

## L'image dans les journaux lycéens - Fonctions, réglementation, utilisation -

L'Observatoire des pratiques de presse lycéenne s'est fixé pour mission, entre autres, d'organiser l'information de tous (élèves, directions d'établissement, enseignants et autres personnels, parents d'élèves...) en matière de presse lycéenne. Il veut encourager le dialogue et la prévention des situations de crise entre les acteurs de la vie scolaire.

Régulièrement, il propose des réflexions et des approfondissements relatifs aux questions sur la presse lycéenne, reprenant les propositions de ses membres sur des questions qui ne sont pas directement traitées par les textes, mais qui font débat dans les établissements. C'est l'objectif des « mémos », tous téléchargeables sur [www.obs-presse-lyceenne.org](http://www.obs-presse-lyceenne.org).

### INTRODUCTION

On entend souvent dire que nous vivons dans « une société de l'image », tant les moyens de diffusion et de communication sont aujourd'hui nombreux. Les journaux lycéens, qui sont aussi des médias, constituent à la fois des supports de production et de diffusion d'images dans le cadre scolaire. Ils sont ainsi confrontés à plusieurs aspects de l'image : le respect des règles juridiques concernant l'image qui sont parfois méconnues, et l'utilisation des images dans toute leur expressivité.

En effet, l'image a une puissance supérieure au texte de par l'immédiateté de l'impact qu'elle a sur le lecteur. Il est important de mesurer son rôle et son « poids » dans le journal, et d'analyser ses différentes fonctions.

Par ailleurs, il existe, en matière d'image, une multiplicité de droits et de responsabilités, souvent complexes et éloignés des préoccupations premières des rédactions lycéennes, alors même qu'elles s'appliquent à leurs journaux.

C'est pour répondre à toutes les questions liées à l'image dans le cadre des journaux lycéens que les membres de l'Observatoire ont réalisé ce mémo.

**Jets d'encre** Association nationale pour la promotion et la défense de la presse d'initiative jeune  
**Apel nationale** Association de parents d'élèves de l'enseignement libre > **CEJEM** Centre d'Etudes sur les Jeunes et les Médias > **Clemi** Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information - Education nationale > **FCPE** Fédération des conseils de parents d'élèves des écoles publiques > **FEP-CFDT** Formation et enseignement privés > **FSU** Fédération syndicale unitaire > **La ligue de l'enseignement** > **Ligue des Droits de l'Homme** > **PEEP** Fédération des parents d'élèves de l'enseignement public > **Reporters sans frontières** > **SGEC** Secrétariat général de l'enseignement catholique > **SGEN-CFDT** Fédération des syndicats généraux de l'Education nationale et de la Recherche publique > **SNALC** Syndicat national des lycées et collèges > **SNCEEL** Syndicat national des chefs d'établissements d'enseignement libre > **SNPDEN** Syndicat national des personnels de direction de l'Education nationale > **UNL** Union nationale lycéenne > **UNSA Education**

# PREMIERE PARTIE : NOTIONS ET REFLEXIONS

## I. Notions essentielles

### 1. Définir la notion d'image

« L'image » est généralement définie comme :

1. la représentation d'une personne, une chose par les arts graphiques et plastiques : la photographie, le dessin, l'infographie, etc. ;
2. la représentation d'une chose, d'une personne que l'on se fait par l'esprit ;
3. la métaphore par laquelle on rend une idée plus compréhensible.

On peut distinguer **différentes sortes d'images** : la photographie, le dessin, la caricature, la gravure, la peinture, l'infographie (art de l'image numérique), la reproduction d'œuvre, l'image commerciale... Dans les journaux, particulièrement les journaux lycéens, on retrouve fréquemment la photo, le dessin et la caricature. Il ne faut pas confondre ces deux derniers types d'image : une caricature est un dessin bien particulier qui répond à une volonté d'exagérer la réalité dans une optique humoristique (cf. lexique).

Pour ce qui est de l'image commerciale, elle peut revêtir plusieurs formes : un encart publicitaire, un logo de marque, etc. Elle incite à la consommation, promeut les avantages d'une marque, d'une entreprise.

Au-delà du support, **une image est aussi la représentation que l'on se fait de quelque chose, de quelqu'un, d'une organisation** - et donc la façon pour le public de la percevoir, d'où l'expression « image de marque ».

