

Introduction

Les images de prisonniers irakiens torturés à Abou Ghraib, le Tsunami au Sri Lanka ou encore les attentats de Londres de 2005. La photographie amateur semble plus que jamais avoir conquis le terrain de l'information. Il n'est plus rare désormais de voir apparaître dans nos journaux, des images prises par des citoyens lambda. Dans notre société actuelle vouée au culte de l'image omniprésente, le monde de l'information et le photojournalisme en particulier, se voient complètement redéfinis. La provenance des images dans la presse questionne la profession. Quels sont les problèmes qui s'en dégagent et quels sont les enjeux qui y sont liés ? Le présent mémoire devrait permettre de répondre à une série d'interrogations inhérentes au sujet à travers le regard expert des professionnels de la culture visuelle et du journalisme. La première partie abordera la naissance du photojournalisme et les heures de gloire qu'il a connu avant de revenir dans la deuxième partie sur les révolutions qui ont jalonné son existence avec l'arrivée de la télévision et bien sûr la révolution numérique des années 1990-2000. Enfin, la dernière partie intitulée « *Mort du photojournalisme* », *croisement de réflexions*, donnera la parole aux experts afin de décrypter en quoi l'Internet et l'amateur ont modifié le rapport aux informations et à la pratique du photojournalisme. Quels risques courent les professionnels avec l'intrusion des non-initiés dans le paysage médiatique ? Pour conclure par les issues possibles à cette crise.

I. Quand l'image se fit voix

Depuis très longtemps image et texte sont liés dans la pratique du journalisme. D'abord sous la forme de dessin ou de gravure, l'image d'actualité va vite devenir le terrain privilégié de la photographie, connaissant moult évolutions au fil de son histoire. Pour décrypter la posture dans laquelle se trouve actuellement le photojournalisme et plus particulièrement la provenance des images dans la presse, il est nécessaire de retracer son parcours depuis son invention jusqu'à nos jours et la définition qui en est donnée. Les photojournalistes ayant marqué l'histoire de leur empreinte ne seront toutefois pas évoqués. L'objectif étant surtout de dégager une chronologie dans l'évolution du métier sans prétendre en produire une analyse exhaustive.

Définition de la pratique

« *Le photojournalisme désigne l'activité des journalistes qui produisent des images pour des quotidiens ou des hebdomadaires.* »¹ Aussi, le photojournalisme permet d'illustrer des faits d'actualité ou des reportages au plus long cours dans la presse écrite à l'aide de photographies prises par des professionnels. Une pratique qui se développera au gré des avancées techniques qu'offre le monde industrialisé. On se gardera toutefois de confondre la profession de photojournaliste avec celles du photoreporter qui se distingue par un « *terrain de spécialisation, un domaine de la vie urbaine qu'il couvre en permanence et connaît au point de pouvoir l'analyser et le comprendre en profondeur* »² et du photographe artistique qui peut laisser libre cours à sa subjectivité sans avoir à répondre d'un mandat public. Cette définition a évolué au fil des années, suivant le cours des avancées de la société, en perpétuel mouvement. Notons que le terme de photojournalisme n'apparaîtra que dans les années 40³. « *La tâche des premiers reporters*

¹ BECKER, Howard S., « Sociologie visuelle, photographie documentaire et photojournalisme », dans *Communications. Le parti pris du document*, n° 71, 2000, p. 335.

² *Ibid.*

³ LAVOIE, Vincent, *Photojournalismes. Revoir les canons de l'image de presse*, Paris, Éditions Hazan, 2010, p. 12.

*photographes de l'image était de faire des photos isolées pour illustrer une histoire. Ce n'est qu'à partir du moment où l'image devient elle-même l'histoire qui raconte un évènement dans une succession de photos, accompagnée d'un texte souvent réduit aux légendes seules, que débute le photojournalisme ».*⁴ Enfin, « *toute forme d'intervention directe sur la réalité qui est de nature à en modifier le caractère, de même que tout type de manipulation des contenus visuels effectuée a posteriori font l'objet d'interdiction formelle... Le respect de l'intégrité du réel est un principe canonique du photojournalisme orthodoxe ».*⁵

Les prémisses du photojournalisme

Dans la première partie du XIXe siècle, le recours à l'image dans la presse prend une importance grandissante. Avant que la photographie ne fasse son apparition dans les journaux ou magazines, les articles étaient accompagnés de gravures ou de lithographies. Importée vers la fin des années 1820, la gravure sur bois de bout est alors largement utilisée par la presse périodique et les livres illustrés pour associer texte et image et le sera tout au long du siècle. Le procédé consiste à graver un motif sur un morceau de bois, du buis, très résistant et à l'enduire afin de reproduire le motif sur une feuille de papier pour des résultats similaires à la gravure sur métal. Mais la similigravure, technique d'impression photomécanique, va bien vite remplacer le bois de bout, le métal et la pierre. Inventée en 1878, elle comporte l'avantage considérable de coûter cinq fois moins cher que la gravure sur bois et permet d'introduire beaucoup plus facilement des photographies dans la composition d'une page du journal.⁶ Pourtant, c'est en 1843 déjà qu'on observe le premier exemple de photographie revendiquée par la presse d'actualité en France. Il s'agit d'une vue du fort de Saint-Jean d'Ulloa à Veracruz parue dans le journal *L'Illustration* et

⁴ FREUND, Gisèle, *Photographie et société*, Paris, Éditions du Seuil, 1974, p. 107.

⁵ LAVOIE, Vincent, *op.cit.*, p. 127.

⁶ ANTONUTTI, Isabelle, DRÈGE, Jean-Pierre, MARTIN, Henri-Jean, « Imprimerie » dans *Universalis éducation*, [en ligne], consulté le 2 août 2017. Disponible sur <http://www.universalis-edu.com.proxy.bib.ucl.ac.be:8888/encyclopedie/imprimerie/>

gravée sur bois. C'est aussi la première image dont la légende indique « d'après une prise au daguerréotype ».⁷

Doucement, la photographie tend à s'immiscer dans la presse grâce à la technique de la similigravure mais elle est encore réduite à n'être qu'« une image réalisée d'après photographie » lorsqu'elle est reproduite dans les pages des journaux. Il n'est alors pas évident de la distinguer d'un point de vue formel de la gravure d'après dessin. Le mode de reproduction et les habitudes iconographiques faisant alors figures d'exemple à son égard. Si le sujet illustré rend compte de l'actualité, sa forme renvoie encore aux canons de la gravure et à une volonté d'esthétisation du motif.⁸ À ce moment, les photographies proviennent essentiellement de correspondants amateurs ou des studios de portraits. On ne peut guère parler de « photojournalisme ». Celui-ci va se développer en parallèle des guerres et au besoin des rédactions de rendre compte des événements. L'authenticité supposée de la photographie ne pouvant manquer de s'associer à l'impartialité revendiquée de la presse. La guerre de Crimée en Europe (1853-56) et la guerre de Sécession en Amérique (1861-65) apporteront les premiers exemples du reportage photographique.⁹ Mais celui-ci ne fait pas encore le poids face aux croquis pensés sous la forme de chroniques des dessinateurs professionnels. La photographie ne joue à ce moment qu'un rôle pédagogique.¹⁰ Il faudra attendre quelques années pour que soient publiées les premières photographies instantanées. Dans le même temps, les journaux illustrés connaissent un succès grandissant et de nouveaux titres apparaissent, recourant toujours à des photographes amateurs.

⁷ GERVAIS, Thierry et MOREL, Gaëlle, « Les Formes de l'information. 1843-2002 - De la presse illustrée aux médias modernes », dans GUNTHERT André et POIVERT, Michel, *L'Art de la photographie des origines à nos jours*, Paris, Citadelle et Mazenod, 2007, p. 304.

⁸ DEHOSSAY, Laurent, « Interview de Dimitri Joannidès » dans l'émission radio *Un jour dans l'histoire, La Première, Auvio* [en ligne], 17 juillet 2017. Disponible sur https://www.rtbf.be/auvio/detail_un-jour-dans-l-histoire?id=2235557.

⁹ *Ibid.*

¹⁰ GUNTHERT, André, « Les formes de... », *op.cit.*, 308.

