temps, l'interprétation venant par la suite. (Il faut de bonnes fondations avant de bâtir sa maison sinon elle s'écroule ; là c'est pareil !)

II. Exemple d'analyse : « Monter l'escalier contre le cancer du sein »

**Monter l'escalier
contre le cancer
du sein**

Contre le cancer du sein, bouger au quotidien, c'est déjà agir.

Bouger, manger varié et équilibré, surveiller son poids, diminuer sa consommation d'alcool et arrêter de fumer, réduisent le risque de développer la maladie. En adoptant ces comportements au quotidien, nous pourrions prévenir chaque année près de 20 000 cancers du sein. Aujourd'hui, le cancer du sein est encore le cancer le plus fréquent et le plus mortel chez les femmes.

Contre le cancer du sein, la prévention c'est tous les jours. Le dépistage, c'est tous les 2 ans.

SAVOIR C'EST POUVOIR AGIR

Retrouvez toutes les informations sur e-cancer.fr

INSTITUT NATIONAL DU CANCER

J'AGIS POUR MA SANTÉ

Affiche produite par l'Institut National du Cancer d'information visant à sensibiliser en septembre 2019. Cette affiche est tirée du site : <https://www.e-cancer.fr/>

I. Description

- **Observation simple** : On voit le bas des jambes d'une femme blanche, de profil, montant les escaliers. Elle porte un pantalon bleu foncé et des escarpins en daim à petits talons rouge vif. Les escaliers se fondent dans le fond qui arbore la même couleur, un bleu ciel. Les marches sont hautes et étroites.

- **Titre** : « Monter l'escalier contre le cancer du sein ».

Slogan en deux parties :

- "Monter l'escalier" en blanc
- "contre le cancer du sein" en bleu surligné en blanc.

On voit vraiment bien la deuxième partie par contraste avec la première.

Explicitement et avant même qu'on observe plus en détail l'image on voit que l'affiche a pour but la lutte contre le cancer du sein.

UET-fiche méthode TDI

- **Texte** : « Contre le cancer, bouger au quotidien, c'est déjà agir. »
 - En plus petits, différents conseils reposant sur des savoirs biomédicaux non énoncés explicitement : « Bouger, manger varié et équilibré, surveiller son poids, diminuer sa consommation d'alcool et arrêter de fumer, réduisent le risque de développer la maladie ».
 - Accompagnés d'une hypothèse et de données épidémiologiques : « En adoptant ces comportements au quotidien, nous pourrions prévenir chaque année près de 20 000 cancers du sein. Aujourd'hui, le cancer du sein est encore le cancer le plus fréquent et le plus mortel chez les femmes ».
 - Finalement, une injonction : « Contre le cancer du sein, la prévention c'est tous les jours. Le dépistage, c'est tous les 2 ans. »
 - De nouveau en bleu sur fond blanc « Savoir c'est pouvoir agir. », ce message ressort plus, comme pour attirer l'attention de l'observateur, lui donner envie de s'approcher pour prendre connaissances des différents conseils.
 - Renvoi vers un site internet d'information
- **Logos** :
 - En bas à droite figure le logo de l'Institut National du Cancer.
 - Juste en-dessous se trouve le logo du Ministère des Solidarités et de la Santé avec le slogan "J'agis pour ma santé" en lettres capitales.
- **Identifier la nature du document** : Affiche de campagne de prévention contre le cancer du sein

2. Sujet thème

- **Thème/Sujet principal** : Lutte contre le cancer du sein en promouvant le dépistage précoce qui permet d'éviter de nombreux cancers « 20 000 cancers » comme le souligne la légende. L'enjeu est de taille puisque « c'est le cancer qui est le plus diagnostiqué chez la femme ». Ainsi, appliquer les différents conseils inscrits sur cette affiche le but serait d'éviter beaucoup de cancers. Il est à noter que le nombre de cancer du sein est en augmentation légère chaque année et qu'il touche énormément de femmes. Cependant grâce à un dépistage précoce et régulier, « tous les deux ans » comme recommandé sur l'affiche, et dans une moindre mesure l'amélioration du diagnostic et du traitement, la mortalité n'a cessé de diminuer.
- **Thèmes secondaires** : Importance du sport pour maintenir une bonne santé globale. C'est un constat qui découle du fait que le sport aide à la lutte contre le cancer.

3. Fonctions/ objectifs

- **Auteurs** : On suppose que c'est une agence de communication qui est à l'origine de cette affiche
- **Commanditaires** : Institut national du cancer, Ministère de la Santé
- **Public visé** : Toutes les femmes mais on peut faire l'hypothèse que ce message s'étend aussi à leur entourage
- **Fonction du document** : Affiche à fonction préventive et incitative.
 - Elle a pour message explicite d'inciter les femmes à aller se faire dépister tous les 2 ans.
 - Elle a également pour fonction de rappeler différents comportements à adopter au quotidien, « Bouger, manger varié et équilibré, surveiller son poids, diminuer sa consommation d'alcool et arrêter de fumer »,
 - Cette affiche soulève également la notion d'empowerment, d'autonomisation.
- **Modes de circulation** : On peut supposer que cette affiche souhaite toucher les femmes tout particulièrement ; elle pourrait donc être présente dans des supports de la presse féminine. Celle-ci pourrait également être présente sur les réseaux sociaux et sur les sites consultés par les femmes. Dans les salles de consultation médicale...

