



Approche de la photographie

Camille Rapin

► To cite this version:

Camille Rapin. Approche de la photographie. Sciences de l'Homme et Société. 2018. dumas-01894043

HAL Id: dumas-01894043

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01894043>

Submitted on 12 Oct 2018

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.

Approche de la photographie

Camille Rapin

► To cite this version:

| Camille Rapin. Approche de la photographie. Littératures. 2018. dumas-01894043

HAL Id: dumas-01894043

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01894043>

Submitted on 12 Oct 2018

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.



Approche de la photographie

RAPIN
Camille

Sous la direction de Brigitte COMBE

Laboratoire : UMR Litt&Arts

UFR LLASIC
Département Lettres

Mémoire de master 2 mention Arts, lettres et civilisations – 30 crédits

Parcours : Diffusion de la culture

*Ce mémoire professionnel fait suite à un stage effectué à l'Agence VU' à Paris, sous la responsabilité de
Patricia MORVAN, du 22/08/2017 au 06/12/2017*

Année universitaire 2017-2018

Remerciements

Je remercie en premier lieu l'Agence VU', ainsi que son PDG Xavier SOULE, qui m'ont accueillie chaleureusement au sein de leur équipe et avec qui je débute désormais ma première expérience professionnelle. Les différentes personnalités de l'agence m'ont accompagnée dans mon immersion dans le milieu de la photographie sans manquer de me transmettre leurs propres conceptions de ce médium, et pour cela je leur suis très reconnaissante.

Je souhaite remercier tout particulièrement Patricia MORVAN, co-directrice de VU', et Mathilde PENCHINAT, responsable du département Corporate, avec qui j'ai commencé ce stage, pour leur patience et la confiance qu'elles m'ont accordées dès le début de notre collaboration.

Mes remerciements vont également à Brigitte COMBE, non seulement pour l'opportunité qu'elle offre aux étudiants de se préparer professionnellement au milieu difficile de la culture, mais également pour son soutien en tant que directrice de mémoire. Je la remercie pour sa confiance et ses encouragements dans mes entreprises de réflexion et de rédaction, ainsi que pour le temps d'accompagnement qu'elle m'a accordé.

Je ne manque pas non plus de remercier tous ceux qui ont pris la peine de relire mon travail et pour l'aide précieuse qu'ils ont apportée à sa rédaction. Leur implication a été assurément la source principale de ma motivation à réaliser ce mémoire.



UNIVERSITÉ
Grenoble
Alpes

Déclaration anti-plagiat
Document à scanner après signature
et à intégrer au mémoire électronique

DECLARATION

1. Ce travail est le fruit d'un travail personnel et constitue un document original.
2. Je sais que prétendre être l'auteur d'un travail écrit par une autre personne est une pratique sévèrement sanctionnée par la loi.
3. Personne d'autre que moi n'a le droit de faire valoir ce travail, en totalité ou en partie, comme le sien.
4. Les propos repris mot à mot à d'autres auteurs figurent entre guillemets (citations).
5. Les écrits sur lesquels je m'appuie dans ce mémoire sont systématiquement référencés selon un système de renvoi bibliographique clair et précis.

NOM : RAPIN PRENOM : Camille
DATE : Le 13 mai 2018 SIGNATURE

Mise à jour mars 2016

Table des matières

Introduction	8
--------------	---

Première partie : rapport de stage

1. Un stage à l'Agence VU'	11
2. L'Agence et la Galerie VU'	12
2.1. De <i>Libération</i> au groupe Abvent	12
2.2. Organisation de l'entreprise	14
3. Les missions	16
3.1. Assistante du département Corporate	16
3.1.1. Suivi de projets	17
3.1.1.1. <i>Garden Party à VU'</i>	17
3.1.1.2. <i>Atout France : la promotion des Palaces de France</i>	18
3.1.1.3. <i>Marketing pour une grande marque de parfum</i>	20
3.1.2. Prospection de nouveaux clients	22
3.1.2.1. <i>Ryder Cup 2018</i>	23
3.2. Assistante du département Culturel	24
3.2.1. Vente et promotion d'expositions	25
3.2.1.1. <i>Création de dossiers de présentation</i>	25
3.2.1.2. <i>Recensement des œuvres de l'agence</i>	26
3.2.1.3. <i>Rencontres avec les photographes</i>	26
3.2.2. Et d'autres activités annexes	28
3.2.2.1. <i>Création de comptes rendus de réunions</i>	28
3.2.2.2. <i>Traductions</i>	28
3.3. Assistante de galerie	29
3.3.1. Paris Photo	29
3.3.1.1. <i>Suivi de la production des œuvres</i>	30
3.3.1.2. <i>Textes de communication</i>	30
3.3.1.3. <i>Tenue du stand à Paris Photo</i>	30

3.3.2. Permanences à la galerie	32
3.3.2.1. <i>Accueil du public</i>	32
3.3.2.2. <i>Librairie de la galerie</i>	32
3.3.3. Préparation des expositions	32
3.3.3.1. <i>Encadrement des œuvres</i>	33
3.3.3.2. <i>Conception d'une scénographie</i>	33
 4. Bilan de l'expérience	 34
4.1. Acquis de la formation	35
4.2. Insuffisances	37
4.3. Remporter le <i>challenge</i>	37
 5. Conclusion du rapport	 39

Seconde partie : approche de la photographie

Introduction	41
 Chapitre I : Qu'est-ce qu'une photographie ?	 43
 1. La dissociation du réel	 46
1.1. La théorie kantienne : une temporalité différente	48
1.2. Atemporalité de la photographie	50
 2. À la recherche du temps perdu	 53
2.1. Bergson : la notion de durée	53
2.2. Retour au familial	57
 3. Conclusion du chapitre	 58

Chapitre II : Comment la photographie s'est-elle construite culturellement ?	59
1. Une histoire de représentation	60
1.1. La lutte des pictorialistes : rendre à la photographie ce qui lui appartient	61
1.1.1. Les premiers cercles français : une erreur de catégorie	62
1.1.2. Steichen, Stieglitz et les autres	64
1.1.3. Place à la modernité	66
1.2. En marge des arts picturaux	67
1.2.1. De la reproduction à la représentation	67
1.2.2. Analyse comparative	69
1.2.3. La voie de l'émancipation	72
2. La construction du jeu photographique	73
2.1. Cerner les mécanismes du jeu	73
2.2. Par-delà la vérité	76
2.3. L'instant d'une expression	78
3. Conclusion du chapitre	81
 Chapitre III : Quels sont les rôles des diffuseurs de la photographie ?	 82
1. Les agences et l'omniprésence de l'image	83
2. Un marché d'œuvres particulières	86
 Conclusion du mémoire	 89
 Bibliographie	 91

Introduction

Suite à mes expériences professionnelles de 1^{re} année de Master *Diffusion de la culture*, je souhaitais trouver un stage qui, d'une part, se concentre sur un domaine de l'art contemporain (peinture, mais aussi dessin), et d'autre part ne relève pas du domaine public. Cette dernière exigence repose sur le constat personnel que les institutions – françaises en particulier – suivent un modèle étatique d'obligations qui ne répond pas à mes propres intentions professionnelles. Je souhaitais également des missions diversifiées qui me permettent d'avoir un aperçu général du milieu dans lequel j'allais m'immerger.

