Produire l'actualité des images

Valentina Grossi

► To cite this version:

Valentina Grossi. Produire l'actualité des images. Réseaux : communication, technologie, société, 2018, n° 212 (6), pp.179. 10.3917/res.212.0179 . hal-03442014

HAL Id: hal-03442014

<https://hal.science/hal-03442014>

Submitted on 22 Nov 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Valentina Grossi, doctorante en sociologie au LIER/IMM (EHESS)
10 rue Monsieur le Prince, 7006 Paris
e-mail : valentina.grossi@ehess.fr

Produire l'actualité des images : le travail d'assemblage dans les bureaux de l'Agence France-Presse

Producing newsworthy images : the assembling work at Agence France-Presse

Résumé

Cet article vise à analyser le soubassement sociotechnique nécessaire pour produire la valeur d'*actualité* des images de presse et stabiliser leur rapport au temps, à travers une enquête ethnographique au service photo de l'Agence France-Presse. Si le rapport au temps de ces artefacts gagne à être dénaturalisé, l'enquête montre que sa production est néanmoins encadrée par ce que nous appelons des « dispositifs d'assemblage » répondant à des normes professionnelles spécifiques. Dans la lignée des travaux sur l'évaluation et la production de valeurs, on voudrait donc montrer que la production de la *valeur d'actualité* de ces objets informationnels ne peut pas être déconnectée du travail d'évaluation et d'inscription mené par les professionnels au cours de l'activité.

Based on an ethnographic fieldwork at the Agence France-Presse's photo service, this article examines the socio-technical devices behind the production of press photos' newsworthiness and their relation to temporality. Through an analysis of the specific « assembling work » that contributes to the production of press photo's temporality and which are regulated by specific professional standards, the paper helps denaturalize the temporality of these photos. Further, by showing that the production of press photos' newsworthiness is related to a specific evaluation and registration work, the paper makes a contribution to the existing literature on evaluation and value production.

Mots-clés

images d'actualité ; temporalité ; assemblage ; travail scriptural ; évaluation ; valuation ; infrastructure

news pictures ; temporality ; assemblage ; scriptural work ; evaluation ; valuation ; infrastructure

INTRODUCTION

La question de la temporalité est intrinsèque à la définition même de ce que l'on entend communément par « images d'actualité ». Alors que les travaux d'historiens portant sur de telles images abordent le plus souvent la question de la temporalité sous l'angle de l'urgence, insistant sur le caractère périssable de leur « valeur d'information » (*newsworthiness*) et sur l'importance de la rapidité de leur transmission [Chermette, 2012 ; Hill, 2015], nous aimerions reproblématiser, d'un point de vue sociologique, le rapport que ces images entretiennent avec le temps, ainsi qu'analyser les activités d'évaluation qui contribuent à forger leur lien avec l'actualité.

La question de la *newsworthiness* a déjà été amplement traitée par les sociologues ; le terme désigne, de manière générale, « la capacité d'un fait à devenir un événement, à être éligible à l'actualité au regard des critères de sélection du titre et de la rédaction » [Neveu, 2004, p. 8]. Depuis les années 1970, une sociologie du journalisme d'inspiration socio-constructiviste s'est emparée de cette question, en mettant en évidence que la *newsworthiness* n'appartient pas de manière intrinsèque aux occurrences du réel mais qu'elle est élaborée au cours d'activités professionnelles situées et concrètes et dépend donc étroitement de l'organisation du travail journalistique [Tuchman, 1978 ; Gans, 1979]. Cependant, le même travail de dénaturalisation n'a pas encore été entrepris, en sociologie, en ce qui concerne les photos d'actualité. Quelles sont les activités qui mènent à leur éligibilité en tant que telles, et qui produisent ainsi leur valeur d'information ? En quoi consistent les évaluations et les catégorisations effectuées par les « médiateurs » [Hennion, 1993] chargés, au cours de leur travail, de faire le lien entre les images et les événements qu'elles sont censées rendre visibles ? Et en quoi le type d'images sélectionnées et la valeur qui leur est attribuée découlent de l'organisation du travail même ?

Nous avons mené une enquête ethnographique au service photo de l'Agence France-Presse (AFP), dans lequel nous avons pu effectuer des observations pluri hebdomadaires sur une durée de quatre mois, de janvier à avril 2013. Ces observations ont été complétées par quinze entretiens avec des photographes, des éditeurs photo, des rédacteurs en chef et des commerciaux AFP. Notre ethnographie au service photo nous a conduit à choisir comme entrée principale le suivi du travail qui s'effectue dans les bureaux parisiens de l'agence. L'intérêt que nous portons aux bureaux était en effet motivé par le souci de ne pas réduire la production des images d'actualité au simple acte photographique – geste qui est le plus souvent associé à leur genèse –, pour, au contraire, prendre en compte la multiplicité des acteurs contribuant à leur fabrication, dans la lignée des travaux des interactionnistes [Becker, 1988 ; Strauss, 1992]. L'objectif était donc celui d'observer le travail des figures professionnelles intervenant à différents moments et de différentes manières sur les images d'actualité – photographes, éditeurs,

rédacteurs en chef, journalistes, documentalistes, agents commerciaux, laborantins, etc. –, afin de prendre au sérieux le travail des professionnels à l'œuvre tout au long de cette chaîne de production.

De plus, contrairement à ce qu'une perception du photojournalisme en tant que profession libérale et solitaire pourrait laisser imaginer, la production photojournalistique est aujourd'hui de plus en plus rationalisée et bureaucratisée, d'où l'intérêt de s'intéresser à cette infrastructure sous l'angle des activités de bureau qui la caractérisent. L'Agence France-Presse est sans doute, dans le spectre des structures consacrées à la production d'images d'actualité, un site parmi les plus industrialisés, vue l'importance de son réseau international de production et de diffusion et la quantité journalière de photos produites – 400 photographes (dont environ 220 « staffers », c'est-à-dire salariés ou « pigistes permanents ») dans différents pays, 4.600 clients dans le monde, 3000 photos produites par jour. Les activités qui s'effectuent dans les bureaux de l'agence vont de la programmation de la couverture photographique, c'est-à-dire la définition des « sujets photo » à couvrir et leur inscription dans l'« agenda photo » – opérations effectuées en amont de la prise de vue, principalement par les rédacteurs en chef du service photo –, jusque, en aval de la prise de vue, à la réception des images par différents types d'éditeurs, lesquels les sélectionnent et agissent sur elles de différentes manières – nous y reviendrons – avant de les envoyer aux clients de l'agence, principalement des médias grand public français ou internationaux. C'est sur ces opérations effectuées par les éditeurs en aval de la prise de vue par les photographes, indispensables pour l'élaboration de la valeur des images d'actualité, que nous voudrions nous concentrer dans le cadre de cet article.

L'ethnographie dans les bureaux du service photo de l'AFP a contribué à faire émerger un apparent paradoxe : pourquoi, alors que les technologies numériques permettent aujourd'hui une transmission quasi-instantanée des photographies depuis les boîtiers des photographes, les activités menées par les éditeurs dans les bureaux de l'agence après la prise de vue restent indispensables et ne se limitent pas à une validation et à une distribution des images dans l'immédiat ? Cela paraît d'autant plus étonnant que, selon une vision de l'agence en tant que grossiste d'information fournissant principalement de l'actualité « chaude » en flux continu, toute intervention postérieure à la prise de vue pourrait être perçue comme une activité retardant l'envoi des images aux clients, et donc pouvant potentiellement nuire à la *newsworthiness* des images produites par l'agence. L'excessive prise en charge et édition des images après leur envoi par les photographes pourrait donc être vue comme contradictoire par rapport à l'« urgence », dimension temporelle sur laquelle est souvent mis l'accent tant dans les récits des professionnels du journalisme que dans les analyses sociologiques de l'activité journalistique [Rozenblatt, 1995 ; Hubé, 2008 ; Pilmis, 2014], et qui est communément considérée comme prédominante en agence de presse.