La photographie comme attestation du réel

C'est au début du XXe siècle que l'usage de la photographie va peu à peu se généraliser. La technique évoluant, l'impression s'améliore, les appareils se font plus petits, plus légers et donc portatifs. La figure du photojournaliste émerge et ancre son mythe. La presse quotidienne a de plus en plus recours aux photographies d'illustration qui s'imposent rapidement comme un outil d'investigation et d'attestation du réel. L'instant T, le moment saisi sur le vif deviennent des critères de sélection d'une bonne illustration de presse. Les premiers reportages-photo sont publiés en 1920 en Allemagne et ne tardent à arriver en France. Durant l'entre-deux-guerres, le phénomène va s'amplifier. On observe alors une véritable industrialisation du marché de la photographie de presse.¹¹ Cette période marquera la naissance d'un grand nombre d'hebdomadaires consacrant une part importante à l'image. En France Lucien Vogel lance *Vu*, un magazine hebdomadaire d'information générale. Suivront d'autres titres emblématiques tels que *Voilà* et *Regards* ou encore *Time*, *Life* - sans doute le plus représentatif du photojournalisme - et *Look* pour les États-Unis.¹² L'essor de la presse et des magazines correspond à la montée en puissance de la publicité qui les finance. Cet engouement nécessite une réorganisation de la profession. En 1935 est votée la loi Brachard en France qui crée le statut de journaliste et y assimile les photographes de presse. Il devient rapidement nécessaire de gérer l'afflux continu des images. C'est dans ce contexte que vont apparaître les premières agences, intermédiaires entre le photographe et le journal illustré.¹³ Avec la guerre d'Espagne en 1936, le photojournaliste est érigé en véritable héros des temps modernes. Le texte ne semble plus pouvoir se détacher de l'image. Mais avec la seconde guerre mondiale, arrive la fin du règne économique de l'Europe, au profit des États-Unis. De nombreux titres stoppent leur diffusion pendant la guerre. Ceux qui reparaissent ou ceux qui émergent dès la fin du conflit, se calquent sur le modèle américain et *Life*.

¹¹ LAVOIE, Vincent, *op.cit.*, p. 13.

¹² AMAR, Pierre-Jean, *Le photojournalisme*, Paris, Nathan Université, 2000, p. 71.

¹³ GUNTHER, André, « Les formes de... », *op.cit.*, p. 316.

C'est la naissance de *Paris Match* et le début de la période de l'âge d'or du photojournalisme.¹⁴

Le temps des grandes agences

Tandis que ces News Magazine continuent de se développer de 1950 à 1970, les agences photographiques acquièrent dans le monde de la presse une place prépondérante. Créées par des journalistes et des photographes, elles entendent offrir un cadre plus prospère au commerce des images tant pour les commanditaires que pour les auteurs. Les photographes professionnels sont encore à ce moment et malgré les premières agences déjà implantées, exploités et mal payés. Leur signature n'est presque jamais apposée. De nombreuses manipulations sont encore réalisées par les rédactions sans leur consentement. En 1947, Robert Capa, Henri Cartier-Bresson, George Rodger, William Vandivert et David Seymour se regroupent pour fonder la coopérative *Magnum* dont l'objectif est d'offrir aux photographes un véritable statut et une autorité dans l'économie des médias.¹⁵ Dès la fin des années 60, on voit émerger de nombreux jeunes photographes qui peu à peu essaient de faire valoir leurs droits. Les anciennes agences créées dans les années 30 sont en crise, elles disparaissent petit à petit pour être remplacées quelques années plus tard par de nouvelles dont les trois agences en A : Gamma en 1967, Sipa en 1969 et Sygma en 1973 qui revendiquent « *plus de transparence dans le fonctionnement et plus d'honnêteté à l'égard des photographes* »¹⁶. Très vite, elles vont s'imposer comme des leaders sur le marché. Les agences de presse traditionnelles comme Reuters, Agence France Presse ou Associated Press développent aussi leur propre service photo. Toutes s'affairent à produire toujours plus de contenus, susceptibles de répondre aux attentes des différents journaux. Mais si cette époque marque le point culminant de la pratique photojournalistique, un nouvel élément est entré dans le paysage

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ AMAR, Pierre-Jean, *op.cit.*, p. 72.

¹⁶ *Idem*, p. 79.

médiatique qu'il ne faut pas négliger et qui sera responsable de la première crise de la profession : la télévision.

II. (R)évolutions et crises

Le boom de la télévision

Lorsque la télévision débarque dans le paysage, la société connaît un véritable bouleversement, le monde de l'information ne va guère y échapper. Le photojournalisme non plus. Il va connaître sa première crise et déjà alors, nombreux sont ceux qui prédisent sa disparition. C'est une nouvelle ère qui commence : celle de l'instantanéité. Entre 1960 et 1975, la télévision connaît un incroyable essor et concurrence directement les News Magazine, jusque-là principaux fournisseurs d'images d'actualité. La guerre du Vietnam va consacrer le nouveau médium et le hisser au rang de vecteur principal de l'information. Sans compter le secteur de la publicité qui flaire l'immense potentiel que peut apporter la télévision sur leurs recettes et qui entraîne un manque à gagner immédiat pour l'univers de la presse quotidienne et hebdomadaire.¹⁷ Ce changement profond engendre une baisse significative du rôle de la photographie dans le domaine de l'information. *Look* et *Life* disparaissent. L'ensemble de la presse illustrée voit son chiffre d'affaire et ses tirages décliner à mesure que la télévision gagne du terrain dans les foyers.¹⁸ Le photojournalisme se voit obligé de se redéfinir. Les magazines ne s'attachent plus désormais à vouloir couvrir absolument l'actualité mais proposent des images « choc » et diversifient leurs sujets. La vie des people, les voyages, le tourisme deviennent les nouveaux centres d'intérêt du lectorat.¹⁹ La presse quotidienne espère concurrencer la télévision par une couverture immédiate et superficielle des événements grâce aux photojournalistes et laissent aux photoreporters le soin de proposer des reportages avec une présence longue sur le terrain et empreints

¹⁷ GUNTHER, André, « Les formes de... », *op.cit.*, p. 341.

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ AMAR, Pierre-Jean, *op.cit.*, p. 88.

d'une subjectivité reconnue.²⁰ Le quotidien *Libération* est créé en 1973 par l'intellectuel Jean-Paul Sartre et accorde une place importante à la photographie, prenant même parfois l'avantage sur le texte. En 1985, l'agence de photographes *Vu*, filiale de *Libération* voit également le jour. Dans ce nouveau monde télévisuel où l'image est devenue la norme, il y a un développement de la créativité, de nouveaux essais pour pallier les pertes et tenter se réinventer dans le monde de la photographie. Mais la crise perdure et la presse ne parvient pas à reconquérir son territoire perdu comptant à la fois le lectorat et les recettes publicitaires. Seuls rescapés de cette nouvelle ère : la presse spécialisée et les magazines de télévision.²¹ Un nouveau genre voit le jour avec la presse people dans les années 80, et avec lui de nouveaux questionnements et notamment sur le droit à la vie privée.²²

La photographie de presse remise en question

Le phénomène de peoplisation gagne une telle ampleur que les agences de photo sont obligées d'investir dans ces images sensationnelles. Au point qu'en 1995, 50% du chiffre d'affaires de Sygma provient des photographies « people ». Entre les grandes agences, la concurrence est très présente et notamment avec l'arrivée des banques d'images en ligne, appartenant à de gros groupes financiers tels Getty Images, Corbis et Image Bank.²³ Elles sont devenues de véritables « usines à photos »²⁴. Dans le même temps, on observe une perte de crédibilité de la presse aux yeux du public à cause des nombreux dérapages ayant entachés la profession, paparazzi et journalistes compris. Au fil des années, les sujets couverts habituellement par la presse tels les guerres, la misère et la faim n'intéressent plus grand monde. La presse s'aseptise. Les gouvernements ont compris l'influence des organes de presse et des images sur l'opinion

²⁰GUNTHERT, André, « Les formes de... », *op.cit.*, p. 341.

²¹ AMAR, Pierre-Jean, *op.cit.*, p. 93.

²² Idem, p. 94.

²³ Idem, p. 97.