Bien que la photographie ne soit pas le domaine culturel qui, alors, me fascinait le plus, l'offre de stage de l'Agence VU' pour laquelle j'ai candidaté répondait cependant à toutes mes exigences. Non seulement il m'était donné d'assister deux secteurs bien différents, le Culturel et le Corporate, mais également de travailler aussi bien sur l'organisation de l'agence sur le long terme que sur des projets ponctuels. Qui plus est, on me proposait de me confronter à un type d'entreprise que je ne connaissais que très peu, et par là d'étendre mon champ de connaissance des circuits artistiques. J'ai compris dès les premières semaines que le domaine même de la photographie – aussi complexe que pluriel – imposait un milieu de diffusion tout à fait singulier, qui à lui seul demandait des années d'expériences pour être appréhendé, et bien différent de ceux de la peinture ou du dessin contemporain. Cette implication dans un système indéniablement hors norme n'a cessé d'accroître ma curiosité et ma concentration lors de ces quatre mois, jusqu'à faire de cet apprentissage un véritable *challenge*, un objectif professionnel sur le long terme.

Au-delà de ces considérations si bienveillantes concernant ce stage à l'Agence VU', il me semble important de préciser que cette expérience a été extrêmement riche, tant au travers de toutes les missions que j'ai pu réaliser que dans les rencontres humaines et l'élaboration de mon avenir au sein de l'entreprise. Et si je ne peux que conclure de manière aussi positive, ce sont cette richesse et cette implication constante de ma part qui constituent à mon sens l'essentiel de cette formation, et qui doivent être transmises avec justesse dans la première partie de ce mémoire.

La seconde partie de ce travail est dédiée non pas à quelque étude analytique du milieu de la photographie, mais à cette dernière. Encore une fois, en partant du constat que ce circuit de diffusion est si particulier qu'il demande des années d'immersion pour en

maîtriser les rouages, j'ai souhaité adopter une perspective davantage synthétique, me concentrant sur une ontologie de ce médium. En effet, il paraît important d'élaborer, en amont de toute action dans ce milieu, une réflexion sur la complexité de ce dernier, sur sa nature, et pour pouvoir l'ajuster, par la suite, en fonction de l'expérience. Ainsi, afin de relever au mieux le défi que je me suis imposé au fil de ce stage, il me semble opportun de dresser l'ébauche d'une ontologie de la photographie.

Qui plus est, face à la liberté de réflexion qui nous est offerte par ce mémoire professionnel, je me suis résolue à mobiliser les quelques domaines qui ont façonné mon *cursus* universitaire – à savoir la philosophie, l'histoire de l'art et la sociologie – pour parvenir à une étude qui soit proprement mienne et enrichie de toutes mes compétences.

Je ne compte cependant pas mettre de côté la formation professionnelle qui fait partie intégrante du master *Diffusion de la culture*. Par conséquent le chapitre qui clôt ma réflexion est consacré aux déterminations que cette essence singulière de la photographie implique dans la constitution du système de diffusion de ce médium, au cœur duquel se trouve l'Agence VU'.

Première partie

Rapport de stage

Assistante des départements Culturel et Corporate de l'Agence VU'

Du 21 août au 9 décembre 2017

Assistante de galerie à la Galerie VU'

Du 3 octobre au 9 décembre 2017

1. Un stage à l'Agence VU'

Lorsque j'ai commencé mon stage à l'Agence VU' à Paris le 21 août 2017, les missions qui m'ont été assignées étaient d'assister les secteurs Culturel et Corporate de l'entreprise, et ce pendant six mois. Très rapidement cependant, mes relations avec l'équipe ont évolué, et avec elles la place qui m'était dévolue.

Le président du groupe détenant l'agence ainsi que les deux co-directeurs de VU' m'ont en effet proposé au mois de septembre de rejoindre leur équipe en tant que salariée dès la fin de mon stage. Dans cette perspective, il a été décidé d'une part que j'écourte ma formation de deux mois, et d'autre part que j'ajoute à mes missions celle d'assistante de galerie. Le poste qui m'a été soumis se voulait partagé entre l'Agence VU' et la Galerie VU', afin de créer davantage d'homogénéité entre ces deux entités. Cet accord entre nous me permettait ainsi de me former au mieux pour le poste qui m'était désormais attribué, et d'être en mesure de l'assurer dans les plus brefs délais.

Mon apprentissage est ainsi devenu un stage de quatre mois à VU' du 21 août au 9 décembre 2017 en tant qu'assistante Corporate et Culturel, ainsi qu'assistante à la galerie à partir du mois de novembre.

2. L'Agence et la Galerie VU'

2.1. De *Libération* au groupe Abvent

Pour comprendre les origines de la création de l'Agence VU', il est indispensable de se pencher sur une partie de l'histoire du journal *Libération*. En 1981, Christian Caujolle, chroniqueur au service culturel, se voit proposer la direction de la politique photographique, éditoriale et visuelle du journal. Après une période de crise, le directeur du journal décide en effet de prendre un tournant éditorial franc, et a bien conscience que ce renouvellement exige une réactualisation de son contenu visuel. Il va notamment assumer la présence inédite de la réclame dans le quotidien, en affirmant que « Non, *Libération* ne se normalise pas ; c'est la publicité qui se normalise. Elle est un art. On ne sait plus bien où commence la culture et où finit la publicité. Sans elle *Libération* eût été incomplet »¹. La volonté de la nouvelle équipe est d'intégrer pleinement la culture visuelle alors croissante et de l'adapter – sans discrétion – à un média d'information.

Au sein de cette restructuration, la politique que Christian Caujolle doit mettre en œuvre n'est pas des moindres : elle consiste à trouver une dynamique entre les images, le graphisme et la rédaction, et plus encore à faire une place réelle à l'expérimentation photographique au sein du journal. Très vite, *Libération* se démarque par son audace éditoriale et par la réelle qualité des signatures qu'il souligne ; l'ex-chroniqueur culturel met tout en œuvre pour diversifier les regards. Avec son équipe, il apprend ainsi à faire dialoguer les agences d'images de presse et les expériences contemporaines. Plus encore, c'est tout un réseau de professionnels de la photographie qui se tisse autour du quotidien.

En 1986, l'équipe chargée de la politique visuelle décide de créer l'Agence VU', un dispositif directement relié à *Libération* qui se charge de revendre les réalisations de ses photographes à l'étranger, lui apportant ainsi une certaine force économique. Pierre Bergé et Marcel Lefranc investissent alors dans ce projet et lui permettent de voir le jour, sous le nom juridique de la Société Nouvelle d'Image et de Communication (SNIC).

Le nom de ce nouveau dispositif a été choisi afin de se placer dans la continuité de la politique du quotidien. Il s'inspire en effet du magazine *VU* créé par Lucien Vogel en 1928. *VU* fait partie des premières revues à affirmer la qualité de ses images et à mettre en avant

¹ *Libération*, propos de Serge July, directeur du journal, le 12 février 1982.

les photographes qui réalisent ses reportages comme autant de regards singuliers sur le monde. Il va publier les grands noms de cette époque comme Germaine Krull, Man Ray, Eli Lotar, Henri Cartier-Bresson et bien d'autres. De même, l'Agence VU' se donne comme objectifs de considérer la particularité des regards qui donnent son pouvoir d'attraction à l'information journalistique, et de permettre à ses auteurs d'exposer et vivre de leur travail au-delà des simples exigences d'illustration. Autrement dit, l'agence cherche à promouvoir des *auteurs* dont elle veut faire reconnaître le travail. Elle se déclare ainsi comme une agence non pas de photographies, mais bien de photographes.