Pour répondre à cette question, il nous paraît indispensable de s'intéresser de plus près aux activités qui permettent de produire ces images mais aussi leur valeur spécifique. En effet, tout type d'information gagne à être questionnée et analysée comme étant le résultat d'un travail collectif, souvent peu visible ou invisible, que des enquêtes de type ethnographique se doivent de donner à voir dans son épaisseur sociotechnique [Star, 1999 ; Denis et Pontille, 2012]. Dans notre cas, s'intéresser à la production de ce que l'on appelle des photos *d'actualité* revient à décrire le travail collectif permettant la production de ces artefacts, en essayant d'analyser le rapport au réel et au temps qu'elles paraissent véhiculer de façon spontanée et naturelle, et qui sont en réalité le résultat d'un travail spécifique. De plus, comme cela a été mis en lumière par des travaux récents en sociologie économique, les activités de production de la valeur sont intimement liées aux activités d'évaluation intervenant tout au long du processus de production d'un artefact, ce qui demande de porter attention au travail de qualification mené en amont de la mise en circulation d'un bien sur le marché [Vatin, 2009]. Une observation fine des activités menées par les « petites mains » propres à cette infrastructure informationnelle particulière nous paraît donc indispensable afin de dénaturaliser leur apport informationnel mais également pour comprendre comment leur valeur spécifique est façonnée par des activités concrètes d'évaluation et d'inscription.

L'ÉLARGISSEMENT DE LA NEWSWORTHINESS DES IMAGES : UN INTÉRÊT COMMERCIAL

Un bref retour historique est ici nécessaire avant de nous plonger dans les résultats de l'enquête ethnographique. Les entretiens réalisés nous ont permis de documenter que, à partir de la fin des années 1990, la technologie numérique, associée à une intensification des logiques économiques et à une attention accrue apportée à ce que l'on appelle désormais les « besoins des clients », ont poussé le service photo de l'AFP à prendre en compte des dimensions temporelles des images qui jusqu'alors avaient été négligées. En effet, si une vision des images *d'actualité* au sens le plus proche de l'actualité quotidienne restreint leur pertinence et leur possibilité d'usage à une période bien définie et relativement courte – faisant de celles-ci un produit rapidement périssable – l'élargissement des bornes temporelles à l'intérieur desquelles elles peuvent être utilisées ou réutilisées permet une démultiplication de leur valeur informationnelle et commerciale.

Image Forum, plateforme qui permet aux clients d'effectuer des recherches dans les archives photo de l'agence, progressivement numérisées, est créé en 1998, avec l'objectif de mettre à disposition des clients un maximum d'images. Les photos ne sont plus uniquement envoyées sur le « fil » de l'agence et mises à disposition des clients pendant un laps de temps relativement court, mais sont stockées à long terme dans une base de données, à partir de laquelle les clients peuvent télécharger les images qui les intéressent.

Parallèlement, une nouvelle génération de commerciaux AFP commence, à partir du milieu des années 1990, à importer des techniques de vente en provenance des agences photo dites « magazine ». Alors que les recettes étaient auparavant issues pour la plupart de la vente d'abonnements annuels, permettant aux journaux (principalement aux quotidiens) de récupérer un grand nombre d'images à partir du « fil » photo de l'AFP, cette nouvelle génération de commerciaux contribue à développer une autre section du service commercial, la section « vente à la pièce », s'occupant des ventes ponctuelles auprès des clients magazines. Les mêmes images peuvent désormais faire l'objet de ventes multiples. D'un côté, un premier type de vente sur un premier marché classique, le « fil » photo, à l'intérieur duquel une image constitue juste une unité prise dans un flux constant de production et de diffusion, reçu par les clients en échange d'un abonnement annuel. De l'autre côté, la « vente à la pièce », consistant pour les commerciaux dédiés à cette tâche à repérer dans le flux de la production AFP des reportages ou des images susceptibles d'intéresser les magazines, les isoler par rapport au flux du « fil » AFP, les mettre en série, les imprimer et se rendre dans les différentes rédactions parisiennes pour les présenter aux clients, ce qui permet de les vendre à un prix unitaire bien supérieur par à celui de la photo vendue par le « fil ». Les nouveaux agents commerciaux qualifient leurs anciens collègues d'« endormis » et considèrent leurs techniques de vente obsolètes, comme la pratique d'envoyer des tirages photo aux clients par la poste. Cette nouvelle génération de commerciaux commence au contraire à se déplacer pour rendre visite aux rédactions et nouer avec les clients des relations qualifiées d'« intimes », ce qui leur permet d'adapter de plus en plus finement la production d'images aux nécessités de ces derniers.

Cette nouvelle modalité de vente contribue à accroître l'importance attribuée à la satisfaction des clients et à l'exhaustivité de l'offre, marquant ainsi un glissement d'une « politique de l'offre » vers une « politique de la demande » [Lagneau, 2010] en termes de production photo. Ces transformations font non seulement prendre conscience aux chefs du service photo que les images initialement produites en lien avec une actualité chaude peuvent avoir plusieurs vies sémantiques, mais contribuent également à une transformation de la tâche de programmation de la production photo elle-même. À partir du début des années 2000, en effet, le service photo commence peu à peu à concevoir ses reportages et sa couverture photo en prenant directement en compte leur pertinence par rapport à des temporalités plus étendues que celle de l'actualité quotidienne, en faisant en quelque sorte des paris sur leur valeur future.

« En fait ça accompagnait une évolution de la production AFP, je pense, c'est-à-dire *qu'avant on ne faisait vraiment qu'une production assez limitée et vraiment que sur le news* ; à partir du moment où on a eu Image Forum, la production est devenue aussi à destination d'une banque d'images, ça a changé complètement l'approche de la photo.

Q : Parce que Image Forum c'était...

C'est devenu un truc de stockage, dans lequel l'idée c'est que les clients trouvent tout ce qu'ils veulent. C'est-à-dire de l'actu, mais pas seulement de l'actu : de l'illustration, des sujets, des agences externes à associer, tu vois, sur des sujets où on n'est pas présents nous, voilà, le supermarché en gros, où tout

le monde va aller trouver et chercher ce qu'il veut. » (entretien avec le rédacteur en chef international adjoint)

La métaphore du « supermarché » est importante à relever [Gürsel, 2016] : contrairement à une politique où la sélection d'images serait effectuée par les éditeurs de manière serrée et uniquement selon leur pertinence par rapport à l'actualité quotidienne, le service photo de l'AFP s'oriente de plus en plus vers une politique d'exhaustivité et de diversification des produits, qu'il reviendra aux clients de sélectionner selon leurs besoins. Cela a un impact tant au niveau de la diffusion d'images mises à disposition des clients sur Image Forum qu'au niveau de la programmation de la production photo elle-même. Car si les « sujets photo » couverts par l'agence étaient – et restent en partie – des sujets conçus sur la base d'une concertation avec les journalistes des services texte de l'agence et calqués sur un rythme lié à l'actualité quotidienne, les réflexes des rédacteurs en chef commencent peu à peu à changer, ceux-ci s'intéressant de plus en plus à la production d'images à l'indexicalité temporelle élargie, ou en tout cas moins liées à l'actualité « chaude ».

