

SGRO Pascal
Cherry Airlines
PISTES PÉDAGOGIQUES

REGISTRES PHOTOGRAPHIQUES

L'auteur assimile cette série à une campagne publicitaire pour une compagnie aérienne fictive, en référence au « Golden Age » de l'aviation civile, dans les années cinquante. L'esthétique des objets, des vêtements et celle des images elles-mêmes nous renvoient à une période d'après-guerre marquée à la fois par le retour à des formes de prospérité économique, par la réémergence des désirs de consommation, et par l'avènement de la photographie en couleurs dans tous les domaines (familial, presse, publicité...). Ainsi, ces images fonctionnent d'abord comme un répertoire de formes de représentations propres à une époque, y compris par l'image de la femme et du couple qu'elles véhiculent.

Un paradoxe réside dans la contradiction entre hyperréalisme des images et sentiment d'irréalité. Ce monde semble trop parfait à plusieurs égards : les personnages sont trop beaux, trop bien coiffés et trop heureux... Certes, c'est la fonction de la publicité que d'installer le spectateur dans un confort sans nuages, mais les codes ont changé, et l'un des intérêts de cette série est de nous le faire percevoir aussi clairement. Une telle béatitude n'est plus possible car une certaine « innocence » a été perdue face aux images de communication, et le spectateur contemporain en fera probablement une lecture au deuxième degré. Le recours à l'Intelligence Artificielle (IA), totalement assumé par l'auteur, nous éloigne de la photographie, mais incite à une réflexion sur les codes de représentation. Pascal Sgro pourrait affirmer avec nous : *ceci n'est pas une photographie*. Il n'empêche que tout, dans ces images, interroge le rapport de la photographie à la réalité. On y croirait *presque*, et si l'on finit par ne plus y croire, par résister à la tentation d'une mélancolie à l'égard d'un monde aussi rassurant et aussi dénué de questionnements inconfortables, c'est sans doute parce que c'est *trop beau pour être vrai*, par la volonté même de l'auteur.

THÈMES, MOTS-CLÉS

Image générée par Intelligence Artificielle - Publicité – Communication – Représentations de la femme et du couple - Transport aérien – Luxe

ANALYSE D'UNE IMAGE

Comme pour les autres images de la série, il ne s'agit pas d'une photographie, mais de ce que l'artiste et photographe Boris Eldagsen a baptisé du nom de *promptographie*. Ce terme souligne le fait que l'image est produite à partir de consignes écrites (appelées *prompts*) données à une application d'Intelligence Artificielle. Celle-ci, au moyen de recherches sur les données en ligne, va récupérer une énorme quantité d'éléments pour créer une image de synthèse, la plus conforme possible à la demande exprimée, en fonction des ressources disponibles. Le rapport avec la réalité visible n'est donc pas celui de la photographie. Celle-ci, qu'elle soit analogique ou numérique, est la trace d'une énergie lumineuse émanant directement de la scène ou de l'objet photographiés. Cette forme de contact physique immédiat avec le monde n'a jamais constitué une garantie de fidélité à sa réalité, et encore moins à sa vérité. Les choix de découpage de cette réalité par le cadrage et le point de vue, le séquençage des images (lorsqu'il s'agit d'une série) et au-delà les innombrables manipulations dont les photographies peuvent faire l'objet, par des procédés techniques ou des légendes erronés, tout cela devrait interdire de se fier

aveuglément à une photographie. Il n'empêche que la fidélité extrême de la photographie au visible continue de provoquer une très forte *tentation de réalité* chez le spectateur. .

La ressemblance construite par l'IA, de son côté, peut être quasi-parfaite aussi, mais pas davantage que celle d'une photographie. Le danger spécifique à l'image générée par IA réside surtout dans la maîtrise totale qu'exerce le concepteur sur ses images, et cela d'une façon complètement déconnectée de la réalité sensible. L'autre écueil important est celui de la normalisation des représentations utilisées par l'IA, puisque les données sont prélevées dans un corpus de données alimenté par l'ensemble des contributions au réseau Internet.

Qu'il s'agisse de photographie ou de promptographie, c'est essentiellement l'usage qui est fait de l'image, la façon dont elle est légendée ou contextualisée, et surtout les bonnes ou mauvaises intentions qui l'accompagnent qui décideront du degré d'honnêteté qu'elle préserve dans sa façon de décrire le monde.

Avec *Cherry Airlines*, Pascal Sgro utilise l'IA pour « augmenter » les caractéristiques esthétiques d'images dont la fonction est de convaincre -lisibilité extrême, lumières parfaites, aspect lisse et sans défaut, couleurs franches et vives...- En ajoutant à cette normalisation formelle quantité de clichés relatifs aux fonctions des femmes, sur le plan professionnel comme sur le plan de la séduction publicitaire, il donne à voir jusqu'à l'absurde la mécanique du procédé de communication. Enfin, la connivence avec le spectateur est entretenue par le biais de situations techniquement impossibles, bien que parfaitement réalistes sur le plan visuel.

L'image montrée sur cette fiche est un peu à part dans la série. En effet, elle se distingue par la présence de plusieurs éléments inconfortables. La position incongrue du homard au milieu de la table, et surtout l'écho qui est créé avec le personnage de droite, par la couleur et par la position des mains (écho répété de façon plus discrète chez le personnage situé à gauche) introduisent une sorte de menace latente, inattendue dans un registre de communication entièrement voué à promettre la félicité totale. En dérogeant à cette fonction rassurante, cette image peut déclencher un trouble chez le spectateur et un questionnement à l'égard des intentions de l'auteur. Le même trouble peut naître d'une autre image de la série : celle où deux personnages apparaissent comme absolument identiques.

PHOTOGRAPHES EN ÉCHO

Exposés aux Boutographies : Marie Lukasiewicz (série *Études*, 2016), **Peter Franck** (série *The Kodak Moment*, 2016)

Autres photographes : Boris Eldagsen

Exposition *La vie en Kodak – Colorama publicitaires des années 1950 à 1970*. Commissariat : **François Cheval** et **Gilles Mora**. Pavillon Populaire, 2015.



Le document « Pistes pédagogiques » est téléchargeable sur le site www.boutographies.com, rubrique « Le festival/Espace médiation ». Toutes les séries « en écho » qui ont été présentées aux Boutographies sont consultables sur ce même site, rubrique « Le festival/Archives/Tous les photographes ».

Les documents « Pistes pédagogiques » sont rédigés par Christian Maccotta