Bien que la nouvelle entité s'adresse désormais à nombre d'interlocuteurs (institutions, magazines, journaux étrangers, etc.), ses ressources visuelles s'avèrent vite insuffisantes. Christian Caujolle décide alors de vendre des images d'autres auteurs que ceux de *Libération*, tout en conservant le journal comme le principal actionnaire. Puis a lieu une restructuration importante en 1996 lorsque le quotidien cède la majorité de ses parts de l'agence au groupe Abvent. Ce nouvel actionnaire reste cependant cohérent, car le groupe Abvent est spécialisé dans les logiciels de design architecturaux, et son fondateur ainsi que PDG Xavier Soule est passionné de photographie, et collectionneur.

De plus, grâce à cette décision, VU' a pu bénéficier de locaux dotés d'une galerie, espace indispensable à la promotion de l'image telle que l'entend l'agence depuis ses débuts. La Galerie VU' est ainsi fondée en 1998. Elle est d'abord affiliée à l'Agence, puis devient une entité distincte. Les photographes membres de la galerie ne sont pas forcément ceux de l'agence, et inversement, de sorte à étendre le panel d'écritures visuelles de VU'.

L'ancienne galeriste de VU' pendant plus de quinze ans a conçu la ligne esthétique de la galerie, que Caroline Bénichou continue d'entretenir aujourd'hui. Si nombre d'exceptions rendent cette esthétique difficile à déterminer, la plupart des photographes exposés composent des œuvres aux thèmes classiques, dont le tirage est extrêmement réfléchi et raffiné. Ils sont en grande majorité à mi-carrière, mais une volonté forte de présenter de jeunes artistes prometteurs s'exprime de plus en plus. Enfin, il est important de relever une présence constante de l'école suédoise depuis la création de la galerie (Anders Petersen, Monika Macdonald, Martin Bogren, Lars Tunbjørk, etc.) et de l'école espagnole et sud-américaine, notamment depuis l'arrivée de Caroline Bénichou (Israël Ariño, Juan-Manuel Castro-Prieto, et d'autres).

Quant au choix des artistes représentés par l'Agence VU', il relève de deux objectifs qui ont toujours façonné sa particularité. D'une part il n'y a pas de photographes spécialisés dans des types d'images (le portrait, le reportage, le voyage, etc.), mais des regards singuliers

qui peuvent s'adapter à toutes les réalisations. D'autre part, l'agence a toujours mis l'accent sur la découverte de talents. Environ une trentaine de ceux-ci font partie du cercle des membres, c'est-à-dire que l'entreprise se charge de les faire vivre de leur travail ainsi que toutes les commandes qu'ils réalisent. Un autre cercle non moins important de photographes est dit « distribué ». Autrement dit, ils ne passent en général pas par VU' pour travailler, mais lui confient un certain nombre de réalisations qui sont revendues en l'état à des fins d'illustration.

Après quelques années de grands troubles, entre autres lors du passage au numérique au début du XXI^e siècle, après le départ de Christian Caujolle, et suite dernièrement à une crise généralisée de ce secteur, l'Agence VU' se maintient dans le paysage photographique comme un modèle.

2.2. Organisation de l'entreprise

L'Agence VU' est une entreprise dont l'appellation juridique est la SNIC, une SARL gérée par Xavier Soule. Elle appartient au groupe Abvent, principalement actif dans la commercialisation du design architectural, dont Xavier Soule est le président. Par conséquent, l'agence et la galerie sont supervisées par le président d'Abvent, et bénéficient des services juridiques, comptables et communication du groupe. Elles sont, de fait, deux activités entrepreneuriales distinctes, mais en réalité la galerie en tant qu'entité propre n'a aucun salarié ; tous sont engagés par l'Agence.

Le directeur artistique et fondateur de VU', Christian Caujolle a quitté l'agence et la galerie en 2007. Les directeurs se sont succédés jusqu'à ce qu'en mai 2017, Patricia Morvan et Patrick Codomier, investis dans l'entreprise depuis de nombreuses années, en reprennent la direction. Tous deux continuent néanmoins d'assurer la direction de leurs départements qui sont respectivement *Projets culturel & Exposition* et *Presse & ONG France*.

Sept autres collaborateurs constituent l'équipe de VU' en prenant en charge, chacun, un secteur particulier : Sébastien Dupuy, responsable *Presse & ONG International*, Mathilde Penchinat, responsable *Communication d'entreprise & Publicité* (ou nommé *Corporate*), Jean-Baptiste Henimann, responsable *Archives & Agents internationaux*, Mathias Nouel, responsable *Workshops & Edition*, Caroline Pochoy, rédactrice à temps partiel, Caroline

Bénichou, galeriste, et enfin Lorène Brouty, en charge du numérique et de la librairie de la galerie.

Après quelques déménagements, l'Agence VU', la galerie et une partie du groupe Advent se sont installés en 2011 dans l'hôtel particulier Paul Delaroche au 58 rue Saint-Lazare, dans le 9^e arrondissement de Paris.

3. Les missions

Le poste d'assistante des départements Culturel, Corporate et de la Galerie VU' m'a permis d'exercer une certaine polyvalence quant aux missions qui m'étaient données, tant dans la production, la commercialisation, la comptabilité que dans la création de projets. Redoublée par l'implication dans ces trois différents secteurs, celle-ci m'a apporté une formation variée pour le rôle d'agent de photographe.

3.1. Assistante du département Corporate

Le département dit « Corporate » de l'agence consiste à s'occuper des projets entre clients privés et photographes. Autrement dit, des entreprises comme la SNCF, EDF, ou encore Givaudan, font appel à VU' lorsqu'elles ont besoin de contenus visuels qui impliquent généralement une production. Bien que toutes ces entreprises aient leurs propres équipes de communication ou de marketing, elles peuvent avoir besoin de professionnels de l'image pour mettre en œuvre leurs idées. Le responsable Corporate est alors chargé de trouver l'auteur qui correspondra le mieux à la demande et de proposer une prestation.

Ces sollicitations ne sont cependant pas suffisantes actuellement. Pour trouver des clients, le département met alors en place plusieurs stratégies. Il peut compter sur la fidélisation des clients (certaines entreprises ont pris l'habitude de faire appel à l'Agence VU') ou encore sur des collaborations régulières avec des sociétés de communication et de publicité. Une autre stratégie est de faire de la prospection, c'est-à-dire de repérer d'éventuels besoins d'entreprises et de proposer spontanément des contenus. Mais cette initiative est délicate, car elle nécessite de monter un projet photographique construit sans aucune assurance de la coopération du client ciblé. Elle impose toutefois un véritable travail créatif de la part du prospecteur.

Alors que cet exercice met en relation des communicants, des photographes et l'agence, il est intéressant de noter que dans de nombreux cas les idées doivent émaner de cette dernière. Il appartient ainsi souvent au prospecteur de concevoir le contenu visuel qui satisfera son client. Il peut aussi bien réutiliser d'anciens projets des auteurs qu'il représente que concevoir un concept en échangeant avec ce dernier. Le responsable Corporate doit

donc, au-delà des strictes missions qui lui sont attribuées, être également capable de concevoir des projets photographiques de tous genres.

À l'Agence VU', l'actuelle responsable de ce département est Mathilde Penchinat, arrivée dans l'équipe en 2016. En tant que son assistante stagiaire, j'ai ainsi pu découvrir l'étendue de ses responsabilités, entre l'organisation logistique de prises de vue et la prospection de nouveaux clients. J'ai aussi pu suivre chaque étape de ses projets en cours.