« La photo est maintenant multiforme, protéiforme, et nous on doit s'adapter à ça, on doit être capables de fournir, *le mec a besoin d'une photo d'un champ de tournesols, il faut qu'on ait une photo d'un champ de tournesols*, s'il y a un truc sur les champs OGM de tournesols, il faut prendre une photo. *C'est un peu élargir le champ de production de l'agence.* [...] *C'est-à-dire que maintenant on considère que l'AFP ce n'est plus qu'aller faire... il y a un incendie dans le 14ème.* Moi je me souviens, j'ai eu pas mal de petits chocs culturels, quand j'ai fait un sujet sur la maternité par exemple, et les gens ils voyaient pas l'intérêt, quoi, les gens ils comprenaient pas, des photographes : 'moi ça m'intéresse pas, de faire une maternité pendant un mois, ça m'intéresse pas'. Le fait de travailler aussi avec les archives ça permettait d'avoir une autre vision en disant, qu'est-ce qui est plus intéressant aujourd'hui ? Avoir un reportage sur une maternité où il y a eu un incendie, ou sur une maternité comment elle fonctionne normalement ? [...] Et on a vu ça, Image Forum, ça nous a sauté aux yeux, quand on s'est rendu compte qu'en économie on voulait faire un sujet sur... je sais pas, *le Carrefour, sur Image Forum, tu tapes Carrefour, tu avais une photo le jour où ils ont été inondés, on s'en fout ça, ça n'a aucune valeur !* » (entretien avec le rédacteur en chef international adjoint)

La production d'images moins liées à l'actualité quotidienne, à destination d'une utilisation future et à long terme, est donc de plus en plus encouragée. Le service photo s'oriente davantage vers la couverture de sujets traditionnellement considérés comme « magazine » – « rendez-vous » (séances de portraits) avec des personnalités de la culture et du spectacle, reportages au long cours sur des maternités françaises, soirées people, etc. – mais aussi vers la production de photos génériques et a-temporelles, comme celles des logos d'entreprises ou des champs de tournesol.

Cette évolution vers une intégration par le service photo de l'AFP d'une production et une diffusion d'images aux bornes temporelles élargies ne va pas sans rappeler les mutations décrites par Paul Frosh, théoricien des médias spécialisé dans l'étude de ceux qu'il définit comme des « fournisseurs de contenus visuels ». Celui-ci décrit des méga structures – telles que Corbis ou Getty Images – dont l'objectif est celui de faire des photographies des « contenus visuels » dont la valeur est déterminée non pas par leur

appartenance à un genre photographique particulier ou par la renommée de leur auteur, mais par leurs potentialités illustratives, et donc par leur valeur d'usage. D'où les processus de « decontextualisation » et d'« abstraction » dont elles font l'objet : des images qui étaient à l'origine liées à l'actualité, des photos de studio, des portraits, des documents historiques, etc. se retrouveraient à être diffusés par les mêmes plateformes, dont l'objectif est d'effacer les barrières symboliques entre les différents artefacts pour en faire des contenus visuels pouvant répondre à des besoins protéiformes définis par la demande et non pas par l'offre, les rendant ainsi plus facilement échangeables et appropriables [Frosh, 2003].

DES ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES D'ASSEMBLAGE

La prise en compte de ces importantes évolutions nous fait d'emblée prendre conscience de l'indétermination relative du terme « image *d'actualité* ». Mais comment cette indétermination est-elle gérée par les acteurs, et à travers quels dispositifs ? Comment est-ce que les membres du service arrivent à produire des objets informationnels aussi variés ? Et comment le service photo de l'AFP peut-il, malgré ces évolutions, affirmer que le cœur de son travail réside encore dans la production de photos *d'actualité* ? C'est à travers une description des activités que les éditeurs effectuent sur et à partir des images qu'ils reçoivent, en aval de la prise de vue par les photographes, que nous pouvons comprendre comment le rapport au temps de ces artefacts ainsi que leur apport informationnel sont stabilisés et encadrés par l'organisation du travail.

Dès mon arrivée au service photo de l'AFP, je suis accueillie par le rédacteur en chef pour la France, qui me fait faire une visite rapide de l'*open space* en me présentant les différents éditeurs. Ceux-ci se repartissent en deux différents services, les *desks push* et les *desks pull*, occupant deux tables séparées : alors que les *desks push* prennent en charge les images dès leur envoi par les photographes et les valident auprès des clients, les *desks pull* agissent sur celles-ci dans un temps ultérieur. Le rédacteur en chef m'explique que, alors que les éditeurs *push* légendent et envoient les images par le « fil » – lequel présente, auprès des clients, les photos dans l'ordre chronologique de leur validation, sans qu'intervienne un rangement par événement ou par thématiques –, les éditeurs *pull* éditorialisent et mettent en valeur les photos sur une plateforme différente, Image Forum, où celles-ci sont rangées à l'intérieur de catégories de dossiers thématiques. Les médias-clients peuvent s'abonner à l'un ou à l'autre de ces services, le « fil » ou Image Forum, mais aussi aux deux.

Au fur et à mesure de l'enquête, je comprendrai que la différence entre les deux *desks* d'édition ne réside pas uniquement dans une temporalité différée de la prise en charge, mais également dans des opérations d'inscription et d'évaluation alternatives. Ces différences résident notamment dans les opérations

d'« assemblage » images-énoncés que les deux types d'éditeurs effectuent. Il nous paraît d'autant plus important de le souligner que notre ethnographie nous fera percevoir ces opérations comme centrales : le rôle principal des éditeurs ne réside pas tant dans la simple sélection et diffusion d'images que dans leur assemblage avec des inscriptions de nature différente – mots-clés, crédits, légendes, textes plus longs en provenance des dépêches AFP ou d'autres médias. Ces opérations visent à mettre en lien les images photographiques avec des éléments discursifs hétérogènes et à produire par là leur *newsworthiness*.

Dans le cas des éditeurs de l'AFP, le fait de parler d'activités d'assemblage nous paraît particulièrement indiqué, car cela permet de mieux saisir la dimension composite des unités informationnelles ainsi produites : les images sont associées par les éditeurs à des inscriptions diverses qui contribuent à stabiliser leur sens et à les projeter vers des horizons temporels différents. De plus, le terme d'assemblage permet de mieux saisir que les artefacts produits sont souvent le résultat de la coordination entre une multiplicité de professionnels prenant en charge des tâches de production différentes, lesquelles sont censées au final se compléter. Le travail des éditeurs est, à proprement parler, celui d'assembler des objets que, le plus souvent, ils n'ont pas façonnés eux-mêmes, notamment des textes produits par des journalistes et des photographies prises par des photographes de l'agence (ou, plus rarement, extérieurs à celle-ci).

La prise en compte de ces activités concrètes d'assemblage nous conduit à saisir le cœur même du travail des éditeurs photo : loin de devoir réaliser une confrontation directe entre, d'un côté, un réel qui existerait de manière extérieure et déjà fixée *a priori* dans son objectivité et, de l'autre côté, sa représentation figurative la plus « fidèle », jugeant de la valeur d'exactitude d'une image par rapport à l'apparence visuelle de l'événement lui-même, les éditeurs constituent des assemblages images-énoncés qui contribuent à stabiliser l'événement lui-même, dans sa forme à la fois linguistique et visuelle. Nous nous appuyons ici sur les acquis de l'anthropologie pragmatique de l'écriture [Goody, 1978 ; Fraenkel, 2006 ; Denis, Pontille, 2012] et de l'anthropologie des sciences et des techniques [Callon, 1986 ; Latour, 1993], qui nous invitent à ne pas penser séparément le monde des choses et le monde des symboles : contrairement à ce qu'une conception mentaliste de la connaissance présuppose, un message n'existe pas de manière désincarnée, mais se stabilise au fil d'activités concrètes d'inscription et de catégorisation qui le font exister dans sa forme finale. Ainsi, les assemblages images-inscriptions effectués par les éditeurs ne sont pas à confronter à une supposée « objectivité » visuelle de l'événement, tel qu'il aurait eu lieu à l'extérieur de la rédaction, mais sont les opérations mêmes qui visent à produire, de manière située, sa forme linguistique et visuelle, et donc à le faire exister en tant qu'événement pouvant être connu et visualisé.