### 2. Particularité de l'image par rapport au texte

#### > Puissance de l'image

Contrairement au texte, **l'image percute le lecteur instantanément** :

- C'est l'image qui accroche en premier le regard du lecteur et qui va (peut-être) lui donner envie de lire l'article qu'elle illustre. Une image qui ne « frappe » pas le lecteur, ou qui le laisse indifférent, risque de le décourager de lire l'article ou même d'acheter le journal. Parce qu'elle a **un pouvoir d'attraction** sur le lecteur, le choix de l'image est crucial et ne doit pas être fait à la légère.

Ce qui fait la force d'une image, ce sont ses qualités de lecture, ici définies par Marcel Fignette :

**Immédiateté** : « On embrasse une image d'un regard et tout de suite, d'un seul coup, elle vous saute aux yeux. Le monde par l'image n'est plus évoqué, mais présenté : il envahit la conscience d'un coup. L'image ainsi suspend le sens critique et finit par tenir lieu de vérité. »

**Globalité** : « Une image est un tout. Tous les éléments qui y figurent vous sont donnés d'un coup ; nos phrases, elles, dans le langage oral, se déroulent, et il faut bien aller du commencement à la fin... Tandis qu'une image ne vous laisse pas la possibilité de réagir, elle s'agrippe à vos yeux. »

**Affectivité** : « Une image, sauf quand elle est purement informative ou vraiment mauvaise, nous met presque immédiatement dans un état d'âme ».

*Extrait de « Maquette et mise en page » par Pierre Duplan, Roger Jauneau et Jean-Pierre Jauneau - Editions du cercle de la librairie, 5<sup>ème</sup> édition, 2004.*

- Si elle peut donner envie au lecteur de lire l'article, **l'image peut également choquer**. La violence de l'image se ressent dans le trait du dessin, dans la couleur, le cadrage d'une photo... Il faut bien considérer tous ces aspects pour pouvoir choisir ou non de publier une image.

### > **Fonction informative, fonction illustratrice**

Une image a plusieurs fonctions : **elle peut apporter une information** en elle-même ou un complément d'information, ou encore **illustrer un article**. Dans tous les cas, elle doit toujours être accompagnée d'une légende. (Cf. importance de la légende)

## **II. Quelle politique de l'image pour la rédaction ?**

### **1. Publier une image : pourquoi et comment ?**

**L'introduction d'images dans un journal répond à une volonté de la rédaction** d'informer, d'illustrer un article, de faire rire par une caricature, de choquer, d'interpeler le lecteur.

Tous les journaux ne font pas le même choix : si certains s'appuient essentiellement sur le visuel pour faire passer un message, d'autres préfèrent adopter une maquette privilégiant le texte. **Le choix de la place des images et des images en elles-mêmes correspond donc bien à une « politique du journal », à une ligne éditoriale.**

### **2. Produire ou reproduire ?**

Une fois qu'on a décidé d'insérer une ou des images dans son journal, il faut trouver ces images. On peut :

- **produire l'image soi-même**, en sollicitant les services d'un dessinateur ou d'un photographe, qui peut être intégré à la rédaction.
- **reproduire une image**, c'est-à-dire utiliser l'œuvre de quelqu'un d'autre.

Il existe de multiples avantages à produire une œuvre soi-même. D'une part, **produire ses propres photos/dessins permet au journal de se forger une identité**, et fait son originalité. D'autre part, cela permet à la rédaction de **s'assurer de sa provenance** (ce qui n'est pas toujours le cas quand on récupère des images sur Internet). Rechercher des dessinateurs, photographes, graphistes au sein du lycée peut faire partie intégrante du projet rédactionnel. **N'oubliez pas qu'un photographe, dessinateur est un journaliste à part entière** (Plantu, Charb pour ne citer que les plus connus) ! Enfin et surtout, cela vous permet d'être au plus proche de votre intention, de **faire passer le bon message** : pensez à utiliser le dessin, qui permet souvent bien plus de possibilités que la photo.

**Le choix de produire ou de reproduire une image entre dans la ligne éditoriale du journal.** Certains journaux préfèrent utiliser uniquement des photos et dessins qui émanent directement de la rédaction, par souci d'indépendance ou pour être sûr de leur provenance. D'autres choisissent la reproduction, parce que cela apparaît plus facile ou parce qu'une œuvre déjà existante plaît. Dans ce dernier cas, il faut faire attention aux droits d'auteur qui s'appliquent sur cette œuvre (cf. Partie III - Droits et responsabilités).