²⁴ COLO, Olivia, ESTÈVE, Wilfrid, JACOB, Mat, *Photojournalisme, à la croisée des chemins*, Paris, Marval et CFD, 2005, p. 37.

publique. L'actualité n'est alors plus couverte mais simplement illustrée.²⁵ Bientôt, de nombreux lieux deviennent inaccessibles aux journalistes et la plupart des clichés proviennent directement des agences, quasi indétrônables. En 1992, Télérama titre « *La photo de presse est morte* » tandis que Libération opte pour « *Menaces sur le photojournalisme* ». ²⁶ Le ton est donné. Jacques Halot, chef du service photo de L'Express déclarait en 1997 : « *Dans les années 70-80, la publicité a voulu imiter la presse, maintenant c'est le contraire* ». ²⁷ On n'hésite pas à faire appel à des figurants pour illustrer tel ou tel sujet. La perte de crédibilité va de pair avec une méfiance accrue à l'égard des médias d'information. Il devient de plus en plus difficile de photographier les personnes, nombre de procès attestent de ce changement de mentalité dans la société. Dans cet univers où la communication de masse règne désormais en maître, l'image n'est plus un support d'information mais un produit de consommation. Autre fait qui participe indéniablement à la crise de la presse et à une remise en cause de la pratique photographique : l'appareil numérique. Et déjà, on se demande si la profession y survivra. Car si ces nouvelles technologies amènent un confort indéniable et une rapidité d'exécution non négligeable, un questionnement naît en même temps. Celui de l'authenticité de l'image. Comment s'assurer que les photographies ne seront pas retouchées ? Alors que le photojournalisme a toujours pu compter sur sa posture et sa technique pour assoir une certaine légitimité et crédibilité, voilà le modèle bousculé par le simple passage de l'argentique au numérique. « *En 1991, le conseil d'administration de la National Press Photographers Association formule d'ailleurs un énoncé de principe sous le titre "Digital Manipulation Codes of Ethics" visant à baliser l'usage de la retouche en matière de pratiques numériques* ». ²⁸ De plus, le grand public a désormais un accès facile au monde de la photographie et plus rien ne l'empêche de capturer les instants du quotidien. Ce n'est encore que le début du grand bouleversement. Malgré

²⁵ COLO, Olivia, ESTÈVE, Wilfrid, JACOB, Mat, *op.cit.*, p. 38.

²⁶ AMAR, Pierre-Jean, *op.cit.* p. 91.

²⁷ *Ibid.*

²⁸ LAVOIE, Vincent, *op.cit.*, p. 129

la crise apparente, le nombre de journalistes et de photojournalistes ne cesse d'augmenter. Entraînant des conditions de travail de plus en plus précaires. Il devient inévitable pour la profession de se redéfinir et de se tourner vers une nouvelle voie. Mais c'était sans compter les années 2000 et l'arrivée de l'Internet et de nouvelles technologies. Une nouvelle révolution dans l'univers de la presse en générale et du photojournalisme en particulier.

L'Internet et le photojournalisme 2.0

Au gré des années, la photographie se démocratise encore, les appareils sont de moins en moins coûteux et avec le nouveau millénaire en approche, c'est bientôt la déferlante des smartphones et des réseaux sociaux qui envahissent le paysage et modifie le visage de la société. L'arrivée du numérique a bouleversé le monde, dans tous les domaines. Cette ère 2.0 a instauré de nouveaux rapports de force dans une économie façonnée par Internet. C'est une remise en question des modes de production, de distribution et de consommation. Au départ, cette révolution est méprisée par les journalistes, « l'image connectée » ne les intéresse pas. Aussi, le business du numérique se partage entre les acteurs de l'informatique, de la téléphonie et du web, laissant la presse loin derrière.²⁹ Déjà avec la télévision, la presse avait dû modifier son approche, avec l'Internet, elle est confrontée à encore plus de rapidité et de nécessité de rentabilité. Elle se voit obligée de proposer à ses lecteurs des images efficaces et non plus forcément de qualité. Pour Yves Morvan « *La disparition progressive d'un photojournalisme prétendant montrer une "certaine réalité", a été programmée au profit d'une image fabriquée, mondialisée, où tout le monde peut croire à un monde unique voué au culte du profit et de la consommation* ». ³⁰ Alain Keller, photojournaliste au long cours regrette l'uniformisation de l'image et la nouvelle logique économique des journaux qui ne permet plus de creuser les sujets mais de juste les survoler.³¹ Il y a

²⁹ GUNTHERT, André, *L'image partagée. La photographie numérique*, Paris, Textuel, 2015, p. 13

³⁰ MORVAN, Yan, *Photojournalisme*, Paris, CFPI, 2000, édito.

³¹ *Idem*, p. 62.

une redéfinition totale de la pratique et des professionnels. Nombreux sont désormais les photographes de presse qui sortent de leur pur rôle journalistique. Et leurs images trouvent maintenant un écho au travers des expositions, des livres ou même des ventes aux enchères. Parce qu'en quelques clics seulement, tout est devenu accessible. Aux côtés des grandes banques de données d'images, se développent des plateformes participatives où chacun est libre de diffuser ses photographies mais également des services d'hébergement payants qui proposent le stockage d'images à moindres coûts. La concurrence est devenue beaucoup plus rude.³² Les réseaux sociaux gagnent en influence et deviennent à leur tour diffuseurs d'information. Débarque en ligne également la presse gratuite qui se cherche toujours un modèle économique efficace et prospère. Mais ce tournant dans l'histoire voit surtout naître l'émergence d'une nouvelle figure ou presque dans le domaine de l'information : celle de l'amateur. Alors qu'on réservait autrefois le traitement de l'actualité aux professionnels, désormais toute personne munie d'un smartphone a la possibilité de prendre part à l'actualité et d'en rendre compte tels des photographes accrédités. Il n'est plus rare de voir en Une des quotidiens, des images prises par Mr ou Mme Tout-le-monde, au bon endroit au bon moment.

III. « La mort du photojournalisme ? »

Dans cette partie nous analyserons les enjeux sociaux et professionnels qui entourent le photojournalisme à l'ère 2.0. Pour ce faire, nous nous attarderons, sur l'un de ces aspects en particulier : la provenance des images dans la presse depuis ces dernières années au regard des avancées technologiques et de l'émergence de la figure de l'amateur. Signalons également que la tâche d'analyser un phénomène contemporain est ardue et que sans doute, certaines observations ou conclusions tirées pourraient un jour évoluer, à l'aube des futures générations, historiens de demain, qui auront plus de recul sur ces mutations actuelles.

³² MORVAN, Yan, *op.cit.*, p. 65.

Aujourd'hui, une photographie de presse peut venir de n'importe où. Trouvée sur le net, sur les plateformes, sur les réseaux sociaux ou prises par des amateurs. N'importe qui à n'importe quel endroit du monde a la possibilité de photographier un fait d'actualité et de le transmettre instantanément. Lorsque le moindre accident de la route arrive, il n'est plus rare d'aller chercher une photographie de la victime sur son profil Facebook si cette dernière est en « mode public ». Les anciennes grandes agences ont toutes été englouties par les banques d'images en ligne qui traitent les photographies comme de purs produits commerciaux. Aussi, doit-on considérer que la profession de photojournaliste est amenée à disparaître ? La question apparaît très vite après la révolution numérique et est immédiatement commentée par les professionnels. Amenant avec elle nombre d'autres questionnements. L'amateur a-t-il la légitimité de produire du contenu informatif ? Quel est le rapport aux faits de ces images ? Comment la profession de photojournaliste est-elle affectée par ce phénomène ? En d'autres termes, quels sont les enjeux sociaux et professionnels de cette mutation ?

Omniprésence de l'image

L'image s'impose aujourd'hui à tous, sans même qu'on s'en aperçoive. Chaque jour, des milliers de photographies sont prises partout sur la planète. La presse n'a plus qu'à piocher dans un vaste océan d'illustrations prêtes à l'emploi à un prix toujours plus concurrentiel. Les grandes agences qui jadis faisaient la pluie et le beau temps dans l'économie des images, sont désormais remplacées par les banques de données en ligne, qui ne cessent de croître de jour en jour, elles-mêmes concurrencées par des moteurs de recherche comme Google Image, comme le constate André Gunthert : « *Aujourd'hui, les outils de gestion des images numériques ne sont plus détenus par les agences photographiques mais accessibles à tous, notamment par l'intermédiaire de l'indexation automatique des moteurs de recherche.* »³³ Aux côtés des grosses banques de données représentées par

³³ GUNTHERT, André, *op.cit.*, p. 74.