4. Analyse critique du document

Contexte : Le cancer du sein est le cancer le plus fréquent chez la femme en France. Il représente à peu près un tiers de l'ensemble des nouveaux cas de cancer chez la femme et est la première cause de décès par cancer chez celles-ci. L'incidence de ce cancer étant en constante augmentation il s'agit d'un véritable problème de santé publique. Il est à noter que malgré une hausse des cas la mortalité est en baisse depuis les années 1990. Cela est permis grâce au développement de la prévention avec le dépistage précoce. Ce document s'inscrit donc dans une politique générale de prévention primaire et de sensibilisation de la population. Il insiste d'ailleurs sur l'importance de se faire dépister tous les deux ans.

Pour la partie suivante il est à noter que tous les éléments d'analyse pour les TD du SH6 se trouvent principalement déjà dans les cours. C'est donc normal si tous ces éléments ne vous viennent pas à l'esprit !

Il est intéressant de noter que cette affiche insiste plus particulièrement sur un de ces conseils : faire du sport. Le slogan nous dit en effet « Monter l'escalier contre le cancer du sein », cette phrase peut prendre deux significations différentes. Premièrement une lecture au premier degré : "Monter les escaliers" et donc tout simplement garder une activité physique. Cet effet est renforcé par l'illustration d'une dame gravissant des marches. Rester en forme en faisant du sport est donc un message de l'affiche. Deuxièmement, si l'on se penche sur un sens plus figuré, on pourrait se demander si cette montée d'escaliers ne pourrait pas représenter l'accès au savoir. Prendre son destin en main, monter les "escaliers" de la connaissance, prendre conscience des gestes à adopter pour minimiser les risques de cancer. Cette notion étant très présente sur l'affiche.

Cette affiche soulève également la notion d'empowerment, d'autonomisation. Le public est prévenu mais c'est lui qui doit agir, il est l'acteur de ses propres choix.

Malgré tout on reste dans un modèle assez paternaliste le ton utilisé dans la légende "Contre le cancer du sein, la prévention c'est tous les jours. Le dépistage, c'est tous les deux ans." étant assez péremptoire. Le message est clair ici, il faut écouter les solutions préconisées par les experts pour protéger notre santé car ceux-ci sont plus au courant de ce qui est nécessaire pour notre santé. Il n'y a pas le temps pour tergiverser sur l'attitude à adopter la problématique étant assez urgente. L'utilisation de phrases très courtes permet de donner une certaine rapidité à la lecture, un dynamisme, permettant de marquer le lecteur et le poussant à agir.

On peut ajouter que ce document – en plus du caractère « paternaliste », insiste très fort sur les comportements individuels – sans questionner les milieux qui les favorisent – stresse et anxiété au travail peuvent par exemple encourager le tabagisme ; les conditions de travail rendent difficile le suivi d'une activité sportive ; différents éléments d'ordre sociaux, rendre difficile l'accès à une nourriture saine...

Forte insistance sur responsabilité individuelle, sans trop interroger les milieux sociaux et éventuellement aussi environnementaux qui participent de la production du cancer de sein ou des modes de vie qui en favorisent la production.

Aussi, à quelle type de « femme » s'adresse ce document ? Idéale de la femme bourgeoise et dynamique ? Quel stéréotype féminin, rejoue aussi ce document – les talons, les chevilles nues.

5. Questionnement libre et argumenté

- Ce document et son contexte nous montre l'importance de la prévention face au cancer du sein et d'une manière plus générale des différents cancers. Néanmoins, la légende du document nous incite à effectuer un dépistage tous les deux ans sans préciser l'âge à partir duquel cette fréquence est de mise. Pourtant, des études ont montré l'inutilité de réaliser des tests de dépistage avant 50 ans ; une partie des constatations scientifiques est donc mise de côté pour inciter le destinataire à faire ce qu'on lui demande. La vérité est ici simplifiée : en effet, les mammographies ne sont pas destinées à tout le monde, elles sont utilisées chez les personnes de plus de 50 ans et les personnes à risques. Avant cela, à partir de l'âge de 25 ans, ce qu'il faudrait faire est un simple examen des seins par palpation tous les ans ; ce qui n'est pas évoqué ici. On dit simplement au public visé d'aller se faire dépister tous les 2 ans.

UET-fiche méthode TDI

- De plus, sur ce document il n'y a que des parties de corps féminins représentées. Pourtant l'entourage joue aussi un rôle important dans cette stratégie de dépistage, il peut l'encourager. Il peut donc être destiné aussi aux hommes, amis, partenaires ou membres de la famille.
- De plus, il faut savoir que bien que ce soit plus rare, les hommes peuvent également être touchés par le cancer du sein. En ne représentant qu'une figure féminine, l'affiche les exclut.
- Finalement, l'image s'adresse à un public francophone. En effet, un étranger ne sachant pas lire la langue, n'aura aucune idée du sujet évoqué par l'affiche ; la photographie n'évoquant en rien le cancer du sein. Sans le slogan, sans la légende, donc en ne considérant que le dessin en lui-même, le document perd de son intérêt préventif.

Remarque :

Concernant la 4^{ème} et la 5^{ème} partie, la différence entre l'analyse critique et le questionnement libre et argumenté n'est pas évidente **lorsqu'il s'agit d'un document contemporain**. La séparation entre les 2 parties est donc ici assez artificielle.

Ce qu'il est important de retenir est que l'analyse critique reste proche du texte, alors que le questionnement libre est l'occasion de le mettre à distance et de prendre des libertés. Du coup, ce qui intelligent, pertinent et bien argumenté mais qui est trop loin de l'image et qui ne peut pas être mobilisé pour le contexte, ils peuvent le placer ici.