3.1.1. Suivi des projets

Si le département Corporate nécessite un travail de développement et de prospection, le suivi des projets occupe la plus grande partie de ses activités et par conséquent, en tant que stagiaire, ce travail a été l'essentiel de mes missions. Au fil des mois, mes responsabilités ont été de plus en plus importantes.

3.1.1.1. Garden Party à VU'

Afin d'entretenir les liens entre ses clients et VU', Mathilde Penchinat organise régulièrement des soirées et des événements. Dès mon arrivée, j'ai ainsi été impliquée dans la logistique d'une Garden Party qui avait été initiée depuis plusieurs semaines.

La soirée aurait lieu dans le jardin de l'agence, dans lequel les invités allaient pouvoir profiter d'un buffet cuisiné à la plancha et de boissons. En plus de cette réception, Mathilde Penchinat voulait mettre en place quelques activités telles que le visionnage dans la galerie d'un reportage en réalité virtuelle de Sam Wolson, photographe de l'agence, ainsi qu'une tombola. Les invités allaient également pouvoir visiter l'exposition en cours à la galerie et avoir un aperçu de l'écriture des auteurs membres de VU' grâce à des écrans dans le jardin, où allaient être projetés quelques-unes de leurs images.

De manière générale, mes missions logistiques ont été de concevoir la mise en place de chacune de ces activités et de veiller à leur suivi lors de la soirée.

Concernant la réalisation de la tombola, celle-ci avait été conçue d'après deux objectifs : d'une part faire plaisir à certains clients en leur offrant quelques cadeaux, et d'autre part inciter les invités à manifester leur présence, sous prétexte de préparer à l'avance leur numéro. Généralement, peu de personnes répondent à un mail qui demande une confirmation de présence. Nous avons cependant besoin d'avoir une idée approximative du nombre de participants pour préparer les quantités de nourriture et de boissons. Nous

avons alors cherché un moyen de faciliter cette inscription. Nous avons fini par créer un formulaire sur Google Forms² qui demandait simplement de cocher une case de participation à la tombola et d'indiquer le nombre d'accompagnants. Cette stratégie a très bien marché et nous avons eu de nombreux retours.

Quant à la réalité virtuelle, nous avons demandé à des concepteurs du logiciel BIM Object, outil d'architecture faisant partie du groupe Abvent, installés quelques étages au-dessus de l'agence, de nous prêter le matériel et de nous indiquer la manière dont ils fonctionnent. Le photographe Sam Wolson avait créé ce court reportage spécifiquement pour la réalité virtuelle, et il nous suffisait ainsi d'installer le matériel.

Enfin, en amont de la soirée, j'ai été chargée de commander quelques éléments de décoration pour le jardin et de veiller à leur réception. Pour que toutes ces activités soient correctement suivies, j'ai créé quelques feuilles de routes, rétro-plannings et récapitulatifs qui nous ont aidés à concevoir cet événement avec rigueur.

Lors de la soirée, mon poste principal a été d'accueillir les invités pour relever leurs noms et leur attribuer un numéro de tombola. J'ai ensuite listé tous ces numéros afin de disposer les petits papiers correspondants dans un bocal. Au milieu de la soirée, un collègue de Mathilde Penchinat a procédé au tirage des huit numéros gagnants. Parmi les lots, nous avons préparé des livres de photographes de l'agence et de la galerie, des entrées à Paris Photo et quelques bouteilles de champagne.

Les jours suivants, j'ai rassemblé tous les documents récapitulatifs que nous avons créés pour l'organisation de la soirée afin d'en faire un dossier d'archive.

3.1.1.2. Atout France : la promotion des Palaces de France

Atout France est un organisme mandaté pour promouvoir la France à l'étranger. À ce titre, il mène régulièrement des campagnes et demande parfois à l'Agence VU' de lui créer des projets visuels, en particulier pour les réseaux sociaux. Il a sous sa responsabilité différents *clusters*, qui se chargent de soutenir des événements qui impliquent la promotion de la France (en sport, en médecine, en tourisme, etc.) ainsi que certaines campagnes de communication.

Le *cluster* qui avait contacté VU' avait en charge la promotion des Palaces de France, et de fait l'attribution de ce label aux établissements. Régulièrement, Atout France conçoit

² Cf. Annexes – Table des illustrations n° 1.1.1, p.6.

des images pour mettre en avant le personnel des Palaces et les diffusent sur les réseaux sociaux. Par conséquent, l'organisme avait demandé à l'agence – entre autres – de lui soumettre des propositions de concepts visuels. Son choix s'était finalement porté vers une création du photographe Rip Hopkins, membre de VU'. Grand ami du chef Pierre Gagnaire, il avait réalisé à l'occasion du mariage de celui-ci une fresque rassemblant tous les invités. Pour ce faire, il avait photographié les convives par groupe autour d'une grande table nappée, et grâce au travail de post-production, avait juxtaposé tous les groupes de sorte à créer l'illusion d'une table extrêmement longue autour de laquelle tous les invités se tenaient³. La particularité de Rip Hopkins est de savoir fort bien jouer avec la disposition des corps dans un ensemble. Il n'a donc aucune difficulté à rassembler une cinquantaine de personnes sans qu'aucune pose ne soit répétitive, ce qui faisait notamment la force de cette image.

Atout France avait souhaité reprendre ce concept en le transposant dans le décor du toit de l'Arc de Triomphe, afin d'introduire dans l'image quelques symboles français reconnaissables par un public étranger ; la Tour Eiffel et les Champs Elysées. Les responsables du *cluster* avaient également prévu de distinguer le personnel des Palaces en trois groupes : les *General Managers*, les chefs étoilés et les métiers divers. La commande passée à VU' était ainsi composée de quatre images : une pour chaque groupe et une photographie de l'ensemble du personnel présent.

Dès mon arrivée à l'agence, j'ai été chargée de tenir à jour le récapitulatif du projet qui évoluait au fil des discussions entre VU' et Atout France. Au début du mois de septembre, nous nous sommes rendus avec Rip Hopkins, son assistant Christian Caudroy et la déléguée d'Atout France, sur l'acrotère de l'Arc de Triomphe pour faire des repérages. Nous avons quelques heures pour mettre en place une table sur le monticule et aider les photographes à trouver le meilleur point de vue. Après ce repérage, ils nous ont remis une maquette de la fresque⁴ que nous sommes allées, Mathilde Penchinat et moi, présenter aux responsables d'Atout France. Bien que l'organisme ait été plutôt séduit par ces épreuves, ils ont demandé à ce qu'un logo « Palace de France » soit incrusté en post production et qu'un travail attentif sur les teintes du ciel soit fait.

En parallèle de ces négociations, j'ai aidé Mathilde Penchinat à concevoir les détails logistiques du *shooting* ; procéder à la réservation du matériel, organiser un déroulé pour la

³ Cf. Annexes – Table des illustrations n° 1.2.1, p.7.

⁴ Cf. Annexes – Table des illustrations n° 1.2.2, p.8.

journée de prise de vue et trouver un studio libre au cas où le temps ne serait pas favorable. Effectivement, quelques jours avant le *shooting*, Atout France a renoncé à organiser cette journée en extérieur à cause des prévisions météorologiques et s'est rabattu sur le studio. Il a été décidé que Rip Hopkins irait faire des photographies du point de vue de l'Arc de Triomphe le jour suivant et incrusterait celles-ci en post production⁵.