Corbis et Getty Images, on retrouve les services d'hébergement payants et les plateformes participatives. Dont Flickr est un exemple probant. Le site créé en 2004, invite ses utilisateurs à partager toutes leurs photographies en ligne entre amateurs. Lors de certains événements importants de l'actualité, où les images professionnelles manquaient, les rédactions n'ont pas hésité à se tourner vers cette plateforme pour se procurer des prises de vue. Il n'y a dès lors qu'un constat à faire : une nouvelle ère est arrivée où le photographe professionnel n'a plus le monopole de l'image d'actualité. Et la provenance de ces images s'étend de manière colossale. Un fait indéniable qui questionne les acteurs de la culture visuelle. Pour Patrick Sabatier : « *L'information, denrée jadis rare, donc chère, dont les médias avaient le monopole, se banalise, se démocratise, se privatise. Les journalistes se demandent si les prophètes de malheur qui prédisaient la fin des médias n'avaient pas raison.* »³⁴ Plus de 297 banques d'images inondent aujourd'hui la toile et posent un problème de taille. L'offre est tellement importante par rapport à la demande que les tarifs pratiqués sont de moins en moins élevés, un fait qui contribue à la précarité des photojournalistes. La plupart de ces images accessibles en ligne sont « libres de droit » ou porteront la mention « droits réservés » lorsque l'auteur n'a pas été identifié.³⁵ Une pratique qui interroge inexorablement la notion de droit d'auteur. Puisqu'*a priori*, toute image a été produite par une personne. Et paradoxalement, alors qu'il y a de plus en plus de photographies mises à disposition des rédactions, une étrange uniformisation se dégage du paysage médiatique. Cette profusion d'images et leur provenance interroge et surtout fait apparaître un nouvel acteur : l'amateur, bouc émissaire tout désigné de la crise du photojournalisme.

³⁴ *Idem*, p. 45

³⁵ ALVAREZ, Jorge, *Le devenir des droits d'auteur pour un photographe auteur*, dans Colloque « Nouvelles perspectives pour les photographes professionnels », Saint-Denis, Ecole Nationale Supérieure Louis-Lumière, 2010.

Quand l'amateur s'invite

En 2004, des images vont très vite faire date dans l'histoire, celles de prisonniers irakiens à Abou Ghraib, torturés et pris en photographies par des soldats américains. Des images qui vont acquérir une dimension historique et se transformer en véritables icônes par leur force et leur « circulation aussi rapide qu'incontrôlable ». ³⁶ À la fin de cette même année, un tsunami dévaste l'île de Sri Lanka. Les dégâts sont colossaux et les pertes humaines très importantes. La catastrophe et surtout les images qui en émanent ébranlent le monde entier. On est alors en pleine période de vacances, sur une île perdue dans le pacifique. Il n'y a pas de journalistes présents sur les lieux pour témoigner de ce qu'il se passe. Mais des amateurs, des touristes principalement vont filmer et photographier ces scènes d'horreur. Des images chocs, qui très vite, vont faire le tour de la planète et seront relayées par les grands médias d'information. Quelques mois plus tard, ce sont les attentats de Londres et notamment les attaques dans le métro. Les endroits sont inaccessible aux journalistes, impossible donc de couvrir l'évènement depuis l'explosion. Les rédactions vont cette fois directement faire appel aux témoins présents sur place pour obtenir des images et les aider de ce fait à traiter l'information. La BBC lance d'ailleurs un message très explicite à ses usagers en publiant sur son site : « *We want you to be our eyes* » ou plus simplement encore « *We want your pictures* ». ³⁷ Pour la première fois le *New York Times* et le *Washington Post* vont publier à leur une, des images amateurs. Tous les auteurs s'accordent dès ce moment à dire que ce fait marque un véritable tournant dans l'histoire du photojournalisme. Pourtant, lorsque l'on se penche sur cette dernière, on remarque que dès ses prémisses, les images de presse ne sont pas l'apanage des professionnels. Un grand nombre de photographies est alors fourni par des photographes amateurs qui usent de leur temps libre pour rendre compte des faits d'actualité. Et que ça n'a toutefois pas empêché le développement de la profession de photojournaliste. Qu'y a-t-il de différent alors ? Cette fois, le

³⁶ GUNTHERT, *op.cit.*, p. 31.

³⁷ *Idem*, p. 46.

phénomène prend une ampleur incroyable par le biais de l'Internet et questionne les experts sur l'avenir du photojournalisme.

Christian Caujolle, fondateur de l'agence *Vu* et rédacteur en chef chargé de la photographie pour *Libération* de 1981 à 1986 déclare à ce sujet « *L'année 2004 aura fortement interrogé les pratiques du photojournalisme et signifié, de façon définitive, que rien ne sera plus comme avant. Il arrive à la photographie, avec l'irruption des images numériques saisies par des amateurs, ce qui arriva à la peinture, au XIXe siècle, avec l'irruption... de la photographie.* »³⁸ Pour Vicky Taylor, responsable du site internet de la BBC, ces attentats ont « *marqué un tournant dans ce que nous nommons "contenu généré par les usagers" parce qu'il s'agit d'images qui racontent vraiment ce qui s'est passé* »³⁹. Dans l'article « *L'an I du téléphone-caméra* », Guillaume Fressard et Michel Huerrin, journalistes au Monde commentent aussi cet événement au regard du traitement de l'attentat du World Trade Center et du Tsunami de 2004 : « *Les documents visuels de Londres vont plus loin. Ils participent à l'enquête. Car ce sont bien les images prises par 1 400 caméras de surveillance installées dans le métro qui ont permis d'identifier les quatre terroristes kamikazes. [...] Chaque Londonien serait "capturé" en moyenne 300 fois par jour par un objectif.* »⁴⁰ Ils ajoutent : « *Dans l'avenir il faudra donc s'habituer à voir cohabiter toujours plus à la télévision et dans la presse des documents d'amateurs et des images de professionnels. Ce qui provoque une grande inquiétude de ces derniers. Pour la défense de leur profession. Mais aussi à cause de la nature de ces images différentes. Vidéos et photos d'amateurs bien souvent fascinent, inquiètent, révulsent ou émeuvent et sont donc, de ce fait, l'exact opposé de ce que les médias offrent habituellement. [...] Le choc que ces films bruts et sans fard provoquent tient beaucoup au fait, en dehors*

³⁸ CAUJOLLE, Christian, « Mort et résurrection du photojournalisme, dans *Le Monde diplomatique*, [en ligne], Mars 2005, consulté le 20 juillet 2017. Disponible sur <https://www.monde-diplomatique.fr/2005/03/CAUJOLLE/12009>.

³⁹ FRAISSARD, Guillaume et GUERRIN, Michel, « L'an I du téléphone-caméra », dans *Le Monde*, [en ligne], 15 juillet 2015, consulté le 20 juillet 2017. Disponible sur http://www.lemonde.fr/idees/article/2005/07/15/1-an-i-du-telephone-camera-par-guillaume-fraissard-et-michel-guerrin_672796_3232.html

⁴⁰ *Ibid.*

de leur contenu même, que la télévision et la presse ne proposent bien souvent plus que des images léchées, mises en scène et dénuées d'émotion véritable. »⁴¹ Enfin, pour Samuel Bollendorff, « *La nouveauté, c'est qu'il s'agit d'un témoignage visuel. Sinon les journalistes gèrent du témoignage depuis toujours sans pour autant parler de concurrence.* »⁴² La provenance de ces images, l'émergence de cet amateur beaucoup plus présent questionnent les auteurs. À tort ou à raison ?

Problèmes et enjeux liés à la provenance des images

L'authenticité

Lorsque que la photographie numérique apparaît et se démocratise, de nombreux experts s'interrogent et craignent la fin de la prétendue vérité de l'image.⁴³ À laquelle s'ajoute un autre problème, l'émetteur lorsqu'il est non-professionnel et donc *de facto* moins crédible. Aussi cette nouvelle provenance des images aurait pu entraîner un problème même dans le traitement de l'information. Étrangement, dans les faits, l'authenticité des images n'a été que peu remise en doute avec l'usage du numérique et de la pratique amateur. Les premières photographies auxquelles est confrontée la population, celles d'Abou Ghraib, n'ont à aucun moment fait l'objet d'un quelconque questionnement quant à leur véracité. Il se dégage de la photographie amateur quelque chose d'immédiatement authentique, un non-professionnalisme qui accrédite étonnamment le document visuel. Un procédé auquel la presse people a d'ailleurs très souvent recours et qui permet de donner une plus grande impression de vérité à ces photographies volées.⁴⁴ « *Les amateurs, qui sont tous équipés, savent qu'ils peuvent envoyer une image aux journaux et aux agences ; une photo amateur, si l'agence ne l'a pas, ça devient un document, et un document, on l'utilise* »

⁴¹ FRAISSARD, Guillaume et GUERRIN, Michel, *op.cit.*, [en ligne].