### **3. Toute image est-elle bonne à publier ?**

**Toute image publiée dans un journal est régie par les mêmes règles que les écrits.** L'incitation à l'usage de substances illicites, la pornographie, la diffamation, l'injure, l'atteinte à la pudeur sont passibles de poursuites judiciaires.

Au-delà de la contrainte juridique, c'est aussi **un questionnement déontologique**. La rédaction est souveraine quant au choix de publication d'une image ; cependant il arrive que ce choix soit difficile lorsque l'image heurte ou choque en tentant de faire passer un message. Bien sûr, **il ne faut pas s'autocensurer et conserver sa liberté d'expression**. Néanmoins, il est important de **se fixer des limites en accord avec une déontologie**. Faut-il publier à tout prix une image au nom de la liberté d'expression, au risque de blesser un lecteur ou le sujet ? Il faut alors s'interroger sur l'impact que l'image peut avoir, le sens qu'on peut lui attribuer.

Même dans le cadre d'une caricature, d'une satire, d'une provocation assumée (et expliquée), il est important de garder à l'esprit le cadre du journal : un journal fait par des jeunes dont le lectorat comporte des mineurs.

Enfin, **une image publiée doit répondre à un besoin (en information, critique, illustration)**, et être utile au journal. Il est donc toujours utile de se demander quel est le rôle de l'image, dans quel but on la publie.

#### 4. Faire passer un message : l'importance du cadrage

Lorsqu'on prend une photo, on distingue trois points de vue :

- « **à hauteur d'œil** » : le photographe est au même niveau que son sujet
- « **en plongée** » : l'appareil est orienté vers le bas, ce qui rend le sujet plus petit
- « **en contre-plongée** » : le photographe est plus bas que son sujet, qui paraît plus grand

Le cadrage et la prise de vue sont des paramètres importants à prendre en compte, car ils donnent un sens à la photo ; ainsi, un sujet pris en photo « en contre-plongée » aura l'air imposant, tandis que pris « en plongée » il sera dominé par celui qui regarde la photo.

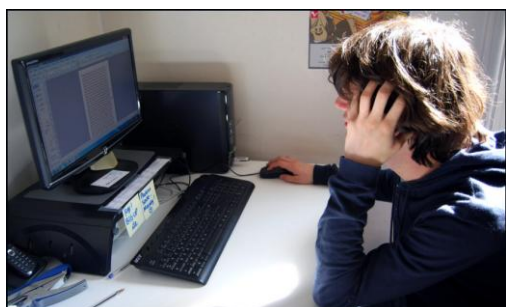
Viennent ensuite des distinctions de plan, qui sont importantes car le plan influe sur le sens de la photo :

- **le plan « général »** consiste à photographier le sujet dans son environnement général. Il est donc difficile voire impossible de reconnaître le sujet.
- **le plan « d'ensemble »** : Dans une moindre mesure, il est plus rapproché mais permet également l'association « sujet-environnement ».
- **les plans « moyen », « américain »** donnent une meilleure visibilité du sujet qui devient identifiable.

De même, une photo peut prendre tout son sens lorsque l'environnement du sujet est visible, dans un plan large : le même sujet pris en photo dans un plan serré n'aura pas la même signification.

#### 5. Expliquer l'image : l'importance de la légende

**Une image doit toujours s'accompagner d'une légende**. Là encore, il faut faire attention au choix du texte : s'il n'est généralement qu'informatif, il peut quand même influencer le lecteur et lui donner une vision particulière de l'image. **La perception qu'a le lecteur de l'image repose donc en grande partie sur la légende**, qui doit être réfléchie. Elle ne doit pas induire le lecteur en erreur en proposant une fausse interprétation de l'image – par exemple :



*Légende 1 :*

« De nombreux jeunes téléchargent illégalement des films ou de la musique. »

*Légende 2 :*

« Le maquettiste du journal du lycée en plein bouclage. »

© Jonathan Brunet / Association Jets d'encre

# DEUXIEME PARTIE : DROITS ET RESPONSABILITES

## 1. Le droit d'auteur

### > Respect de la propriété : droits moraux et droits patrimoniaux

Lorsqu'on publie une image (photographie, reproduction, dessin, etc.), **il est important de respecter le « droit d'auteur »**, qui protège le propriétaire de l'image en lui garantissant des droits sur son œuvre. Derrière la notion de droit d'auteur, il faut en fait distinguer « droits moraux » et « droits patrimoniaux » :

- Les droit moraux empêchent l'image d'être déformée, modifiée, et garantissent son intégrité et celle de son auteur.
- Les droit patrimoniaux permettent aux propriétaires légataires de l'œuvre (les « ayant-droits ») de tirer profit de la reproduction ou de l'exposition de celle-ci. Ils perdurent 70 ans après le décès de l'auteur.