Extrait n° 1 : « Il faudra trouver un moyen de l'illustrer ! »

Il est 11h30, je suis assise entre Baptiste et Jean-François, éditeurs *push*. Belinda (chef des *desks push* adjointe), depuis son poste, en parlant assez fort : « Baptiste, t'es sur quelque chose ? *Il faudrait illustrer un papier* sur les femmes qui portent des pantalons ». Baptiste regarde la Console ouverte sur son bureau, et parlant avec une voix faible, regardant son écran : « *Il n'y a pas de mention photo...* ». Moi : « C'est quoi cette interface ? » Lui : « C'est la Console, c'est l'interface qu'utilisent les journalistes texte et où on peut voir tout ce qu'ils font, et aussi les dépêches ». [...] Je remarque que, sur le même écran, Baptiste a une autre interface ouverte : il s'agit de l' « Agenda photo », où les sujets qui seront couverts dans la journée sont écrits avec une indication d'horaire et le nom du photographe. [...]

Jean-François voit sur le logiciel Symphonia (logiciel qui présente les photos envoyées par les photographes AFP ou par des agences partenaires dans l'ordre chronologique de leur envoi), où s'affichent les photos « en pending » (en attente de validation avant l'envoi aux clients), deux photos de Najat Vallaud-Belkacem et Cécile Duflot descendant les marches de l'Elysée : « C'est qui qui a renvoyé ça ? » Belinda : « C'est pour un papier sur les femmes en pantalon ». Je demande à Jean-François d'où viennent les photos. Jean-François : « Elles sont dans les archives, on fait une recherche en archive (il me montre sur son ordinateur l'interface de recherche), on les réactualise, on réécrit la légende avec des éléments de contexte, et on les envoie sur le fil... » [...]

Agathe (adjointe à la rédaction en chef internationale) vient vers les *desks push*, le ton est assez animé : « Vous avez vu, *il y a une histoire* de matchs truqués, apparemment il y aurait aussi des matchs de Champions League... ». Belinda, depuis son poste : « *Il faudra trouver un moyen de l'illustrer !* » ; Luc (chef des *desks push*), en regardant son ordinateur : « *C'est dur, on ne sait même pas quel match ça concerne.* » [...]

Baptiste regarde son écran. Huit photos de femmes politiques qui descendent les escaliers de l'Elysée portant des pantalons sont « en pending » sur Symphonia. Baptiste (le ton blasé) : « On va pas passer les huit photos du pantalon ! » Aline (chef des *desks push* adjointe), en parlant fort et lentement : « Mais non, c'est pour que vous choisissiez ! » Jean-François, qui était parti parler à son portable, revient : « Donc l'idée avec les femmes en pantalon c'est quoi ? Un montage ? » Baptiste (ton blasé) : « Mais non. Pas moi en tout cas ». Puis, en regardant la Console : « Le papier est tombé » (je regarde son écran et je vois qu'il s'agit de la dépêche sur l'autorisation du port du pantalon à Paris pour les femmes). Jean-François ouvre la photo de Nadjat Vallaud-Belkacem ; à moi : « Je réécris la légende ». Sur son écran de droite, la Console est ouverte, Jean-François lit la dépêche sur les femmes en pantalon avant de commencer à légender.

[...] Jean-François ouvre une photo d'une conférence de presse, reçue par l'interface Symphonia : trois hommes sont à une table, celui au milieu parle à un micro, derrière eux, en grosses lettres, une affiche « Europol ». Je vois que l'image provient d'une agence partenaire (ANP). Jean-François commence à réécrire la légende de la photo, qui est déjà partiellement écrite, probablement par les éditeurs de l'agence partenaire ou par le photographe. Sur la Console, *il lit la dépêche sur le réseau qui payait pour influencer sur le résultat des matchs*. En s'adressant à moi : « *J'écris une légende plus étoffée avec la dépêche...* » *Il copie colle des phrases de la dépêche dans la légende.* « *Là je mets une déclaration* » ; « *Puis je peux ajouter du contexte* ». « *Là je peux rajouter une troisième citation, parce que c'est une grosse histoire (en me montrant du doigt la dépêche sur la Console) : 425 impliqués...* » [La légende finale écrite par Jean-François est la suivante : « Europol's chief Rob Wainwright (C) speaks next to Friedhelm Althans, chief investigator of Bochum police (L) and Andreas Bachmann (R) from the Bochum prosecution service during a press conference in The Hague on February 4, 2013 after the police smashed a criminal network suspected of fixing 380 football matches, including in the Champions League and World Cup qualifiers. 'It is clear to us that this is the biggest investigation ever into suspected match fixing' Wainwright told journalists »]

On voit ici que plusieurs opérations sont effectuées par les éditeurs *push*. Ceux-ci reçoivent une production photo envoyée par les photographes AFP ou par des agences partenaires, valident les images et les envoient aux médias-clients de l'agence. Cependant, nous constatons que leur activité ne se résume pas à la simple diffusion des images auprès des clients, mais inclut des opérations d'inscription

spécifiques, notamment celles qui concernent la rédaction de la légende. Cette dernière a un rôle central : alors que la première phrase « est descriptive de ce qui se passe sur l'image »¹, la deuxième est une phrase appelée « de contexte », servant le plus souvent à faire le lien entre l'image et l'actualité textuelle à laquelle elle est reliée. Les éditeurs nous paraissent donc comme les opérateurs d'une synchronisation entre les images envoyées par les photographes et les dépêches produites par les journalistes texte de l'agence. Cela est permis par un environnement technique particulier, que nous pourrions appeler un « dispositif d'assemblage » : les éditeurs *push* ont en effet accès non seulement à Symphonia, logiciel qui leur permet de recevoir la production photo envoyée par les photographes, mais aussi à la Console, logiciel qui leur permet de visualiser les dépêches réalisées par les rédacteurs de l'agence, et qui est ouverte en permanence sur leur bureau, ainsi qu'à l'« Agenda photo », présentant la programmation de la couverture photo du jour². Les éditeurs *push* ont ainsi une vision des sujets que l'agence a prévu de couvrir, non seulement en photo, mais aussi en texte, ce qui leur permet de réaliser, par les inscriptions qu'ils produisent, des liens entre les deux. On remarque également qu'une des prérogatives des éditeurs *push* est celle de faire des liens entre des images stockées dans les archives et les dépêches du jour. Les images d'archive sont réinjectées sur le fil avec la mention « FILES » : alors que la première phrase « descriptive » reste inchangée, c'est la deuxième phrase « de contexte » qui sert à établir le nouveau lien qui est réalisé entre une image relativement ancienne et l'actualité quotidienne.

Ainsi, les opérations d'assemblage effectuées par ce type d'éditeurs visent principalement une inscription des images dans une temporalité quotidienne, à destination des clients du « fil » de l'agence. L'observation de ces activités concrètes nous mène à un premier constat : la production de la valeur des images d'actualité a partie liée avec la temporalité. Mais, contrairement à des analyses mettant en avant l'importance de la vitesse et de la réactivité pour la sauvegarde de la *newsworthiness*, la valeur d'actualité des images ne nous apparaît pas tant comme une simple conséquence de leur diffusion rapide que comme le résultat d'activités concrètes d'inscription, effectuées par les éditeurs de l'agence, qui visent une synchronisation du flux des images envoyées par les photographes avec le flux des dépêches du jour et, plus généralement, des énoncés journalistiques produits par leurs confrères et consœurs du texte.

¹ Entretien avec un éditeur *push*.