Lors du *shooting*, j'ai été chargée d'accueillir les invités, de vérifier les autorisations de prise de vue, et enfin d'amener les participants aux loges ; toute une après-midi durant, les soixante personnes qui composaient les différents groupes sont arrivées selon le planning que nous avions conçu, et il était par conséquent nécessaire de gérer au mieux ces allées et venues.

Après cette journée, ma dernière tâche a été de gérer le recensement de toutes les autorisations de prise de vue et d'interview, ainsi que de rédiger les notes de frais du photographe (principalement pour ses déplacements).

3.1.1.3. Marketing pour une grande marque de parfum

Dès la fin du mois de septembre, Mathilde Penchinat a reçu une proposition de la part d'une grande marque de parfum. À l'occasion de la sortie de leur parfum phare, la société venait de mettre au point trois fragrances rendant hommage aux voyages qui avaient marqué leur fondatrice⁶. Inspirés par les tableaux impressionnistes, ils souhaitaient trouver un auteur à l'écriture vibrante et colorée. Ils avaient alors repéré François Fontaine, photographe membre de l'Agence VU', et souhaitaient mener leur projet de communication visuelle avec lui.

Nous nous sommes rendus au siège de cette marque pour discuter des prises de vue et des trois voyages qui allaient devoir être organisés à Deauville, Biarritz et Venise. Nous avons également convenu qu'un autre photographe de l'agence, Adrien Selbert, se chargerait de réaliser trois courtes vidéos (30 secondes environ) pour accompagner les trois visuels finaux (un pour chaque ville).

Les délais étant extrêmement courts, Mathilde Penchinat m'a aussitôt chargée de m'occuper de l'organisation des voyages. Cette mission consistait à réserver les transports en train (pour Deauville et Biarritz) et en avion (pour Venise), les hôtels, les locations de

⁵ Cf. Annexes – Table des illustrations n° 1.2.3, p.8 à 10.

⁶ Pour des raisons de confidentialité, le nom et les visuels (en annexe) de ces trois parfums ne doivent pas être divulgués avant leur sortie au mois de juin 2018.

voiture, et de créer des feuilles de route pour que tout le monde ait accès aux informations de chaque voyage⁷. En plus de François Fontaine et d'Adrien Selbert, leur assistant respectif et une des directrices artistiques de la marque se déplaçaient également.

Nous avons pu mettre en place ces trois voyages à temps, cependant, dès le premier jour du premier voyage – à Deauville – nous nous sommes rendus compte que nous n'avions pas pris en compte certains imprévus. Par exemple, il était nécessaire que chaque équipe, photo et vidéo, ait une voiture à disposition avec un chauffeur et/ou un *fixer* sur place. Nous avons aussi compris que le réalisateur aurait besoin d'un assistant supplémentaire et qu'il était impératif que Mathilde Penchinat participe aux deux voyages à venir pour être en mesure de répondre aux besoins sur place et pour faciliter la communication entre les équipes. Il a fallu par conséquent modifier toutes les réservations des voyages à venir en ajoutant deux membres supplémentaires de l'équipe et prévoir les déplacements dans les moindres détails (enregistrer des cartes, trouver des guides et des *fixers*, des taxis et même des *vaporetti* privés dans le cas de Venise).

Nous avons également dû gérer le problème des autorisations de prise de vue. Les images de Deauville et Biarritz, principalement concentrés sur les plages et les bocages, ne requéraient pas de demande spécifique. En revanche, les visuels de Venise allaient nécessairement afficher des édifices publics reconnaissables. Qui plus est, la présence d'une équipe de photographes et de réalisateurs pouvait faire l'objet d'une autorisation spéciale de la *Commune di Venezia*. Avec l'aide de Patricia Morvan, nous avons alors fait jouer les contacts de l'agence pour obtenir une autorisation spéciale de la ville, et, bien que notre demande soit expresse, nous avons pu obtenir des autorisations officielles – en particulier parce que le groupe ne serait que peu nombreux et ne gênerait pas la circulation.

Dès lors que Mathilde Penchinat a participé aux déplacements, j'ai eu la responsabilité de persévérer dans la production ainsi que dans la gestion des frais. Je devais récolter toutes les factures et justificatifs des dépenses de l'équipe, des réservations faites par l'agence ainsi que des avances financières pour tenir un budget exact du coût de cette commande. J'ai aussi eu la charge de suivre la post-production des photographies de François Fontaine. Dès qu'il revenait d'une destination, il allait remettre ses pellicules à un laboratoire de développement qui réalisait ensuite des planches-contacts et des versions numériques de

⁷ Cf. Annexes – Table des illustrations n° 1.3.1, p.11 à 15.

celles-ci⁸. Il faisait ensuite un *editing*⁹ à partir des planches contact, c'est-à-dire une sélection d'une vingtaine de photographies à retenir et présenter à la marque de parfum. Un tireur spécialisé s'occupait alors des retouches sur les versions numériques selon les directives de François Fontaine. Ces visuels devaient finalement être envoyés aux commanditaires afin de procéder à la validation et à la sélection d'une image finale¹⁰. Ce processus a dû être répété et suivi après – et pendant – chaque voyage.

Les directeurs artistiques du parfum ont cependant considéré que les images qui leur étaient rendues n'étaient pas assez vibrantes, comme ils le souhaitaient. François Fontaine a donc recommencé un *editing* avec une des directrices et a photographié à nouveau la sélection d'images pour produire un rendu plus flouté¹¹.

De même, le réalisateur, après les trois voyages, a produit trois vidéos et les a retravaillées, détail par détail, selon les directives de la marque.

3.1.2. Prospection de nouveaux clients

Le travail de prospection est complexe, car il implique un certain investissement dans un projet qui n'a aucune garantie d'aboutir. Pour pallier cette incertitude, Mathilde Penchinat a décidé de mettre particulièrement l'accent sur le sport concernant ses activités de prospection. En effet, l'organisation des Jeux Olympiques en 2024 par la ville de Paris implique que beaucoup d'entreprises et de secteurs vont se concentrer sur le sport ces prochaines années. Ce terreau fertile peut donc apporter nombre de clients intéressés par les projets élaborés, qu'ils soient directement liés au sport dans leurs activités, partenaires ou sponsors. En outre, les concepts imaginés peuvent être réutilisés ou modifiés auprès de plusieurs organismes.

⁸ François Fontaine photographie toujours avec un appareil argentique, ce qui lui permet de travailler le grain de ses images et de parvenir à cette vibrance qui lui est particulière.

⁹ Cf. Annexes – Glossaire n° 1.1, p.50.

¹⁰ Cf. Annexes – Table des illustrations n° 1.3.2, p.16.

¹¹ Deux séries reconnues de François Fontaine, *Silenzio !* et *California Dream*, exemples de cette vibrance caractéristique, sont en réalité des photographies argentiques de films qu'il a prises à même l'écran. Le geste de photographier des pellicules développées s'inscrivait ainsi parfaitement dans son processus propre de réalisation.

3.1.2.1. *Ryder Cup 2018*

Le premier événement que Mathilde Penchinat a ciblé est la Ryder Cup, une très prestigieuse compétition de golf qui aura lieu à Paris en octobre 2018. Elle m’a ainsi donné comme première mission de me renseigner sur le tournoi et d’identifier d’éventuelles pistes pour constituer un projet visuel à leur proposer.