Il est donc indispensable **d'obtenir l'accord de l'auteur de l'œuvre** (ou de ses ayant-droits) pour la reproduire dans un journal.

### > Sujet de l'image : respect de l'honneur et de la vie privée des personnes

En plus du droit d'auteur, il faut également **respecter le droit à l'image des personnes**. En effet, toute personne a un droit exclusif sur son image, et peut s'opposer à la publication de celle-ci. Quelques exemples de cas où vous pouvez être confrontés à ce droit :

- dans le cadre d'une interview, il vous faudra obtenir une autorisation signée de la personne concernée, ou de son représentant légal si c'est un mineur(e).
- si vous publiez une photo de groupe (d'une classe, par exemple), il vous faut obtenir l'autorisation de toutes les personnes identifiables sur la photo ou de leurs représentants légaux si ce sont des mineurs. (cf. annexes)

### > Qu'est-ce qu'un « copyright » ?

© est le symbole de « copyright », qui indique que l'image n'est pas libre de droits. Attention, le terme « copyright » est d'origine américaine et ne reflète pas la réalité juridique française. En effet, **la protection française du droit d'auteur est accordée du seul fait de la création et non pas du fait d'un dépôt**, comme aux Etats-Unis où une image protégée se voit alors marquée du signe ©.

Il est devenu courant d'accoler ce symbole suivi du nom de la personne ou de la société qui est détentrice des droits de reproduction, à des œuvres produites en France où le « copyright » n'est pourtant pas en vigueur. Dans tous les cas, **la présence du symbole © indique que la reproduction et/ou la modification de l'œuvre sont interdites sans consentement de la part du détenteur des droits** sur cette œuvre.

Pour autant, l'absence de sigle ou de mention du droit d'auteur ne signifie pas que l'œuvre n'est pas protégée !

## 2. Attention aux confusions

### > Les images dites « libres de droits » : attention aux méprises !

Il existe **différents types de licences**, qui permettent plus ou moins la reproduction d'une œuvre. Une image dont la licence est dite « libre » donne à chacun le droit d'utiliser, modifier, dupliquer, diffuser et vendre celle-ci selon les termes de la licence. Ces contenus sont aussi appelés « copyleft ».

Sur certains sites de photographies (comme Flickr), il est demandé quel type de licence les photographes veulent accorder à leurs photos :

- si elles sont « tous droits réservés », il est alors normalement impossible aux internautes de récupérer le fichier d'origine.
- si elles sont sous licence *Creatives Commons* (Cf. annexe) il est possible de les utiliser.

Attention à ne pas se méprendre : **les contenus libres ne sont toutefois pas des œuvres tombées dans le domaine public** (Art I 123-2 du Code de la Propriété Intellectuelle). Il s'agit de créations toujours protégées par le droit d'auteur, mais librement diffusées par la volonté de leurs auteurs (cf. Partie III – Droits et responsabilités).

### > Attention, l'Internet n'est pas « libre de droits »

S'il est devenu très facile de se procurer des images par le biais d'Internet, celles-ci ne sont cependant pas « libres de droit ». Ainsi, **tous les éléments présents sur Internet sont soumis de facto au droit d'auteur**, même si leur accès est libre et gratuit et qu'aucune mention ne précise qu'ils sont protégés.

**Il faut donc également une autorisation de l'auteur pour les reproduire, et il convient d'indiquer leur source dans le journal.**

Si l'auteur de l'image n'est pas précisé, celui qui publie l'image sur le Net est peut-être dans l'illégalité, et ne détient pas forcément les droits de l'image ! Vérifiez les sources pour pouvoir vous adresser à la bonne personne.

### 3. A-t-on le droit de modifier une image qu'on n'a pas produite ?

**Non : vous n'êtes pas autorisé à retoucher, modifier, etc. une image dont vous ne possédez pas les droits** ou qui n'est pas diffusée sous la licence *Creative Commons* appropriée.

Si vous possédez les droits de l'image, **le fait de la modifier doit faire l'objet d'un questionnement déontologique** : en effet, retoucher une image, la recadrer, etc. peut entraîner une perte d'information ou changer le message de l'image, même si votre intention n'est pas d'induire le lecteur en erreur.