² Un changement technique est à signaler : depuis 2014, la plateforme Iris est désormais utilisée par tous les professionnels de l'agence, et a remplacé les logiciels Symphonia et Image Forum. Cette interface est censée augmenter la coordination entre les différents professionnels de l'AFP, en facilitant l'établissement de liens entre les images et les textes produits par les agenciers. Cependant, cette transformation technique n'a pas, pour le moment, mis à mal la division du travail d'édition que nous décrivons dans cet article.

UNE NEWSWORTHINESS AUX BORNES TEMPORELLES VARIABLES

Nous comprenons ainsi que les bornes temporelles à l'intérieur desquelles les images conservent leur *newsworthiness* sont plus ou moins espacées selon les inscriptions auxquelles les photos sont rattachées. Nous pouvons ainsi décrire les activités des différents éditeurs photo de l'AFP comme des opérations de détachement des images par rapport à leur indexation première, autrement dit de « désindexicalisation » [Lagneau, 2010], et de ré-assemblage de celles-ci avec des énoncés divers, ce qui permet de restreindre leur référentialité ou, au contraire, d'élargir leur *newsworthiness* à des durées plus ou moins longues et indéterminées. En effet, si le photographe prend une image dans un espace/temps circonscrit (l'ici et maintenant d'une situation particulière), elle subit ensuite, une fois arrivée dans les bureaux et prise en charge par les éditeurs, un processus de détachement progressif par rapport à cette indexation ponctuelle, et de rattachement à des énoncés, des sujets ou des thèmes qui la projettent dans une temporalité plus ou moins étendue.

Par conséquent, la production d'images que l'on pourrait définir comme plus intemporelles et moins liées à l'actualité quotidienne, que le service photo de l'AFP commence à prendre en charge depuis la fin des années 1990, doit être accompagnée par des dispositifs d'assemblage *ad hoc* et des environnements techniques particuliers. Ainsi, il n'est pas étonnant de constater que de nouveaux dispositifs d'édition sont mis en place afin d'élargir les bornes temporelles de la valeur informationnelle et commerciale des images. En 1998, la création de la plateforme Image Forum est en effet accompagnée par la création du Troisième *desk* – appelé de la sorte, car venant se rajouter aux deux *desks* existant à l'époque qui étaient le *desk* « France » et les *desk* « international » –, dont l'objectif était celui de produire des assemblages projetant les images vers des horizons temporels plus élargis que l'actualité quotidienne. Le Troisième *desk* n'existe plus à l'heure actuelle, ses activités étant aujourd'hui partagées entre deux dispositifs d'*editing* différents : les *desks pull* et la documentation.

Alors que les éditeurs *push* produisent principalement des assemblages visant la mise en lien des images avec l'actualité quotidienne de l'AFP, les éditeurs *pull* produisent quant à eux une actualité légèrement plus étendue et moins périssable, se concentrant sur la mise en série des images en les regroupant à l'intérieur de dossiers visuellement cohérents, permettant de mettre les photographies en lien avec des « sujets », des « histoires » ou des « thèmes » plus larges.

Extrait n° 2 : « Nous on décore la vitrine, on pousse à la consommation »

Je suis à côté de Tom, éditeur *pull*/Image Forum.

Moi : « Et donc toutes les photos ne vont pas sur Image Forum ». Lui : « Non, sur Image Forum rien ne se monte tout seul. Nous créons les dossiers et ensuite les photos vont aller dans le dossier automatiquement selon la requête que nous avons programmée. C'est en pilotage automatique ». [...]

Il voit sur Symphonia la photo des deux joueuses de football, « C'est un match Japon-Allemagne (il se tourne vers moi souriant, ironique), on va le monter ! » Il crée un dossier, établit une recherche

automatique, et il déplace le dossier, qu'il a nommé « Football : 2013 Algarve Cup » : « Pas trop haut. On va le mettre... là ! » Moi : « Vous pouvez choisir la place ? » Lui : « Oui, selon l'importance, on hiérarchise aussi l'info en fait ». [...] Puis : « Tu vois, Image Forum c'est une vitrine. Nous on décore la vitrine, on pousse à la consommation. » [...]

Sur Symphonia, il voit une photo d'Ahmadinejad aux funérailles de Chavez : « Ah oui, ça, ça peut être intéressant, les leaders qui vont aller aux funérailles de Chavez. Mais ça va être compliqué pour la requête. Si je mets 'président' ça va pas marcher, toutes les photos de Chavez vont rentrer dedans. Ou alors je fais un dossier et je déplace manuellement les photos. Mais trop de sous-dossiers tuent le dossier... Moi déjà si j'étais un client, ça m'énervait cette page remplie de dossiers, c'est déjà trop je trouve... »

Il voit sur Symphonia une photo de cardinaux. « Ça, ça vient de tomber ou pas ? » Moi : « Quoi ? » Lui, lisant la légende de l'image : « Le début du conclave est prévu pour mardi. » Moi : « Oui, ça vient de tomber, je viens de le voir sur mon iPhone ». Il ouvre la Console, l'urgent correspondant apparaît en rouge parmi les premières infos. Tom (sérieux) : « Ça, c'est une info ». Il va sur Image Forum : « Mais en même temps le dossier existe déjà. » Il lit le titre du dossier : « The Sistine Chapel closes its doors to prepare the election of the Pope » Tom : « Ça, typiquement, c'est un titre écrit par un francophone ». Moi : « Parce que toi, tu es bilingue ? » Lui : « Oui, je suis franco-américain, et comme ici on travaille en anglais mais tout le monde est français mon rôle c'est aussi de passer derrière eux pour vérifier les titres et les légendes. S'ils copient une dépêche, ça va, mais quand ils l'écrivent tout seuls... This makes me a global content editor. » [...] Tom change le titre du dossier : « Vatican readies Sistine Chapel for conclave to elect pope ».

On voit que, même dans le cas des éditeurs *pull*, les opérations de catégorisation et d'assemblage des images avec des énoncés sont fondamentales. Mais, alors que le travail des éditeurs *push* consiste en la mise en lien avec des énoncés textuels correspondant à l'actualité de la journée, notamment par la rédaction de la légende et de sa phrase de contexte, le travail des éditeurs *pull* consiste à éditorialiser la production photo une fois qu'elle a déjà été validée sur le fil par les éditeurs *push*. Sans déconnecter l'image de ce que l'on pourrait encore appeler de l'actualité – ce que l'on peut percevoir par le fait que des liens avec des dépêches sont encore effectués, notamment par le moyen de la Console – l'objectif des éditeurs *pull* est néanmoins celui d'élargir les bornes temporelles à l'intérieur desquelles une image peut encore intéresser les clients. Les dossiers créés peuvent rester en page d'accueil d'Image Forum plusieurs jours si les éditeurs le jugent pertinent, surtout si des images en lien avec les sujets continuent à arriver de façon régulière, comme dans le cas du dossier concernant la préparation de la Chapelle Sixtine avant l'élection du Pape ou celui sur les personnalités célèbres présentes aux funérailles de Chavez.

Ainsi, l'horizon temporel dans lequel s'inscrivent les activités des éditeurs *pull* se détache d'une temporalité quotidienne pour se rapprocher d'une temporalité proche de celle d'un *news magazine*. L'attention de ces éditeurs est donc spontanément moins orientée vers l'« actualité chaude » (*hard news*) – sauf dans le cas de fortes « dominantes »³ internationales, ou d'événements que les éditeurs jugent comme particulièrement intéressants sur le plan visuel – que vers des sujets d'« actualité froide » ou des

³ Le terme « dominante » est un terme indigène (ou typification) utilisé par les membres du service photo pour désigner des sujets qu'il sera difficile de ne pas couvrir en photo en raison de leur place importante dans la hiérarchie de l'information telle qu'elle a été élaborée par les services du texte.