Nous avons procédé par étapes de recherche. Étant donné que les tâches de prospection ne sont pas prioritaires par rapport aux impératifs quotidiens, nous avons convenu que nous travaillerions sur ces pistes sur le long terme.

J’ai donc commencé par passer en revue les sites internet des organisateurs de la Cup, puis les principaux sites en lien avec le golf (le Golf National de Versailles, Lacoste, PGA European, PGA American, etc.), et nombre d’articles saluant la sélection de la candidature française. Toutes les informations nécessaires étant réunies, j’ai complété cette enquête par des lectures d’interviews des organisateurs, des analyses de leurs réseaux sociaux, ainsi que des éléments généraux sur le golf. J’ai constitué un dossier de présentation avec l’ensemble de ces données récoltées. Il ressortait de cette recherche que certaines problématiques de communication autour de l’événement étaient ostensibles, et que cette situation pourrait tout à fait permettre à l’agence de concevoir un projet visuel attrayant.

La deuxième étape a consisté à formuler ces problématiques et à identifier les orientations de nos propositions. En l’occurrence, en 2009, la Fédération Française de Golf (FFG) avait spontanément concouru pour accueillir la Ryder Cup en 2018 et, alors que ce tournoi connoté anglo-saxon n’avait été organisé que très rarement en dehors des États-Unis et de la Grande-Bretagne, leur candidature avait été acceptée en 2011. La FFG, une association sous tutelle ministérielle, n’a cependant pas les moyens humains et financiers pour assumer la communication d’un événement aussi mondialement important. Qui plus est, sa stratégie semble ambiguë ; d’une part son statut d’association l’oblige à mener des actions de démocratisation de ce sport envers l’ensemble du public français, et d’autre part la renommée mondiale de la Ryder Cup l’incite à tourner essentiellement sa promotion envers de futurs touristes amateurs de golf. La cible de leur communication n’étant donc pas claire, la qualité de son contenu visuel en pâtissait. Par exemple, nous avons relevé que la FFG avait créé une mascotte pour l’événement : une grenouille dessinée en 3D accompagnée du slogan suivant « Froggies Love Golf Too »¹². Cette création à elle seule

¹² Cf. Annexes – Table des illustrations n° 1.4.1, p.17.

manifeste la problématique de la Ryder Cup ; une communication tournée vers l'étranger, mais des moyens de réalisation très faibles et peu convaincants.

L'étape suivante a été de chercher des photographes de VU¹³ qui, soit avaient déjà travaillé sur le thème du golf, soit avaient une prédilection pour les images sportives et les vastes paysages. J'ai conçu un dossier de propositions mettant en avant différents auteurs pour divers types de visuels et supports de communication, selon les conclusions de nos recherches.

3.2. Assistante du département Culturel

Le département Culturel est supervisé par Patricia Morvan, en parallèle de son rôle de co-directrice de l'agence. Alors que Mathilde Penchinat se charge des clients privés, en théorie Patricia Morvan dialogue avec les institutions. Une grande partie de ses activités consiste ainsi à vendre des expositions de photographes à des musées, fondations ou institutions, mais également à se charger de commandes institutionnelles ou d'acquisitions. Elle a, par exemple, travaillé pendant deux ans avec le Musée des Confluences de Lyon pour la création de son catalogue de collection.

La distinction entre les deux départements n'est cependant pas aussi claire. Il arrive que le Corporate réalise des commandes institutionnelles, comme par exemple l'organisation de séances de sensibilisation à la photographie dans un collège de la Seine Saint-Denis, à l'initiative du Département¹³. De même, Patricia Morvan a comme mission de trouver des acquéreurs, et une très grande majorité de ceux-ci sont des entreprises privées ; le marché actuel de la photographie fait que les entreprises ont plus de facilités financières quant aux acquisitions.

Au-delà des définitions de chaque secteur de l'agence, ce sont donc également les relations professionnelles avec les clients qui peuvent imposer de s'impliquer dans tel ou tel projet particulier.

Lors de ces quatre mois de stage, c'est par des tâches ponctuelles que j'ai eu l'occasion d'assister Patricia Morvan, davantage que par des suivis de projets. Qui plus est,

¹³ Cette commande du Département de Seine Saint-Denis s'inscrivait dans le programme « Éducation artistique et Culturelle dans les collèges » 2017-18, qui avait entre autres fait bénéficier de séances de sensibilisation aux médias à une classe de 4^e du collège Langevin à Bagnolet. Dans ce cadre, le photographe de l'agence Adrien Selbert a construit son travail de reportage avec ces élèves pendant quatre mois.

j'ai été chargée d'effectuer des missions affiliées à la direction générale de VU', notamment en l'absence des autres stagiaires régulières de l'équipe au mois de septembre (concernant l'assistanat des Archives et de l'Editorial).

3.2.1. Vente et promotion d'expositions

Les négociations pour la vente requièrent une longue expérience du milieu et des relations avec les clients, et par conséquent Patricia Morvan s'occupe elle-même de cette activité aux enjeux importants. Elle avait cependant régulièrement besoin de supports de présentation des expositions, et c'est principalement en cela que j'ai pu l'assister.

3.2.1.1. Création de dossiers de présentation

Cette mission a été la plus fréquente à ce poste. En vue de négociations avec des lieux culturels, j'ai dû créer quelques dossiers de présentation des expositions en question.

Il s'agissait de créer un dossier sur *InDesign* qui présente un assortiment des photographies les plus fortes de l'exposition, les données techniques de cette dernière (nombre d'œuvres, format, encadrement, etc.), un aperçu *in situ* d'expositions passées, ainsi qu'une biographie de l'auteur accompagnée d'une sélection de ses expositions les plus prestigieuses, ses prix et ses publications. Au-delà de l'envergure culturelle de cette tâche, tout l'enjeu de cette présentation est foncièrement de vendre et par là de séduire un potentiel acheteur. Il est donc nécessaire de sélectionner avec soin les images, les textes, et la présentation générale.

Le choix des images relève à la fois de goûts personnels et de leur circulation dans la presse qui implique, de fait, qu'elles soient reconnues par le client. Certains photographes réalisent des reportages de sujets sensibles et dans ce cas il faut écarter de la présentation des images qui pourraient être trop polémiques ou difficilement abordables pour le client. Par exemple, en vue d'une exposition rétrospective à Bayonne, j'ai eu la tâche de constituer un dossier présentant les expositions les plus connues de Jane Evelyn Atwood pour la Mairie¹⁴. Cette dernière est notamment reconnue pour avoir réalisé avant l'heure nombre de reportages de milieux très marginaux, des prostituées parisiennes aux femmes dans le couloir de la mort. Il a donc fallu sélectionner les images les moins manifestes de ces séries,

¹⁴ Cf. Annexes – Table des illustrations n° 1.5.1, p.18 à 31.

et parfois réduire la présentation des expositions à deux. Ce fut le cas par exemple de son reportage *Jean-Louis*, qui suit le premier malade du sida qui a accepté de se dévoiler pour la presse. Pendant quatre mois, Jane Evelyn Atwood a vécu avec Jean-Louis, a suivi son déclin jusqu'à sa mort. Quantité d'images du jeune homme en situation de maigreur et de faiblesse extrêmes n'étaient ainsi pas appropriée au cadre de cette vente, qui plus est à la Mairie.