### 4. Droit à l'image et droit à l'information : une contradiction ?

Lorsqu'on décide de traiter un sujet d'actualité pour lequel prendre des photos d'un événement public (comme une manifestation) semble nécessaire, **le droit d'informer par l'image se heurte au droit à l'image**. On peut distinguer deux cas :

- lors d'une manifestation, il est souvent difficile voire impossible d'obtenir les autorisations de reproduction de l'image de toutes les personnes identifiables sur la photo.
- les personnages publics photographiés dans le cadre de leurs fonctions, qui bénéficient également d'un droit à l'image.

L'article 9 du Code Civil stipule que « *la liberté de communication des informations autorise la publication d'images de personnes impliquées dans un événement, sous la seule réserve du respect de la dignité de la personne humaine.* ».

Cette situation est précisée sur la plateforme Educnet : « **Le droit à l'image ne peut pas faire échec à la diffusion d'une photographie rendue nécessaire pour les besoins de l'information.** Dans les établissements scolaires, cela peut s'entendre lors de l'organisation d'événements pour des photos en relation avec l'événement et qui évitent les gros plans et les images dégradantes pour le sujet concerné. Attention : la diffusion de ces images doit être limitée au temps de l'actualité liée à l'événement. » (Cf. annexe « Pour aller plus loin »)

Ainsi, dans un lieu public et particulièrement parmi une foule (comme dans le cas de manifestations), l'autorisation de la personne photographiée n'est pas nécessaire, à condition

qu'elle ne soit pas le sujet principal de la photo. Dans ce but, il peut être avisé de préférer les plans larges. Lorsque c'est possible, prévenez les sujets de la photo, pour qu'ils ne soient pas surpris lors de la publication du journal.

## 5. Cas particuliers

### > Y a-t-il une marge de tolérance pour les journaux lycéens ?

Non : le lycée est, comme n'importe quel lieu, régi par la loi, à laquelle les journaux lycéens doivent se conformer.

### > Images « tombées dans le domaine public »

Certaines œuvres sont dites « tombées dans le domaine public », c'est-à-dire **qu'elles ne bénéficient plus de la protection du droit d'auteur, du fait de leur date de création**. Il est donc possible de les reproduire dans un journal lycéen.

Si l'objet photographié est tombé dans le domaine public, il n'en va pas de même pour la photographie en elle-même, qui est une œuvre d'art à part entière protégées par le droit d'auteur. Souvent, certaines photos d'œuvres sont disponibles dans les dossiers de presse d'expositions et sont exploitables.

Les œuvres architecturales, comme les monuments historiques, sont également protégées par le droit d'auteur. Les architectes des bâtiments publics ont un droit d'auteur sur leurs œuvres, comme n'importe quel artiste. Ils ont donc le droit de poursuivre en justice toute personne qui reproduit leurs œuvres sans leur autorisation préalable. Quelques nuances :

- La Tour Eiffel, par exemple, peut être photographiée pour publication/diffusion en journée, mais pas en nocturne car son éclairage est considéré comme une œuvre d'art, pas encore tombée dans le domaine public.
- Un monument encore protégé par le droit d'auteur peut être représenté s'il n'est pas le sujet principal de la photo et constitue donc un « arrière-plan ».
- Vous ne pouvez pas reproduire sans l'autorisation de l'auteur un tableau, une photographie qui représente la Tour Eiffel, sous prétexte que celle-ci est tombée dans le domaine public.

### > Logos et images commerciales : attention au prosélytisme !

D'après le dictionnaire, le prosélytisme est le « zèle déployé pour répandre une foi, recruter des adeptes » (Nouveau Petit Robert). **Le prosélytisme commercial manifeste donc l'intention du rédacteur d'inciter le lecteur à préférer telle marque, telle entreprise, tel produit, et s'apparente à la publicité. L'interdiction du prosélytisme « commercial » est une spécificité de la presse lycéenne.** En effet, la publicité est présente dans les grands médias, qui ne sont pas soumis à cette règle. **La presse lycéenne évolue dans le cadre scolaire, qui se veut préservé de l'influence de la publicité.**

Attention, **un logo est une image qui appartient à une marque, c'est donc une propriété privée.** Il faut donc obtenir une autorisation de l'entreprise pour reproduire son logo. S'il peut arriver qu'un petit logo soit plus ou moins toléré (si cette publicité contribue à financer le journal, par exemple), il faut néanmoins prendre garde à ne pas en abuser, et préciser son rôle. La prolifération de logos publicitaires relève du prosélytisme commercial et peut entraîner la suspension de la publication du journal par le chef d'établissement.