« sujets de fond » (*soft news*) [Tuchman, 1973]. On assiste donc à la co-production d'un autre type de temporalité par rapport à celle produite par les *desks push* : alors que les seconds se concentrent sur la mise en relation des images reçues avec l'actualité du jour, les premiers opèrent en quelque sorte un détachement par rapport à ce rattachement premier, afin de relier des images entre elles et avec des énoncés renvoyant à une actualité légèrement moins définie et plus étendue.

DE L'ACTUALITÉ AUX (RÉ)ACTUALISATIONS : L'INDEXATION ET L'ARCHIVE

Alors que les *desks pull* s'occupent, comme nous l'avons vu, d'indexer les images sur une actualité plus étendue que l'actualité quotidienne, pouvant être qualifiée d'actualité froide ou magazine, la documentation a un rôle encore différent : les documentalistes visionnent toutes les images validées par les éditeurs afin de sélectionner celles qui sont considérées comme les plus susceptibles de faire l'objet d'une réutilisation à long terme par les clients, et d'y apporter les mots-clés les plus pertinents par rapport à l'anticipation de cette future utilisation. Il est important de remarquer que le service documentation ne partage pas le même *open space* que les éditeurs *push* et *pull*, situé rue Vivienne, mais se trouve dans un autre bâtiment, place de la Bourse.

Extrait n° 3 : « Il faut vraiment cibler par rapport à ce qu'on voit dans la photo »

Je suis avec Adrien, documentaliste dédié à la photo de sport, dans les bureaux de la documentation. Il me montre, sur une interface similaire à Symphonia, l'indexation d'une photo de deux joueurs de Manchester qui exultent après un but. Il sélectionne les mots-clés : « largeur », « football », « plan rapproché », « sautant », « geste de la main ». Moi : « Ce sont les mots-clés qui servent à faire une recherche avancée sur Image Forum ? » Lui : « Oui tout à fait ». [...] « Il faut vraiment cibler par rapport à ce qu'on voit dans la photo... » Moi : « Ça veut dire que par exemple vous n'allez pas mettre le lieu ou l'événement où ça se déroule ? » Lui : « Ça dépend, si c'est la coupe du Monde on va le mettre, parce que quelqu'un pourrait rechercher la photo d'un joueur au moment de la coupe du Monde, ça peut arriver, mais si c'est un petit match, on s'en fout, personne va rechercher ça » [...] Il va sur une interface similaire à Symphonia, où l'on voit toutes les photos en petit format. « On cherche des photos intéressantes... » Il ouvre une photo où l'on voit deux joueurs en plan rapproché : « Là par exemple, c'est une bonne photo, les joueurs sont visibles, on voit bien les visages, les pixels sont propres... [...] Il me montre des photos de joueurs en premier plan lors d'une conférence de presse : « Tout ce qui est portrait c'est automatique ». Il ouvre la photo de deux joueurs de foot sur le terrain : « Là c'est une photo intéressante : les joueurs sont identifiables, il y a un geste sportif, la photo est belle ». En me montrant la photo d'une femme en premier plan avec une médaille et un bonnet : « Voilà, celle-ci on se pose même pas la question, elle est ciblée cette photo ». (il sélectionne les mots-clés « médaille », « plan américain », « discipline »). Il me montre la photo d'une voiture juste avant un rallye : « L'intérêt c'est d'avoir le pilote aussi... L'action sportive il faut la faire, mais les conférences de presse on va toutes les mettre aussi. Les photographes le savent, ils vont pas envoyer l'avant dernier de la course, ils vont envoyer le gagnant, et puis c'est tout. Avant la course ils les font tous, parce qu'ils ne savent pas qui va gagner, mais après ils font une sélection »

On saisit ici la spécificité du travail d'assemblage réalisé par les documentalistes. Ceux-ci sont censés associer aux images des mots-clés afin que les clients de l'agence, mais aussi les éditeurs et les rédacteurs de l'AFP, puissent les retrouver en faisant des recherches dans les archives numérisées par l'intermédiaire de la plateforme Image Forum. On voit que les critères de sélection sont partiellement différents par rapport à ceux mobilisés par les éditeurs *pull*. Car, à la différence des activités de rattachement à une actualité « chaude » ou « froide » effectuées par les éditeurs *push* et *pull*, ces mots-clés visent principalement le contenu de l'image (« il faut vraiment cibler ce qu'on voit dans la photo »), en faisant abstraction de l'espace/temps de la prise de vue (ex : le lieu, la date et le contexte dans lequel la photo a été prise), sauf dans le cas d'événements exceptionnels comme la Coupe du monde.

Les documentalistes effectuent en effet des anticipations sur ce que l'image pourra venir signifier une fois associée à des thèmes ou des événements différents de ceux qui ont motivé la prise de vue et qui lui ont été associés par les éditeurs *push* et *pull*, ce que l'on comprend par l'utilisation de termes génériques comme « football », « sautant », « geste de la main », « médaille », etc. D'où l'importance du contenu visuel de l'image, plutôt que de l'événement auquel elle était reliée en première instance. Ces anticipations se présentent en effet comme des paris sur l'actualité future [Gürsel, 2016], comme on le comprend par la métaphore entre l'indexation et la prise de vue par le photographe sur le terrain : les documentalistes indexeront toutes les conférences de presse, afin d'avoir le maximum de portraits de personnalité du sport et anticiper les éventuelles requêtes, de la même façon que les photographes prennent préalablement en photo tous les participants à une course de voitures, de façon à être sûrs d'avoir le gagnant une fois la course terminée.

Ainsi, la temporalité qu'ils produisent est encore différente de celle produite par les éditeurs *push* et *pull* : les opérations d'assemblage qu'ils effectuent ne visent pas l'établissement d'un lien avec une actualité en particulier, mais au contraire la mise en lien avec des thèmes génériques, sans bornes temporelles précises. Alors que nous sommes habitués à considérer l'archive comme nous renseignant sur le passé, selon une perception historienne de celui-ci (laquelle préserve la valeur de l'indexation première des documents), nous pourrions voir les opérations des documentalistes de l'AFP comme visant un élargissement des potentialités sémantiques des images, les rendant ainsi disponibles pour des utilisations futures et prolongeant ainsi leur valeur informative mais aussi commerciale.

Le travail des documentalistes s'inscrit ainsi dans une logique de stockage, permettant aux acteurs de limiter les risques liés au surgissement d'événements imprévus ou difficilement « illustrables ». Cette dimension de l'activité journalistique liée à la gestion de l'incertitude et de la prévision a déjà été documentée par la sociologie du journalisme, et notamment par les travaux qui ont insisté sur la façon dont l'imprévisible et l'inattendu sont pris en charge par des structures journalistiques routinisées et

bureaucratisées [Tuchman, 1973 ; Pilmis, 2014]. Olivier Pilmis souligne ainsi que les activités de stockage font partie – avec celles d'anticipation, de préfabrication et de sérialisation – des pratiques permettant de gérer l'imprévisibilité intrinsèque à « la matière première journalistique », laquelle est par définition constituée d'événements faisant rupture dans le flux continu de l'expérience. Tout en restant liée à l'activité journalistique, les assemblages réalisés par les documentalistes tendent donc à détacher les images de l'*actualité* à proprement parler pour en faire des images pouvant être réactualisées en cas de besoin, et dont la valeur spécifique réside non pas dans leur rattachement à un événement en particulier mais dans les potentialités illustratives de leur contenu visuel.

« Eux, en tant que doc, [...] ils ont un regard utile pour le client derrière, si demain pour illustrer tel événement ou tel truc, ben voilà, cette photo est parfaite... ; nous on est plus dans le côté effectivement news du moment ou de l'importance de l'événement ou de la photo et moins dans la... Même si, quand on regarde Symphonie on pointe aussi en vert sur de beaux portraits, sur de... Mais c'est vrai qu'il y a des fois où on oublie, on n'est pas tout le temps dans cette démarche-là, et c'est vrai que c'est important que derrière la doc le fasse.