Les autres éléments à faire figurer (biographie, expositions, récompenses, publications et images *in situ*) se trouvaient généralement dans les archives en ligne de l'agence, à quelques exceptions près. J'ai dû par exemple créer des biographies en traduisant des textes de photographes étrangers trouvés sur leurs sites, ou chercher des images *in situ* sur les réseaux sociaux.

3.2.1.2. Recensement des œuvres de l'agence

En parallèle de la création de ces dossiers, j'ai dû pour chaque exposition créer des dossiers de recensement sur Excel. Ceux-ci comportaient le nombre de photographies, un visuel de chacune, les dimensions, des notes sur l'encadrement et leur lieu de stockage. Ces informations se trouvaient, éparées, dans le serveur commun de l'entreprise, et requéraient un travail important de rassemblement des données. VU' cherche actuellement à mener un travail de recensement de ses œuvres et des expositions qu'elle fait circuler. Il était efficace que je mène ce travail de création de bases de données claires et de recoupement des informations en même temps que les dossiers que je créais. Patricia Morvan aurait souhaité que nous opérions le même travail au sein du lieu de stockage des œuvres de VU' à Roissy, mais nous n'avons pas eu l'occasion de le faire durant ces quatre mois.

3.2.1.3. Rencontres avec les photographes

Dans le cadre précis de la promotion des expositions, il a été nécessaire que je rencontre certains photographes lors de leur passage à l'agence. De manière plus générale, la discussion avec eux est extrêmement importante pour ce travail, car elle permet d'être tenu au courant de leurs activités, leurs déplacements, et d'entretenir leur confiance avec l'entreprise. Certains d'entre eux résident à Paris et passent régulièrement dans les locaux, mais beaucoup d'autres sont basés à l'étranger et leur venue est un événement que tous préparent à l'avance. Ces rencontres font partie intégrante de la formation, car elles permettent de maîtriser la manière dont un agent dialogue avec le photographe, en général comme en particulier.

Ce fut le cas notable de ma rencontre avec Loulou d'Aki, une photographe suédoise basée à Athènes. Après plus de cinq ans de voyages dans le monde et tout particulièrement au Moyen-Orient, elle venait d'achever une série de portraits nommée « Make a Wish ». L'idée générale de ce travail était de demander à de jeunes gens de différentes régions, dans différentes situations socio-politiques plus ou moins complexes, ce qu'ils souhaitaient pour leur avenir. Elle avait ainsi réalisé des portraits de ces adolescents ainsi que de leur environnement, et leur avait demandé d'écrire leur vœu sur un carnet. Cette série étant achevée, Patricia Morvan souhaitait créer un dossier de présentation pour le proposer à des lieux d'expositions. Toutefois, certaines précisions quant au concept de ce reportage nécessitaient d'être définies. Le choix des portraits n'était pas clair, par exemple : souhaitait-elle se limiter au Moyen-Orient ou présenter l'ensemble de son reportage réalisé aux quatre coins du monde ? Ou plus important, cherchait-elle à mettre en avant les ambitions illimitées des jeunes gens en général, ou plutôt à montrer à quel point des activités basiques comme aller à l'école devenaient de véritables désirs pour ces adolescents ? L'enjeu de cette rencontre était donc d'obtenir davantage de précisions de la part de la photographe.

Accompagnée de Mathias Nouel, ancien assistant de Patricia Morvan et responsable du pôle Education de l'agence, j'ai ainsi rencontré Loulou d'Aki. Spontanément, elle nous a donné davantage d'éléments quant à sa série, comme sa volonté de la resserrer au Moyen-Orient, ou sa publication prochaine grâce à un prix qu'elle venait de remporter. Toutefois, lorsqu'il s'est agi de préciser le concept, la photographe s'est repliée sur elle-même et n'a pas réellement su nous donner de réponse claire.

Après cet entretien, Mathias Nouel et Patricia Morvan m'ont expliqué que la manière dont j'avais demandé des explications avait été trop directe et que, effectivement, Loulou d'Aki s'était senti incompris par l'équipe, voire dégradée par ce genre de commentaires venant d'une stagiaire. Cette première expérience m'a fait comprendre que chaque photographe requérait un dialogue particulier, et différent selon le statut de l'interlocuteur au sein de l'agence et des relations singulières entre eux deux. Cet échec n'a pas été dommageable pour autant car le contact a été rapidement repris.

Je n'ai pas eu, lors de ce stage, à rencontrer d'autres photographes dans un tel cadre d'entretien. En revanche, j'ai eu l'occasion de collaborer directement avec eux dans le cadre de projets. Les productions que j'ai pu mener avec Rip Hopkins (Atout France) par exemple, ou François Fontaine (la marque de parfum) se sont passées sans anicroche, non seulement du fait des attitudes différentes de ces photographes, mais également de mon apprentissage des relations professionnelles, qui aussitôt ont été plus diplomatiques.

3.2.2. Et d'autres activités annexes

Ces activités ont été principalement menées durant le mois de septembre, période durant laquelle je me trouvais la seule stagiaire de l'agence, et lors de laquelle mes tâches d'assistantat se sont étendues à l'ensemble de l'équipe.

3.2.2.1. Création de comptes rendus de réunions

L'équipe de VU' n'est pas nombreuse (neuf personnes) et le fonctionnement interne a été radicalement modifié en mai 2017 pour instaurer une co-direction des deux plus anciens salariés. Pour ces raisons, Patricia Morvan et Patrick Codomier ont pris la décision d'organiser une réunion hebdomadaire lors de laquelle chaque département fait le point sur ses activités et celles des auteurs (séries entrées dans les archives et publications dans la presse en particulier), ainsi que sur certaines décisions communes liées à l'organisation. Cette réunion a également comme avantage de faire en sorte que tout le monde soit au courant des travaux menés par les photographes, que ce soit en commande ou dans la presse, et puisse en faire usage si besoin.

Il est donc important qu'un stagiaire assiste à la réunion pour prendre en note toutes les informations et discussions, et formule ainsi un compte rendu officiel pour l'équipe. J'ai assuré cette mission toutes les semaines du mois de septembre 2017.

3.2.2.2. Traductions

Enfin, et notamment en l'absence d'un stagiaire pour les activités éditoriales, j'ai été sollicitée pour effectuer quelques traductions. Principalement, cette tâche consistait à écrire des mails de réponse en anglais pour Patrick Codomier – nombre de photographes n'étant pas francophones. Mais j'ai également dû réaliser des traductions de feuilles de route en anglais pour certains projets qui impliquaient des photographes étrangers, ou des traductions de textes anglais en français pour la tenue de la base de données des images et la communication d'expositions pour la Newsletter.

Ces missions très ponctuelles m'ont permis de connaître un peu mieux les autres départements de VU' comme ceux de la Presse ou des Archives.

Ces multiples activités au sein des départements Culturel, Corporate et même de la presse ont constitué ma première approche de VU' en tant qu'agence. Néanmoins, et ce

depuis vingt ans, l'identité de cette entreprise se décline également par les expositions de sa galerie, dont j'ai pu appréhender la conception lors de ce stage.

3.3. Assistante de galerie

La galerie est gérée par Caroline Bénichou. Son rôle est de concevoir les expositions du lieu, mais aussi des événements auxquels la galerie participe – Paris Photo en particulier. Elle se charge également des ventes d'œuvres et d'une partie de la permanence. L'autre partie de la permanence est assurée par Lorène Brouty, qui gère la librairie. D'autres membres de l'équipe se portent occasionnellement volontaires pour les permanences du samedi (le lieu étant ouvert au public du jeudi au samedi).