Il existe cependant des tolérances : certaines images « commerciales » sont autorisées dans des cas particuliers. **La reproduction d'une couverture de livre, ou d'une affiche de film, d'exposition, manifestation culturelles, peut illustrer une critique. Dans ce cas, l'image n'est pas publiée dans une intention commerciale, mais en complément d'information : elle est donc tolérée.** (Cf. mémo « Prosélytisme et droit d'opinion dans les journaux lycéens »).

## TROISIEME PARTIE : ET DANS LA PRATIQUE ?

### 1. Quelques règles de bases

#### > « Sourcer » l'image

Les images comme les articles doivent être signées. Il est indispensable d'indiquer la source de l'image : **le nom de l'auteur doit figurer quelque part dans le journal (sous l'image, en bas de page, dans l'ours)**. Cette démarche permet d'abord au lecteur de savoir d'où vient l'image, et protège, en théorie, le droit de l'auteur sur celle-ci.

Parfois certaines images (principalement trouvées sur le net) ont ce qu'on appelle un « tatouage numérique » sur la photo ou « tag », « watermark », qui identifie leur auteur.

#### > Légender l'image

Une image est toujours mieux comprise si elle est accompagnée de quelques éléments de contexte. C'est pourquoi **une courte phrase explicative** est nécessaire. Légender une image, permet de **donner des indications complémentaires** sur celle-ci comme le lieu, l'action, le contexte, etc. ou la commenter en fonction de l'article auquel elle est rattachée. Pour autant, la légende ne doit pas être redondante avec la photo : c'est une valeur ajoutée.

#### > Obtenir les accords de reproduction des auteurs / sujets

Il est indispensable **d'obtenir l'accord de l'auteur si l'on veut reproduire et publier son œuvre**. Afin d'éviter tout malentendu et d'éventuelles poursuites, il est recommandé d'avoir une autorisation écrite et signée par l'auteur. Cette règle s'applique également dans le cas du droit à l'image des sujets identifiables sur des photos. Dans le cas des mineurs, une autorisation parentale est requise. (Cf. modèles proposés en annexe)

### 2. Comment obtenir une autorisation ?

Pour obtenir une autorisation de reproduction d'une œuvre ou de l'image d'une personne, il convient de **faire une demande par écrit à la personne concernée** et de lui proposer de **signer un document clair et précis reprenant les engagements de chacun**.

Voici quelques informations, à titre indicatif, qui doivent figurer dans un contrat d'autorisation : (Cf. modèles de formulaire en annexe)

- le nom de la personne ou de la société qui autorise ;
- le nom de la personne à qui l'autorisation est destinée ;
- si celle-ci n'est pas majeure, le nom du responsable légal ;
- l'usage défini pour l'image ;
- la durée de l'autorisation (est-ce pour une ou plusieurs publications ? le droit d'utilisation prend-il fin à une période précise ?)

**Il ne faut pas hésiter à demander** aux photographes, dessinateurs, etc. si vous pouvez réutiliser leurs œuvres dans le cadre de votre journal. Contactez la rédaction qui vous mettra en relation avec l'auteur. Vous pouvez également demander au propriétaire d'un blog ou d'un site de presse, l'autorisation de reproduction. **Elle est souvent accordée facilement, tant que le journal ne poursuit pas un but commercial, ce qui est le cas des journaux lycéens.**



### 3. Où peut-on trouver des images « libres de droit » ?

Sur Internet, il est relativement facile d'accéder à plusieurs plateformes sur lesquelles vous serez proposés des images « libres de droit » - par exemple :

- La plateforme [Telechargement-legal.org](http://telechargement-legal.org) recense de nombreux sites où les images sont libres de droit et gratuites. ([www.telechargement-legal.org/photos-libres-gratuites.html](http://www.telechargement-legal.org/photos-libres-gratuites.html))
- La Bibliothèque nationale de France propose sur la plateforme [images.bnf.fr](http://images.bnf.fr) des images tombées dans le domaine public ou des reproductions d'œuvre d'art, sous format numérique. Ce service est payant, mais vous garantit l'origine des images.

## CONCLUSION

Depuis qu'ils existent, les journaux lycéens sont illustrés de nombreux dessins, photographies ou caricatures : les images, comme les écrits, sont une forme d'expression à part entière.