Q : Vous êtes plus dans une anticipation de l'actualité de la semaine ?

Oui, et puis de l'illustration, enfin... oui, de l'illustration du moment, aussi, oui.

Q : Oui, du moment, pas forcément dans un an ou dans trois ans...

Non, enfin, si, sur des personnages importants on va... sur des événements importants, sur une série, je pense à Boston, tu vois ? Il y a pas mal de photos [...] qui ont été énormément taguées en vert *parce que voilà, elles sont importantes quoi. On aura une démarche, tout de suite sur des événements importants ou des personnalités importantes de faire ça, après moins dans l'illustration ou ce genre de choses*, peut-être qu'on passera à côté de certaines choses. » (entretien avec une éditrice *pull*)

Comme nous le comprenons par cet extrait d'entretien avec une éditrice *pull*, les évaluations des documentalistes – contrairement à celles des éditeurs *push* et *pull* – se focalisent davantage sur le potentiel illustratif des images que sur leur « importance » par rapport à la hiérarchie de l'information forgée par la profession journalistique. C'est l'utilité future d'une photo, évaluée sur la base de son contenu visuel, et non pas de son rattachement à un événement en particulier, qui est donc anticipée par ces professionnels.

LA PRODUCTION D'ILLUSTRATIONS : UNE ACTIVITÉ PARTIELLEMENT DISQUALIFIÉE

Nous comprenons cependant que l'activité de production d'assemblages projetant les images vers des horizons temporels moins définis, tout en étant encouragée par des acteurs l'argumentant par l'intérêt commercial de l'agence, est partiellement disqualifiée par les membres du service photo de l'AFP. Cette disqualification se remarque avant tout par la relégation spatiale et symbolique dont souffrent les documentalistes, éloignés physiquement de l'*open space* du service, et ne partageant ni des moments de réunion ni des moments de convivialité avec les éditeurs ou avec les photographes. Mais elle émerge également lorsque, au cours de mes observations, les acteurs dénigrent la réutilisation d'archives

anciennes lorsque celles-ci sont associées à des énoncés portant sur l'actualité chaude, qualifiant les assemblages produits d'« illustrations ». Le terme « illustration » est un terme polysémique, légèrement péjoratif, qui reviendra tout au long de notre ethnographie. De manière générale, les acteurs l'utilisent pour désigner des situations où, pour différentes raisons, les photographies ne sont pas considérées comme complètement adaptées aux énoncés journalistiques qu'elles accompagnent, offrant néanmoins une solution de repli en l'absence de meilleures photos. L'une des raisons pour qualifier un assemblage d'« illustration » – celle qui nous intéresse plus particulièrement dans le cadre de cette analyse – réside notamment dans la perception d'un décalage temporel entre l'image et l'événement journalistique qu'elle est censée donner à voir.

Extrait n° 4 : « C'est un peu flat »

Jean-Philippe [rédacteur en chef international] arrive dans l'*open space* du service photo pour la réunion interne au service et dit, en parlant fort : « Donc, on fait la réunion ? ». Il se met debout au milieu de la pièce, à côté de lui Cédric [rédacteur en chef adjoint France]. Il prend la parole (le ton est assez solennel) : « *Les dominantes internationales sont classiques et pas intéressantes pour nous en photo. Chavez, il ne va pas se présenter, donc c'est de l'illustration. On a récupéré hier des archives de Chavez jeune soldat, ils sont très bien, vous les verrez... Donc voilà, c'est un peu flat.* »

On remarque ici le ton de résignation qui accompagne l'annonce des « dominantes » de la journée par le rédacteur en chef international lors de la réunion interne au service photo. Une des dominantes est en effet l'affaiblissement de Chavez, dont les médias annoncent déjà le décès imminent. Mais la disponibilité de photos récentes de Chavez est rendue difficile car celui-ci, mourant, « ne va pas se présenter » en public. Le rédacteur en chef international annonce donc la remise en circulation sur le fil AFP et sur Image Forum d'« archives de Chavez jeune soldat », en précisant que c'est « de l'illustration ». Malgré le fait que les photos soient considérées comme « très bien », la déception est tout de même manifeste : Jean-Philippe insiste sur le fait que les dominantes internationales sont « flat » et « pas intéressantes » pour le service photo.

La disqualification de l'illustration émerge également lorsque les membres du services photo sont confrontés aux demandes des journalistes texte de l'AFP, de plus en plus encouragés à associer des photographies à leurs textes par la direction de l'agence⁴. Les rédacteurs sont amenés à solliciter de plus en plus fréquemment les éditeurs photo afin que ces derniers leur fournissent des images pouvant accompagner leurs productions textuelles. Mais on constate que, alors que les rédacteurs se montrent moins regardants vis-à-vis de l'éloignement temporel de l'image et de l'événement qu'elle est censée rendre visible, les membres du service photo mettent des limites au recyclage d'images anciennes, rappelant à leurs confrères et consœurs de l'écrit que toute image n'est pas une « bonne photo » :

⁴ La direction de l'AFP met depuis quelques années l'accent sur l'importance de prévoir une couverture multimédia, à la fois textuelle et visuelle, des « histoires » que l'agence produit comme l'atteste une note rédactionnelle interne datée de janvier 2013 à laquelle nous avons pu avoir accès.

« Q : Ce que j'ai compris c'est que la hiérarchie de l'AFP pousse beaucoup pour qu'il y ait des photos avec les textes.

Oui, parce que sinon le papier sur le web ne passe pas. *Donc on a une pression terrible du texte pour qu'il y ait une photo pour l'accompagner, soit une photo d'archive, soit une vraie photo [...].*

Q : Pourquoi ils ne feraient pas des recherches photo eux-mêmes dans les archives ?

Non... C'est trop dangereux, parce qu'ils savent pas, ils savent pas qu'est-ce que c'est. *Ils savent pas ce que c'est qu'une bonne photo*, souvent dans le discours tu sens que *peu importe la photo, du moment qu'il y en a une*. [...]

Q : Et t'as des cas comme ça ?

Patrick Bruel sort un nouveau disque. Je suis désolé, de bonnes photos de Patrick Bruel... ça fait cinq ans qu'on l'a pas photographié, donc il a changé de tête, en ce moment il est barbu... 'C'est pas grave !' Donc là récemment il y a Prince qui passait à Paris, on a diffusé des photos de Prince, il avait pas la même coupe de cheveux...

Q : Des fois vous êtes obligés de diffuser des photos ?

Des fois il faut dire non, *on a pas la photo correspondant à ton papier*. Ça c'est difficile à faire comprendre, c'est encore une fois de la pédagogie, une différence de culture... » (entretien avec chef des desks push)

Le chef des desks push met ici en avant que le refus de fournir des photos dont l'éloignement temporel est manifeste par rapport aux énoncés journalistiques qu'elles sont censées accompagner (par exemple, par le fait qu'une personnalité ait changé de physionomie ou de coupe de cheveux) fait partie des prérogatives des membres du service photo. Ces derniers en arrivent donc à refuser à leurs confrères et consœurs journalistes des assemblages jugés peu pertinents en raison d'un décalage temporel trop évident entre les images et les textes qu'elles accompagnent. Autrement dit, les membres du service photo peuvent produire ou diffuser des assemblages composés par des images et des énoncés originellement produits dans des contextes et des temporalités très éloignées lorsque des images récentes et plus adaptées ne sont pas disponibles et lorsque la nécessité d'accompagner des textes réalisés par les rédacteurs de l'agence se fait pressante, mais ce pan de l'activité est considéré comme du « sale boulot » [Hughes, 1996], et ne permet pas aux professionnels de se reconnaître pleinement dans l'activité.