⁴² CANITROT, Armelle, « Comment les photos d'amateurs ont conquis les médias », dans *La Croix*, [en ligne], 1^{er} septembre 2014, consulté le 8 août 2017. Disponible sur <http://www.la-croix.com/Archives/2014-09-01/Comment-les-photos-d-amateurs-ont-conquis-les-medias.-Comment-les-photos-d-amateurs-ont-conquis-les-medias-2014-09-01-1199867>

⁴³ GUNTHERT, André, *op.cit.*, p. 20.

⁴⁴ MORVAN, Yan, *op.cit.*, p. 9.

déclare Göksin Sipahioglu, fondateur de Sipa.⁴⁵ La vérité de la prise de vue tiendrait au fait qu'elle s'érige en document. Et chaque éditeur réalise un nécessaire travail de vérification. Les risques sont donc moindres. « *Face au flot d'images qui nous arrivent, la vérification est un énorme enjeu. A chaque événement, des "hoaxes", c'est-à-dire des images fabriquées ou manipulées par des plaisantins ou des militants, resurgissent* », constate Julien Pain, journaliste à France 24.⁴⁶ Les journalistes Michel Guerrin et Guillaume Fraissard mettent en garde également contre ce phénomène : « *Face à la multiplication prévisible des documents visuels en provenance du monde entier, la responsabilité des médias est immense. Ils devront résister à la tentation de vouloir tout montrer sous prétexte d'informer et de ne pas se laisser concurrencer par des informations en ligne. Ils devront surtout prendre beaucoup de précautions quant à la source et à l'authenticité des images transmises par le téléphone.* »⁴⁷ Il existe une pléthore d'outils pour aiguiller les rédactions et éviter ainsi de publier de fausses informations. Julien Pain poursuit : « *Lorsqu'un smartphone prend une photo, il intègre automatiquement des données "cachées" dans le fichier qu'il produit. Un fichier jpeg peut par exemple contenir la date de la prise de vues et la marque de l'appareil utilisé. Sur PC, un clic droit sur la photo (puis propriétés > avancées) permet d'accéder à ces informations. Un outil comme le Jeffrey's Exif Viewer peut aussi vous simplifier la tâche en extrayant ces données.* »⁴⁸ Aussi cette multiplication de documents visuels demande une responsabilité accrue et par conséquent un investissement de temps plus important dans le traitement des données reçues. Mais à l'heure où les technologies évoluent de plus en plus rapidement, nul doute que cette perte de temps sera vite de l'histoire ancienne. Mais plus que l'authenticité ou non de ces images qui éclosent de partout, la transition numérique et le boom des banques d'images semblent constituer pour nombre de

⁴⁵ *Idem*, p. 205.

⁴⁶ MARTEAU, Stéphanie, « La course à l'image amateur, nouvel enjeu de l'information », dans *Le Monde*, [en ligne], 1^{er} avril 2016, consulté le 5 août 2017. Disponible sur http://www.lemonde.fr/m-actu/article/2016/04/01/la-course-a-l-image-amateur-nouvel-enjeu-de-l-information_4893695_4497186.html#fExCSC0ZFbZDGSeq.99

⁴⁷ FRAISSARD, Guillaume et GUERRIN, Michel, *op.cit.*, [en ligne].

⁴⁸ MARTEAU, Stéphanie, *op.cit.*, [en ligne].

professionnels une réelle difficulté de subsistance de la profession. C'est le deuxième problème posé par la provenance des images.

Photojournaliste, profession précarisée

L'idée selon laquelle l'apparition des nouvelles technologies, l'Internet et les banques d'images seraient responsables de la paupérisation de la profession naît déjà dans les années 90 lorsqu'apparaissent les premiers appareils numériques. Une thèse à laquelle s'oppose fermement André Gunthert. Le numérique n'aurait pas bouleversé le monde comme beaucoup s'accorde à le dire. Et il n'y aurait pas eu de « révolution de l'image ». À une exception peut-être avec l'invention du selfie.⁴⁹ Pour lui, le photojournalisme ne subirait pas de crise mais une redéfinition de sa pratique comprenant de nombreux avantages tels le développement de la créativité, la praticité du geste et surtout une multitude de nouvelles sources et nouveaux sujets à exploiter. Il serait erroné selon Gunthert de prétendre que la crise subie est uniquement tributaire de la révolution numérique. Il ne faudrait pas oublier les problèmes plus profonds de notre société actuelle et indépendants du seul monde de la presse. « *La coïncidence de l'arrivée du numérique avec la crise du modèle capitaliste fait jouer aux nouvelles technologies le rôle de bouc émissaire de la concentration industrielle et de la dégradation des conditions sociales de sociétés développées, alors que celles-ci résultent de choix politiques et économiques délibérés.* »⁵⁰ Michel Philippot rédacteur en chef photo du *Monde 2*, partage le même avis qui considère que le photojournalisme n'est pas en crise : « *Il connaît une évolution. Il y a crise des journaux, mais tout cela va se résoudre, va se transformer. On va s'adapter, ce sera de mieux en mieux. Nous sommes peut-être dans un creux du photojournalisme, car la tendance générale est à la simplification et un peu au mélange des genres. Mais je pense qu'à un moment donné ça va faire comme à la télé dans les années 1985-1990, où il n'y avait plus un magazine de reportage, ou très peu. Et on s'est aperçu que*

⁴⁹ GUNTHERT, André, *op.cit.*, p. 10.

⁵⁰ *Idem*, p. 13.

*les magazines de reportage avaient une grande audience. »⁵¹ On ne peut toutefois pas nier, comme le souligne Michel Puech, philosophe et journaliste honoraire à Mediapart, que l'ère nouvelle met à mal la profession en tant que telle et que la profusion des images sur le net a engendré une baisse importante des tarifs des photographes. Qui touche directement les photojournalistes. Or sans argent, il devient de plus en plus compliqué de réaliser des sujets au plus long cours avec une vraie vision journalistique. Les grandes agences qui défendaient jadis les intérêts des professionnels de la photographie se voient désormais obligées de maintenir le cap tant bien que mal pour concurrencer les banques de données d'images grandissantes. Contraintes de penser à leur propre survie. Un constat auxquels font écho les témoignages de deux photojournalistes présents au festival de *Visa pour l'image* en 2014. Eric Bouvet confie : « *Je fais partie de la vieille garde des photojournalistes, celle qui a connu l'âge d'or de la profession. A cette époque, nous étions une douzaine à nous partager le terrain, partout dans le monde. Je travaillais pour les plus grands magazines, Time, Newsweek aux Etats-Unis, Paris Match en France, Stern en Allemagne. Nous gagnions beaucoup d'argent avec ça. Aujourd'hui, je ne travaille quasiment plus et évidemment, c'est très dur. »⁵² Même son de cloche du côté de Guillaume Herbaut : « *A mes débuts, je devais travailler énormément pour me faire connaître, décoller, mais le jeu en valait la chandelle. Aujourd'hui, je dois tout simplement travailler deux fois plus pour maintenir mon niveau de revenus. Le rythme ne s'interrompt jamais. Plus jeune, j'avais une à deux commandes par jour, sans avoir à lever le petit doigt. Aujourd'hui, c'est très rare, quasiment plus personne ne m'appelle pour me commander des reportages, je suis obligé de démarcher les gens. »⁵³ Dimitri Joannidès, historien de l'art confirme également le bouleversement qu'a entraîné***

⁵¹ PHILIPPOT, Michel, « Photojournalisme : la crise ? » dans *Le monde*, [en ligne], 27 décembre 2016, consulté le 18 juillet 2017. Disponible sur http://www.lemonde.fr/actualite-medias/chat/2006/12/26/photojournalisme-la-crise_849373_3236.html