L'utilisation de l'image, si on s'arrête aux questions juridiques, paraît compliquée ; mais toutes ces difficultés auxquelles vous pouvez être confrontés sont surmontables. Même avec peu de moyens, il vous est possible de publier des images dans votre journal dans le respect des règles.

N'ayez pas peur d'intégrer cette dimension visuelle à votre projet rédactionnel. Cherchez photographes, dessinateurs, (info)graphistes, peintres et autres talents qui donneront une personnalité à votre journal, égale à la richesse de ton que lui donne ses rédacteurs.

## ANNEXES

- > Lexique
- > Fiche pratique pour décrypter les *Creative Commons*
- > Références réglementaires et sources d'information
- > Modèle d'autorisation de reproduction d'une image protégée par le droit d'auteur
- > Modèle d'autorisation de reproduction de l'image d'une personne (mineur / majeur)

# ANNEXE 1 : LEXIQUE

## > Caricature

Dans le dictionnaire de l'Académie française, elle est définie comme une « *image satirique dans laquelle on représente d'une manière humoristique, bouffonne, grotesque, des personnages qu'on veut tourner en dérision.* »

## > Image commerciale

Image provenant d'une entreprise ou d'une collectivité, association, etc. Généralement associé au logo, l'image commerciale peut être aussi une image composant la charte graphique, la police de caractères utilisée, etc.

## > Droits moraux

Les droits moraux ne sont détenus que par l'auteur de l'œuvre. Ils ne peuvent être cédés, ils sont inaliénables et perpétuels. L'expression recouvre en fait quatre droits :

- le droit à la paternité : il peut inscrire son nom sur l'œuvre ;
- le droit de divulgation : lui seul peut décider des conditions d'exploitation de son œuvre ;
- le droit au respect de l'œuvre : l'auteur est protégé contre toute tentative de modification ou de dénaturation de l'œuvre ;
- le droit de retrait ou de repentir : l'auteur peut décider de modifier son œuvre ou de la retirer de la circulation.

## > Droits patrimoniaux

Les droits patrimoniaux sont des droits économiques, qui permettent à l'auteur de tirer des avantages financiers de son œuvre. Ils perdurent 70 ans après le décès de ce dernier. Ils se décomposent en deux droits :

- Le droit de reproduction
- Le droit de représentation

## > Licence

Une licence d'utilisation est un modèle d'accord qui permet de conditionner l'utilisation d'une œuvre quelque soit le support (image, photographie, vidéo, son, texte...) à partir des droits moraux et patrimoniaux.

## ANNEXE 2 : DECRYPTER LES « CREATIVES COMMONS »



### > Les *Creatives Commons*, qu'est-ce que c'est ?

Les *Creatives Commons* (CC) ne relèvent pas de la législation française. Ce sont des « licences », c'est-à-dire des autorisations non exclusives permettant aux titulaires de droits d'autoriser le public à effectuer certaines utilisations sur leurs produits multimédias et contenus web (texte, film, photo, musique, site, etc.). Le concept des CC est le partage de contenu respectant le droit d'auteur.

### > Les différents sigles

Il existe 6 licences définies par l'association de 4 termes associés chacun à des pictogrammes :



**Paternité** : la copie, la distribution, l'affichage et la communication de l'œuvre est autorisée par son auteur. La modification de l'œuvre est possible, à condition que le nom de l'auteur soit cité. C'est la licence la plus souple possible.



**Pas d'utilisation commerciale** : la copie, la distribution, l'affichage et la communication de l'œuvre est autorisée par son auteur. La modification de l'œuvre est possible, mais uniquement à des fins non commerciales (*c'est donc possible pour un journal lycéen*). Le nom de l'auteur doit être cité.



**Pas de modification** : la copie, la distribution, l'affichage et la communication de l'œuvre est autorisée par son auteur, mais aucune modification ne doit y être apportée.



**Partage à l'identique** : la distribution ou la modification de l'œuvre n'est permise que dans les mêmes conditions que l'œuvre originale.