Ainsi, nous remarquons que si les technologies numériques et les logiques commerciales de plus en plus présentes à l'AFP encouragent des assemblages divers, impliquant la projection des photos produites vers de multiples temporalités, tous les assemblages images-énoncés pouvant être produits n'ont pas le même statut en interne, et peuvent être critiqués ou mis à distance par les acteurs eux-mêmes. La maximisation du profit rencontre donc des limites internes : si une attention accrue aux logiques économiques, ainsi que les nouvelles possibilités fournies par la technologie numérique, ont effectivement poussé le service photo de l'AFP à élargir les bornes temporelles à l'intérieur desquelles une image peut conserver sa valeur informationnelle et commerciale, l'élargissement excessif de la temporalité des images est dévalorisé, et peut conduire, selon les acteurs, à une mise en péril de l'activité. En effet, poussée à son extrême, une logique où la réactualisation et le recyclage seraient reconnus comme parfaitement légitimes pourrait à terme mener à la dévalorisation des images produites *ad hoc*

pour accompagner les actualités et au remplacement de celles-ci par des photos intemporelles et génériques produites en studio, ainsi qu'à une dégradation des savoir-faire que les photographes et les éditeurs reconnaissent comme spécifiques à leur métier. Les limitations opérées par les professionnels eux-mêmes vis-à-vis des exigences de leurs confrères et consœurs de l'écrit ainsi que leur mise à distance des logiques économiques viennent dessiner en creux ce que les membres du service photo considèrent comme leur « vrai boulot » [Bidet, 2011] : la production et la diffusion de photographies à la référentialité circonscrite, pouvant être rattachées à des actualités en particulier, et dont la réutilisation et le recyclage sont ainsi limités.

CONCLUSION

Dans le cas des images de presse produites par le service photo de l'Agence France-Presse, nous avons observé comment des processus d'évaluation particuliers sont intégrés par des professionnels *ad hoc*, les éditeurs photo, et rendus possibles par des environnements techniques spécifiques, que nous avons appelés « dispositifs d'assemblage ». Loin de posséder d'emblée une *newsworthiness* naturelle et immédiate après la prise de vue par les photographes, en effet, les photos passent par les bureaux de l'agence, qui se présentent ainsi comme un site indispensable pour la production de ces objets informationnels et de leur valeur spécifique. Ce sont en effet les activités d'assemblage effectuées par les professionnels travaillant dans les bureaux qui définissent la pertinence des images et stabilisent leur valeur d'information, laquelle est donc déterminée par l'organisation du travail d'édition.

Entre le milieu des années 1990 et le début des années 2000, les technologies numériques permettent une facilité de stockage et d'indexation qui favorise la démultiplication des types d'assemblages réalisés. Cette démultiplication est également encouragée par des acteurs qui mettent en avant l'intérêt commercial de l'agence à varier les produits informationnels proposés, et qui placent désormais au centre la satisfaction des clients, faisant glisser la logique productive d'une politique de l'offre vers une politique de la demande. Cependant, les possibilités offertes par la technologie numérique et l'accroissement du poids des logiques économiques ne bouleversent pas complètement les pratiques et les normes professionnelles : la réalisation d'images *ad hoc* en lien avec des actualités chaudes ou froides reste valorisée, alors que la production et la diffusion d'images atemporelles ou le recyclage sont considérés comme des pans de l'activité moins légitimes, venant constituer en quelque sorte le « sale boulot » du service photo, ce qui fait émerger une « division morale du travail » d'édition [Hughes, 1996, p. 63].

Loin d'être naturel – comme on pourrait le croire si l'on continuait à le percevoir comme le résultat d'une diffusion « rapide » – le fait qu'une image puisse être considérée comme étant une image d'actualité nous apparaît donc comme le résultat d'activités professionnelles qui visent à l'assembler avec d'autres images ou avec des inscriptions de nature diverse, produisant par là sa *newsworthiness*. Cela ne veut pas dire pour autant que ces délimitations temporelles sont complètement arbitraires, car elles surgissent d'activités matérielles qui correspondent à une structuration organisationnelle du travail et à une morale professionnelles spécifique : elles ont donc une dimension éminemment collective et instituée.

RÉFÉRENCES

- BECKER H. S. (1988), *Les Mondes de l'art*, Paris, Flammarion [1^{ère} éd. en anglais 1982].
- BIDET A. (2011), *L'engagement dans le travail. Qu'est-ce que le vrai boulot ?* Paris, PUF.
- CALLON M. (1986), « Éléments pour une sociologie de la traduction. La domestication des coquilles Saint-Jacques et des marins-pêcheurs dans la baie de Saint-Brieuc », *L'Année sociologique*, n° 36, p. 169-207.
- CHERMETTE M. (2012), « Transmettre les images à distance. Chronologie culturelle de la téléphotographie dans la presse française », *Études photographiques*, n° 29, p. 136-169.
- DENIS J. et PONTILLE D. (2012), « Travailleurs de l'écrit, matière de l'information », *Revue d'anthropologie des connaissances*, n° 6, p. 1-20.
- FRAENKEL B. (2006), « Actes écrits, actes oraux : la performativité à l'épreuve de l'écriture », *Études de communication*, n° 29, p. 69-93.
- FROSH P. (2003), *The Image Factory. Consumer Culture and the Visual Content Industry*, Oxford, Berg.
- GANS H. (1979), *Deciding What's News. A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time*, New York, Pantheon.
- GOODY J. (1978), *La raison graphique. La domestication de la pensée sauvage*, Paris, Les éditions de minuit [1^{ère} éd. en anglais 1977].
- GÜRSEL Z. D. (2016), *Image Brokers. Vizualizing World News in the Age of Digital Circulation*, Oakland, University of California Press.
- HENNION A. (1993), *La passion musicale. Une sociologie de la médiation*, Paris, Métailié.
- HILL J. E. (2015), « Snap-Shot : After Bullet Hit Gaynor », in HILL J. E. et SCHWARTZ V. R., *Getting the Picture. The Visual Culture of the News*, Londres, New Delhi, New York, Sidney, Bloomsbury.
- HUBE N. (2008), *Décrocher la « Une ». Le choix des titres de première page de la presse quotidienne en France et en Allemagne (1945-2005)*, Strasbourg, Presses Universitaires de Strasbourg.
- HUGHES E. C. (1996), *Le regard sociologique. Essais choisis*, Paris, éditions de l'EHESS.
- LAGNEAU E. (2010), *L'objectivité sur le fil. La production des faits journalistiques à l'Agence France-Presse*, thèse de doctorat, IEP de Paris.

LATOUR B. (1993), « Le topos de Boa-Vista. La référence scientifique : montage-photo-philosophique », in CONEIN B., DODIER N. et THEVENOT L. (dir.), *Les objets dans l'action. De la maison au laboratoire*, Paris, éditions de l'EHESS, p. 187-216.

NEVEU E. (2004), *Sociologie du journalisme*, Paris, La Découverte.

PILMIS O. (2014), « Produire en urgence. La gestion de l'imprévisible dans le monde du journalisme », *Revue française de sociologie*, vol. 55, p. 101-126.

ROZENBLATT P. (1995), « L'urgence au quotidien », *Réseaux*, n° 69, p. 71-96.

STAR S. L. (1999), « The Ethnography of Infrastructure », *American Behavioral Scientist*, n° 3, vol. 43.

STRAUSS A. (1992), *La trame de la négociation. Sociologie qualitative et interactionnisme*, Paris, L'Harmattan.

TUCHMAN G. (1973), « Making News by Doing Work : Routinizing the Unexpected », *American Journal of Sociology*, n° 1, vol. 79, p. 110-131.

TUCHMAN G. (1978), *Making the News : a Study in the Construction of Reality*, New York, Free Press.

VATIN F. (2009), *Évaluer et valoriser. Une sociologie économique de la mesure*, Toulouse, Presses universitaires du Mirail.