⁵² ROCH, Jean-Baptiste, « Deux photographes face à la crise du photojournalisme » dans *Télérama*, [en ligne], 30 août 2014, consulté le 22 juillet 2017. Disponible sur <http://www.telerama.fr/medias/deux-photographes-face-a-la-crise-du-photojournalisme,116210.php>

⁵³ ROCH, Jean-Baptiste, *op.cit.*, [en ligne].

l'entrée dans le nouveau millénaire de la photographie de presse sans toutefois poser un discours trop alarmiste : « *C'est la mode des réseaux sociaux, des chaînes infos qui demandent aux amateurs de leur envoyer des photos. Il y a un faible intérêt pour les contenus payants. Les agences ne salarient plus leurs photographes et vivent sur leurs catalogues. Forcément ce n'est plus le même métier. Il faut se réinventer.* »⁵⁴ Force est de constater que les problèmes financiers rencontrés par le monde des professionnels sont bien réels. Pour autant, en déduire que c'est l'ère numérique qui est la responsable et que par conséquent, il n'y aurait pas d'avenir pour le photojournalisme constitue une réaction démesurée qui ne reflète pas globalement la réalité. On peut considérer qu'il y a certes une crise de l'économie du photojournalisme mais pas du photojournalisme lui-même.⁵⁵ Pourtant un autre postulat intervient également dans ces questionnements quant à la profession : le rôle de l'amateur.

La prétendue concurrence déloyale de l'amateur

« *La transition numérique n'a pas transformé tout un chacun en photographe [...] elle a rebattu les cartes en conférant aux uns comme aux autres, une accessibilité et une publicité sans précédent. En encourageant la diffusion des pratiques visuelles, la fluidité numérique participe à une éducation populaire à l'image.* »⁵⁶ affirme André Gunthert. Malgré cette analyse, de nombreux journalistes ou photojournalistes s'inquiètent ou même s'offusquent du débarquement des amateurs dans la sphère médiatique et du désormais célèbre « journalisme citoyen ». Andrew Keen dans son ouvrage *Le culte de l'amateur* parle de la médiocrité « du journalisme par des non-journalistes », et considère que la pratique amateur constitue un réel danger pour la qualité de l'information, pour la démocratie

⁵⁴ DEHAUSSAY, Laurent, *op.cit.*, [en ligne].

⁵⁵ ESJ PRO (coll.), « Photojournaliste, un métier qui s'ubérise », dans *France 3 Blog*, [en ligne], 4 septembre 2015, consulté le 22 juillet 2017. Disponible sur <http://france3-regions.blog.francetvinfo.fr/voir-visapourlimage2015/2015/09/04/photojournaliste-un-metier-qui-suberise.html>.

⁵⁶ GUNTHERT, André, *op.cit.*, p. 14.

et toute l'économie de la culture.⁵⁷ Des propos très forts qui contrastent avec la vision de Gunthert : « *Il n'existe aucune façon pour les amateurs d'imposer leurs productions au sein des grands médias. Comme le montre l'exemple de la BBC, l'invitation à communiquer son témoignage émane des rédactions, qui conservent le privilège de choix et d'éditorialisation des contributions.* »⁵⁸ Par ces propos Gunthert entend démontrer que l'image amateur ne peut constituer un réel danger puisque ce qui sera finalement publié passera d'abord sous le crible des rédactions. Et il complète sa pensée en insistant sur l'intelligence du public, qui dans un monde noyé sous les images et les informations issues non plus seulement des professionnels, acquiert une incroyable capacité de critique des sources. De même, penser qu'il existe une compétition entre les amateurs et les professionnels est un leurre selon lui. Et en-dehors de ce potentiel risque concurrentiel que pourrait poser la photographie amateur, Gunthert relève surtout le bénéfice tiré par les témoins d'un évènement grave qui prennent des images de ce qu'ils vivent. C'est une manière de gérer le traumatisme et le rapport à celui-ci.⁵⁹ Pourtant, Marie-Pierre Subtil, rédactrice en chef de 6Mois, dénonce la « banalisation » du métier et la précarité qui découle du déferlement des images amateurs : « *Les journaux ne font plus attention. Ils achètent les photos de tout le monde. Il n'y a plus de différence entre le bon et le mauvais travail.* »⁶⁰ Pourtant, si cet amateurisme n'a jamais porté préjudice à la presse lorsque l'on se penche sur son historique, c'est parce que sans doute le traitement de l'information apporte-t-il une réelle plus-value au public et à l'actualité elle-même. Pour Daniel Cornu, les images d'amateurs ont surtout modifié le comportement des témoins et des médias mais pas le photojournalisme.⁶¹ Les photojournalistes restent nécessaires pour fournir une information la plus objective possible et inscrite dans un

⁵⁷ FERRON, Benjamin, HARVEY, Nicolas, TRÉDAN, Olivier, *Des amateurs dans les médias. Légitimités, autonomie, attachements*, Paris, Presse des Mines, 2015, p. 23.

⁵⁸ GUNTHERT, André, *op.cit.*, p. 51.

⁵⁹ *Idem*, p. 50.

⁶⁰ ESJ PRO (coll.), *op.cit.*, [en ligne].

⁶¹ CORNU, Daniel, « Les images d'amateurs face au photojournalisme », dans *24 Heures*, [en ligne], 19 mars 2015, consulté le 22 juillet 2017. Disponible sur <https://www.24heures.ch/signatures/reflexions/Les-images-d-amateurs-faceau-photojournalisme/story/23991794>.

contexte préalablement étudié. Le photographe Samuel Bollendorff se veut rassurant : « *Smartphones, caméphones, caméras de surveillance, Google Glass..., les témoins visuels sont potentiellement partout. Les quelques images amateurs récupérées par les agences ou la presse ne sont pas pour autant livrées brutes. Ce sont des journalistes qui, vérifiant, sélectionnant, légendant, éditorialisant, les transforment finalement en " icônes".* » Pour lui, la concurrence de l'amateur est un mythe.⁶² Le traitement de l'actualité et donc le métier de photojournaliste nécessitent des compétences particulières. N'est pas journaliste qui veut et le public a encore besoin de s'appuyer sur des sources sûres. Selon Michel Philippot rédacteur en chef photo du *Monde 2*, « *être photojournaliste, c'est avoir un minimum de culture, de connaissances du terrain sur lequel on va se trouver, et avoir une connaissance aussi de la prise de vue, qui nécessite une recherche de synthèse de l'événement qui se déroule sous les yeux du "professionnel" journaliste photographe. Ce qui ne veut pas dire que l'amateur ne peut pas prendre de photos très intéressantes et signifiantes. Mais elles resteront toujours dans le cadre de quelque chose de plus ou moins fortuit. Il est là en tant que touriste, et non en tant que professionnel. Le professionnel saura remplir, montrer tout ce qui se passe pendant, après et évidemment pas avant.*⁶³ Aussi, en aucun cas, il ne faudrait craindre le règne de l'amateur. Pour Nicolas Pélissier, sociologue des médias, l'amateur ne représenterait un éventuel danger que dans le cas de figure, peu probable, où la profession ne se remettrait pas en question. Tout dépend donc des chemins que décidera désormais d'emprunter le monde du photojournalisme : « *C'est en se choisissant un avenir que la presse et le photojournalisme décideront de celui des amateurs. S'ils persistent à livrer articles et images prévus par un calendrier précis, s'ils continuent de privilégier le commentaire et la récupération sur le travail de terrain, l'amateur se verra renforcé dans sa fonction de description au plus près du réel et plus loin de la censure, servant non plus de révélateur des manques de la profession, mais de*

⁶² CANITROT, Armelle, *op.cit.*, [en ligne].

⁶³ PHILIPPOT, Michel, *op.cit.*, [en ligne].

*complément nécessaire, pourvoyeur d'une masse de photos et informations, lesquelles seront reprises, vérifiées, mises en perspective et en valeur par les médias. Dans ce cas, les journalistes ne seront plus en amont, mais en aval de la chaîne : ils joueront a posteriori un rôle d'expert-consultant en information, légitimant après coup une information amenée par d'autres voies que le canal des médias classiques ».*⁶⁴

Quelles issues à la crise ?