Pour plus d'informations : <http://creativecommons.org/licenses/>

## ANNEXE 3 : REFERENCES « POUR ALLER PLUS LOIN »

- > **Fiche pratique CLEMI : « Illustrer son journal dans le respect des droits »**  
[http://www.clemi.org/fichier/plug\\_download/16178/download\\_fichier\\_fr\\_clemi\\_illustrer\\_mon\\_journal\\_juin2010.indd.pdf](http://www.clemi.org/fichier/plug_download/16178/download_fichier_fr_clemi_illustrer_mon_journal_juin2010.indd.pdf)
- > **« Vie privée et droit à l'image des personnes », article juridique proposé par Avocats-Publishing, cabinet juridique spécialisé dans les questions de propriété intellectuelle**  
<http://www.avocats-publishing.com/Vie-privee-et-droit-a-l-image-des,142>
- > **Un lexique complet des termes liés à l'utilisation d'images, proposé par Eduscol**  
<http://eduscol.education.fr/legamedia/legadico/lexique>
- > **Site consacré au droit de l'image et des images, avec une rubrique sur l'image des biens**  
<http://www.droit-image.com/>
- > **« Photos et droit à l'image », article proposé par Legiculture, portail d'information des professionnels du spectacle**  
<http://www.legiculture.fr/Photos-et-droit-a-l-image.html>
- > **Informations et conseils autour du droit à l'image, sur le site de l'académie de Besançon**  
<http://www.ac-besancon.fr/spip.php?article1075>
- > **Note du ministère de la Culture sur l'exploitation de documents numérisés**  
<http://www.culture.gouv.fr/culture/mrt/numerisation/fr/dll/juridi.html>
- > **Droit d'auteur, droit à l'image dans le cadre d'une association 1901**  
[http://www.associations.gouv.fr/article.php3?id\\_article=35](http://www.associations.gouv.fr/article.php3?id_article=35)
- > **Code civil : droit de toute personne au respect de sa vie privée**  
[http://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?sessionId=3C53938B9369AF1EE84DA1A6AEB6AF3B.tpdjo14v\\_3?idArticle=LEGIARTI000006419288&cidTexte=LEGITEXT000006070721&dateTexte=20100214](http://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?sessionId=3C53938B9369AF1EE84DA1A6AEB6AF3B.tpdjo14v_3?idArticle=LEGIARTI000006419288&cidTexte=LEGITEXT000006070721&dateTexte=20100214)
- > **Sur la reproduction d'œuvres d'art du domaine public conservées dans des musées**  
<http://jastrow.wordpress.com/2010/08/18/droit-photos-et-musees/>
- > **Articles Wikipédia** (sommaire, mais l'essentiel y est... à utiliser avec précaution !)  
[http://fr.wikipedia.org/wiki/Droit\\_%C3%A0\\_l'image](http://fr.wikipedia.org/wiki/Droit_%C3%A0_l'image)  
[http://fr.wikipedia.org/wiki/Creative\\_Commons](http://fr.wikipedia.org/wiki/Creative_Commons)  
[http://fr.wikipedia.org/wiki/Licence\\_libre](http://fr.wikipedia.org/wiki/Licence_libre)

## ANNEXE 4 : MODELE D'AUTORISATION DE REPRODUCTION DE L'IMAGE D'UNE PERSONNE

### > Pour les personnes mineures

Je, soussigné(e), [prénom et nom], cède au journal [titre du journal] représenté par [prénom et nom du responsable de publication], par le présent contrat, les droits que je détiens sur l'image de mon fils / ma fille [prénom et nom], telle que reproduite sur les photographies réalisées à l'occasion de [nom ou description de l'évènement au cours duquel la photo a été prise] le [date de la prise de vue] à [lieu de la prise de vue].

En conséquence, j'autorise le journal [titre du journal] à publier ces images, sans que cela occasionne une demande de rémunération de ma part.

Je n'autorise pas en revanche le journal [titre du journal] à céder lui-même, et sans me consulter, l'image de mon fils / ma fille à des tiers.

Fait à : [lieu]

Le : [date]

Signature du représentant légal

### > Pour les personnes majeures

Je, soussigné(e), [prénom et nom], cède au journal [titre du journal] représenté par [prénom et nom du responsable de publication], par le présent contrat, les droits que je détiens sur mon image, telle que reproduite sur les photographies réalisées à l'occasion de [nom ou description de l'évènement au cours duquel la photo a été prise] le [date de la prise de vue] à [lieu de la prise de vue].

En conséquence, j'autorise le journal [titre du journal] à publier ces images, sans que cela occasionne une demande de rémunération de ma part.

Je n'autorise pas en revanche le journal [titre du journal] à céder lui-même, et sans me consulter, mon image à des tiers.

Fait à : [lieu]

Le : [date]

Signature