Comment dès lors faire évoluer le photojournalisme dans ce contexte ? Seules les personnes concernées peuvent réellement répondre à cette question. Aussi, dans ce dernier paragraphe, la conclusion leur revient. Pour le directeur du festival *Visa pour l'image*, Jean-François Leroy, « *Il faut que les photojournalistes, surtout ceux qui sont indépendants, comprennent que ce n'est plus la peine de courir après la photo de news. Les grandes agences comme Reuters, Associated Press, AFP sont capables, grâce à leurs correspondants locaux bien équipés et compétents, de diffuser instantanément d'excellentes images. Les photojournalistes doivent travailler en profondeur, raconter l'histoire du monde et non chercher à saisir uniquement l'instant.* »⁶⁵ Il vaudrait mieux envisager l'Internet comme une source abondante à la portée de tous qui ne peut que nourrir le monde de l'information. Et voir les nombreux avantages qu'il comporte. Aujourd'hui, par son biais, les photojournalistes ont l'opportunité d'accéder à n'importe quelle actualité à l'autre bout de la planète, ils n'ont qu'à sélectionner le sujet qu'ils veulent, ils peuvent avoir de multiples contacts.⁶⁶ Robin Hammond, photographe est plutôt optimiste également : *J'ai grandi, dans la photographie, au son du glas du photojournalisme, qui revient*

⁶⁴ ANÉ, Claire et NUNÈS, Éric, « Perspectives : l'avenir du photojournalisme à l'épreuve des amateurs », dans *Le Monde*, [en ligne], 17 février 2005, consulté le 5 août 2017. Disponible sur http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2005/02/17/perspectives-l-avenir-du-photojournalisme-a-l-epreuve-des-amateurs_398568_3236.html

⁶⁵ PUECH, Michel, « De "l'âge d'or" au photojournalisme "low cost" », dans *Mediapart Blog*, [en ligne], 28 janvier 2012, consulté le 5 août 2017. Disponible sur <https://blogs.mediapart.fr/michel-puech/blog/280112/de-l-age-d-or-au-photojournalisme-low-cost>

⁶⁶ JOFFREDO, Loïc, « La fabrication de la presse », dans *La presse à la une*, [en ligne], consulté le 18 juillet 2017. Disponible sur <http://expositions.bnf.fr/presse/arret/07-2.htm>

régulièrement. Et pourtant je vois toujours quotidiennement sur mon ordinateur de formidables nouveaux sujets. A mon avis, il faut faire la distinction entre les manières traditionnelles de financer un projet et le projet lui-même. Nous sommes nombreux à déborder d'énergie pour documenter le monde, et tant que nous sommes animés par la volonté de raconter ces histoires, nous trouverons le moyen de le faire. Du côté du public, dans un monde où presque tout le monde a un appareil photo et où les images naissent et disparaissent à une vitesse folle, je crois qu'il y a un désir de voir des sujets engagés, qui demandent du temps pour les regarder ; des sujets qui offrent un point de vue sur des situations que nous ne connaissons pas ou des sujets qui montrent notre propre monde sous un éclairage différent. Je pense que le photojournalisme a toujours un rôle à jouer.⁶⁷ Mais encore faut-il accepter le changement et s'y résoudre afin d'en dégager les possibilités. « Il n'y aura pas de retour en arrière. C'est sur internet, c'est sous forme numérique, c'est dans leur état dématérialisé que les images circulent et circuleront majoritairement. Ce qui entraîne et entrainera de nouvelles modalités de lecture. Il ne sert à rien de le déplorer, il faut le prendre en compte. Ce qui, de façon salutaire, nous oblige à considérer le papier autrement. Le papier est un luxe. Il doit être considéré et traité comme tel. A quoi sert-il, aujourd'hui, d'abattre des millions d'arbres et de gâcher des millions d'hectolitres d'eau pour devoir ensuite transporter des tonnes de papier imprimé qui seront caduques dès le lendemain de leur parution ? L'information sur les faits ne vient plus de là, les points de vue et les analyses peuvent nous être transmis autrement. L'avenir est aux applications, à la mise en forme, qui restera encore longtemps en référence avec nos habitudes sur le papier, des points de vue des photographes. Ces propositions numériques, qui peuvent se commercialiser pour des sommes modestes mais en grand nombre, peuvent prendre la forme du livre mais, également, celle de la publication

⁶⁷ COEN, Carole, « Quel avenir pour le photojournalisme ? Du côté des photographes... », dans *Our age is thirteen*, [en ligne], 5 septembre 2013, consulté le 5 août 2017. Disponible sur <http://www.oai13.com/focus/photojournalisme/quel-avenir-avenir-pour-le-photojournalisme-du-cote-des-photographes>.

périodique qui se vendrait sur abonnement. Un photographe peut proposer à des lecteurs de l'accompagner à un rythme hebdomadaire dans son travail. Il peut parfaitement intégrer son, vidéo, texte à son propos. Et, ensuite, finaliser son projet sous forme d'application qui deviendrait un projet de livre. Ce livre peut être vendu sur le net, tiré en fonction des préachats, avec quelques exemplaires supplémentaires, ce qui éviterait les stocks, et trouver le public qui lui correspond. La seule nécessité sera que ce livre soit un objet, très soigné, très pensé. Un objet de luxe, pourquoi pas numéroté et signé. On peut rêver, en tout cas, de deux publics, le plus large et le plus élitiste. Deux publics qui peuvent permettre à l'expression des photographes sur le monde et sur l'actualité de continuer à exister. Le photojournalisme, la photographie documentaire ne sont pas morts, loin de là. Ils doivent trouver leur forme contemporaine. De l'élaboration du projet à ses choix esthétiques, de son économie à son mode de diffusion ».⁶⁸ Un point de vue partagé par le photographe Andrew Eisebo : « Je crois que nous, les photographes, sommes revenus du modèle des agences, qui contrôlaient les images et étaient contrôlés par les titres de presse. Mais Internet a ouvert la porte à tellement de personnes ! Ce que nous devons faire maintenant, c'est s'adapter – aux nouvelles technologies, aux nouvelles formes de diffusion. Et au lieu d'attendre que quelqu'un vous demande quelque chose, mieux vaut commencer quelque chose soi-même. Et peut-être y mêler le corporate en associant au projet une entreprise privée en termes d'investissement, de responsabilité, chercher du soutien en déterminant ce que cette entreprise peut apporter au projet et ce que vous pouvez lui donner en retour. »⁶⁹ Plus que le nœud du problème, l'Internet et la profusion d'images éparpillées sur la toile seraient la solution à la redéfinition du photojournalisme. Ainsi qu'une plus grande solidarité entre les acteurs.

⁶⁸ CAUJOLLE, Christian, "L'avenir du photojournalisme", dans *L'Œil de la Photographie*, [en ligne], 4 septembre 2015, consulté le 18 juillet 2017. Disponible sur <http://www.loeildelaphotographie.com/fr/2015/09/04/article/159869450/l-avenir-du-photojournalisme-par-christian-caujolle>.

⁶⁹ COEN, Carole, *op.cit.*, [en ligne].

Conclusion

Comme son histoire le montre, le photojournalisme a toujours et dès ses débuts été confronté à des difficultés, notamment pour se faire une place dans le monde de l'information. Depuis les années 2000, il est encore entré dans une ère nouvelle avec l'émergence de l'Internet qui lui impose de se redéfinir pour ne pas périr. Les nouvelles technologies ont apporté avec elles, de nouvelles manières de penser et de traiter l'actualité. Dans le cas précis de la photographie de presse, la provenance des images s'est vue fortement élargie. Par les banques de données d'images mais aussi par la grande accessibilité à la technique photographique, désormais à la portée de tous. L'image amateur peut maintenant faire la une des journaux et acquérir le statut d'icône. Un phénomène qui pose question et affaiblit inévitablement la pratique professionnelle, tributaire des tarifs toujours moindres pratiqués. Aussi, nous avons tenté dans le présent mémoire d'analyser les difficultés et les enjeux liés à cette problématique. Il apparaît que nombre de craintes émises par le monde professionnel quant à l'avenir du photojournalisme sont injustifiées. La plupart des experts s'accordent à dire qu'il reste de l'espoir pour ce métier et sa pratique si les acteurs acceptent de repenser leur rôle et de le faire évoluer. Par un plus grand investissement dans les nouveaux médias, par la collaboration mais aussi par la persévérance. La société aura toujours besoin de journalistes pour l'aider à voir et à comprendre les événements. Et son importance est d'autant plus grande qu'il est de sa responsabilité d'encadrer les productions des « citoyens lambda » et de poser sur elles un regard critique. Sans doute faut-il que le photojournaliste cesse de voir l'amateur comme un concurrent mais tente de saisir la possibilité de s'en démarquer. En proposant des sujets plus aboutis, plus longs, sans doute moins rentables dans un premier temps, d'où l'intérêt de chercher de nouvelles sources de financement, mais nécessaires pour assurer la survie du photojournalisme.

Bibliographie

- ALVAREZ, Jorge, « Le devenir des droits d'auteur pour un photographe auteur », dans colloque *Nouvelles perspectives pour les photographes professionnels*, Saint-Denis, Ecole Nationale Supérieure Louis-Lumière, 2010.
- AMAR, Pierre-Jean, *Le photojournalisme*, Paris, Nathan Université, 2000.
- ANÉ, Claire et NUNÈS, Éric, « Perspectives : l'avenir du photojournalisme à l'épreuve des amateurs », dans *Le Monde*, [en ligne], 17 février 2005. Disponible sur http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2005/02/17/perspectives-l-avenir-du-photojournalisme-a-l-epreuve-des-amateurs_398568_3236.html
- ANTONUTTI, Isabelle, DRÈGE, Jean-Pierre, MARTIN, Henri-Jean, « Imprimerie » dans *Universalis éducation*, [en ligne]. Disponible sur <http://www.universalis-edu.com.proxy.bib.ucl.ac.be:8888/encyclopedie/imprimerie/>
- BECKER, Howard S., « Sociologie visuelle, photographie documentaire et photojournalisme », dans *Communications. Le parti pris du document*, n° 71, 2000.
- CANITROT, Armelle, « Comment les photos d'amateurs ont conquis les médias », dans *La Croix*, [en ligne], 1er septembre 2014. Disponible sur <http://www.la-croix.com/Archives/2014-09-01/Comment-les-photos-d-amateurs-ont-conquis-les-medias.-Comment-les-photos-d-amateurs-ont-conquis-les-medias-2014-09-01-1199867>
- CAUJOLLE, Christian, « Mort et résurrection du photojournalisme, dans *Le Monde diplomatique*, [en ligne], Mars 2005, consulté le 20 juillet 2017. Disponible sur <https://www.monde-diplomatique.fr/2005/03/CAUJOLLE/12009>.
- CAUJOLLE, Christian, “L'avenir du photojournalisme”, dans *L'Œil de la Photographie*, [en ligne], 4 septembre 2015. Disponible sur <http://www.loeildelaphotographie.com/fr/2015/09/04/article/159869450/l-avenir-du-photojournalisme-par-christian-caujolle>.
- COLO, Olivia, ESTÈVE, Wilfrid, JACOB, Mat, *Photojournalisme, à la croisée des chemins*, Paris, Marval et CFD, 2005.
- COEN, Carole, « Quel avenir pour le photojournalisme ? Du côté des photographes... », dans *Our age is thirteen*, [en ligne], 5 septembre 2013. Disponible sur <http://www.oai13.com/focus/photojournalisme/quel-avenir-avenir-pour-le-photojournalisme-du-cote-des-photographes>.

CORNU, Daniel, « Les images d'amateurs face au photojournalisme », dans *24 Heures*, [en ligne], 19 mars 2015. Disponible sur <https://www.24heures.ch/signatures/reflexions/Les-images-d-amateurs-faceau-photojournalisme/story/23991794>.

DEHOSSAY, Laurent, « Interview de Dimitri Joannidès » dans l'émission radio *Un jour dans l'histoire, La Première, Auvio* [en ligne], 17 juillet 2017. Disponible sur https://www.rtf.be/auvio/detail_un-jour-dans-l-histoire?id=2235557.

DA LAGE, Olivier, « La presse saisie par l'Internet », dans *Communications et Langages*, n°1, 2001.

DESBENOIT, Luc, « Tous photographes ! Une révolution en cours », dans *Télérama*, [en ligne], 8 juin 2013. Disponible sur <http://www.telerama.fr/scenes/tous-photographes-une-revolution-en-cours,98517.php>

ESJ PRO (coll.), « Photojournaliste, un métier qui s'ubérise », dans France 3 Blog, [en ligne], 4 septembre 2015. Disponible sur <http://france3-regions.blog.francetvinfo.fr/voir-visapourlimage2015/2015/09/04/photojournaliste-un-metier-qui-suberise.html>.

FERRON, Benjamin, HARVEY, Nicolas, TRÉDAN, Olivier, *Des amateurs dans les medias. Légitimités, autonomie, attachements*, Paris, Presse des Mines, 2015.

FRAISSARD, Guillaume et GUERRIN, Michel, « L'an I du téléphone-caméra », dans *Le Monde*, [en ligne], 15 juillet 2015, consulté le 20 juillet 2017. Disponible sur http://www.lemonde.fr/idees/article/2005/07/15/l-an-i-du-telephone-camera-par-guillaume-fraissard-et-michel-guerrin_672796_3232.html

FREUND, Gisèle, *Photographie et société*, Paris, Éditions du Seuil, 1974.

GERVAIS, Thierry et MOREL, Gaëlle, « Les Formes de l'information. 1843-2002 - De la presse illustrée aux médias modernes », dans GUNTHERT André et POIVERT, Michel, *L'Art de la photographie des origines à nos jours*, Paris, Citadelle et Mazenod, 2007.

GUNTHERT, André, *L'image partagée. La photographie numérique*, Paris, Textuel, 2015.

JOFFREDO, Loïc, « La fabrication de la presse », dans *La presse à la une*, [en ligne]. Disponible sur <http://expositions.bnf.fr/presse/arret/07-2.htm>

LAVOIE, Vincent, « Guerre et iPhone. Les nouveaux fronts du photojournalisme », dans *Études photographiques*, n° 29[en ligne], 2012. Disponible sur <https://etudesphotographiques.revues.org/3294>.

LAVOIE, Vincent, *Photojournalismes. Revoir les canons de l'image de presse*, Paris, Éditions Hazan, 2010.

MARTEAU, Stéphanie, « La course à l'image amateur, nouvel enjeu de l'information », dans *Le Monde*, [en ligne], 1er avril 2016. Disponible sur http://www.lemonde.fr/m-actu/article/2016/04/01/la-course-a-l-image-amateur-nouvel-enjeu-de-l-information_4893695_4497186.html#fExCSC0ZFbZDGSeq.99

MORVAN, Yan, *Photojournalisme*, Paris, CFPJ, 2000, édito.

PHILIPPOT, Michel, « Photojournalisme : la crise ? » dans *Le monde*, [en ligne], 27 décembre 2016. Disponible sur http://www.lemonde.fr/actualite-medias/chat/2006/12/26/photojournalisme-la-crise_849373_3236.html

PUECH, Michel, « De "l'âge d'or" au photojournalisme "low cost" », dans *Mediapart Blog*, [en ligne], 28 janvier 2012. Disponible sur <https://blogs.mediapart.fr/michel-puech/blog/280112/de-l-age-d-or-au-photojournalisme-low-cost>

ROCH, Jean-Baptiste, « Deux photographes face à la crise du photojournalisme » dans *Télérama*, [en ligne], 30 août 2014. Disponible sur <http://www.telerama.fr/medias/deux-photographes-face-a-la-crise-du-photojournalisme,116210.php>

Table des matières

<i>Introduction</i>	1
I. Quand l'image se fit voix.....	2
Définition de la pratique.....	2
Les prémisses du photojournalisme.....	3
La photographie comme attestation du réel.....	5
Le temps des grandes agences.....	6
II. (R)évolutions et crises.....	7
Le boom de la télévision.....	7
La photographie de presse remise en question.....	8
L'internet et le photojournalisme 2.0.....	10
III. « Mort du photojournalisme », croisement de réflexions.....	11
Omniprésence de l'image.....	12
Quand l'amateur s'invite.....	14
Problèmes et enjeux liés à la provenance des images.....	16
- L'authenticité.....	16
- Photojournaliste, profession précarisée.....	18
- La prétendue concurrence déloyale de l'amateur.....	20
- Quelles issues à la crise ?.....	23
<i>Conclusion</i>	27
Bibliographie.....	28