Mes débuts en tant qu'assistante de galerie ont été extrêmement mouvementés car deux semaines après seulement, la Galerie VU' participait à Paris Photo. Caroline Bénichou devant s'occuper seule de la logistique de l'événement, ma formation s'est faite au fur et à mesure, de manière très précipitée. J'ai ainsi pu découvrir par l'exercice quelques principaux enjeux du métier de galeriste.

En plus de cette foire, mon rôle a consisté à aider à la gestion de la galerie et à la préparation des expositions.

3.3.1. Paris Photo

Paris Photo est une foire internationale de photographie qui se tient tous les ans au mois de novembre. Cette année, elle avait lieu du 9 au 12 novembre au Grand Palais. C'est un rendez-vous habituel pour la Galerie VU', qui y participe depuis de nombreuses années. La renommée internationale de cet événement implique de très grands enjeux pour la galerie qui doit chaque année proposer une stratégie d'exposition qui soit rentable.

Caroline Bénichou a ainsi proposé un mélange d'œuvres *vintage*¹⁵ (Lars Tunbjørk, Sameer Makarius) et d'œuvres contemporaines (Monika McDonald, Israël Ariño, Martin Bogren, Miho Kajioka ou encore Juan-Manuel Castro-Prieto), ainsi que deux artistes nouvellement arrivés dans le circuit (Vincent Catala et Marina Black). Elle a ainsi misé sur la diversité des propositions et des gammes de prix.

¹⁵ Cf. Annexes – Glossaire n° 1.2, p.50.

3.3.1.1. Suivi de la production des œuvres

Lorsque j'ai intégré les préparatifs de Paris Photo, ma tâche principale a été d'aider au suivi de la production des œuvres. Une grande partie des artistes présentés pouvaient envoyer leurs œuvres déjà encadrées à la Galerie. Mais dans le cas des photographies *vintage* et de Marina Black, qui allait être exposée à VU' la même semaine que la foire, il était nécessaire que la galerie se charge de faire encadrer les œuvres. J'ai alors apporté en personne les tirages chez l'encadreur et veillé à leur retour.

Une fois l'ensemble produit et rassemblé, nous avons emballé et recensé la totalité des tirages. Des accrocheurs professionnels venaient chercher les photographies le matin de l'accrochage de Paris Photo et les amenaient au Grand Palais. Le système d'arrivée des livreurs étant complexe et minuté, il fallait que tout soit parfaitement organisé et orchestré.

3.3.1.2. Textes de communication

En amont de l'événement, j'ai également eu la tâche de produire des textes de présentation des artistes pour Paris Photo. La galeriste avait prévu de petites fiches à distribuer aux acheteurs intéressés pour chaque photographe représenté, et n'avait aucun texte pour Marina Black (nouvelle arrivée à la galerie) et Martin Bogren. J'ai dû chercher des articles anglophones sur Internet (l'un et l'autre n'étant pas français), les traduire et les réarranger pour en faire un texte homogène et complet.

3.3.1.3. Tenue du stand à Paris Photo

L'accrochage des stands à Paris Photo avait lieu le lundi 6 novembre. Pour des raisons contractuelles, je n'ai pas pu y assister. Le mardi 7, entre 18h et 22h, un des principaux partenaires de la foire, J.P Morgan, avait privatisé le Grand Palais pour ses clients, et nous étions tenus de les accueillir sur notre stand¹⁶. Comme les invités de cette soirée n'étaient pas nombreux et semblaient peu intéressés par les collections, Caroline Bénichou a eu l'occasion de m'expliquer le fonctionnement de la foire. Nous avons notamment fait un point sur la difficulté des numéros d'édition des œuvres. Le photographe doit annoncer, lorsqu'il souhaite tirer une de ses images, le nombre de reproductions qu'il s'autorise. Ainsi, chaque tirage vendu correspond à un numéro d'édition répertorié qui identifie l'œuvre. Sans

¹⁶ Cf. Annexes – Table des illustrations n° 1.6.1, p. 32 à 33.

ce système de limitation, il serait en effet difficile de considérer juridiquement et éthiquement les photographies comme des œuvres d'art à vendre. Certains artistes appliquent même une gradation des prix à partir d'un certain nombre de tirages vendus, l'œuvre devenant de plus en plus rare. C'était le cas de plusieurs photographes que nous présentions à Paris Photo. Par conséquent, il fallait être très attentif au suivi des ventes pour être en mesure, à tout moment, de renseigner les acheteurs sur le bon prix et, en quelque sorte, sur la bonne œuvre en donnant le numéro d'édition. Pour cela, il fallait consulter dans un premier temps la base de données des œuvres exposées, puis le livre des commandes pour vérifier le nombre de fois que l'œuvre avait déjà été vendue. Qui plus est, si une des photographies présentes sur le stand, de fait encadrée, était vendue, il fallait déduire des prochaines ventes le prix du cadre.

D'autres règles de vente devaient être prises en compte : aucun acheteur ne pouvait réserver une œuvre sans un acompte d'au moins la moitié du prix, et il était très important de relever les coordonnées complètes de chacun d'eux dans le livre des commandes, afin de réaliser des factures en bonne et due forme.

Ces règles une fois intégrées, le plus difficile a été par la suite de parvenir à parler des œuvres et de séduire des clients. Alors que je m'étais préparée à connaître les travaux les plus notables des photographes exposés, ainsi qu'à tenir un certain discours sur le fond et la forme de chaque série, je me suis vite rendu compte que les collectionneurs intéressés cherchaient également – et surtout lorsqu'ils s'adressaient à nous – des renseignements techniques : la méthode du tirage, les spécificités du papier, sa tenue dans le temps, l'impression, etc. Bien que la galeriste ait pris le temps de m'expliquer les techniques de production en général, n'ayant pratiquement aucune connaissance en la matière, il m'était souvent difficile de répondre aux questions des clients. Plus que pour toute autre œuvre d'art, la photographie est irrémédiablement liée aux techniques de production qu'il est nécessaire de connaître parfaitement pour en parler.

J'ai pu cependant profiter des sollicitations des visiteurs qui n'avaient pas d'intérêt commercial – très nombreux – pour rôder mes discours et m'entraîner à l'ajuster aux interlocuteurs.

En cinq jours de foire, je suis néanmoins parvenue à conclure trois ventes.

Le dimanche soir, une fois les visiteurs repartis, nous avons dû attendre les accrocheurs et remballer toutes les œuvres du stand, ainsi que les meubles et le matériel. Dès la semaine suivante, nous avons préparé les différentes commandes passées lors de la foire.

3.3.2. Permanences à la galerie

Le lieu étant ouvert au public l'après-midi du jeudi au samedi, mon intégration à la Galerie VU' a impliqué un partage des permanences avec Caroline Bénichou et Lorène Brouty. Ainsi, tous les samedis et une partie des jeudis et vendredis après-midi, je me suis acquittée de cette tâche.

3.3.2.1. Accueil du public

L'accueil consistait à être présente au poste de la galerie et à recevoir chaleureusement les visiteurs. Il fallait également répondre à leurs éventuelles questions, et les orienter vers la galeriste lorsqu'il s'agissait de demandes précises.

3.3.2.2. Librairie de la galerie

La galerie disposant d'une librairie, les activités de permanence consistaient en partie à assurer la vente des livres et des quelques objets de collection disponibles. La librairie se décline aussi en ligne, et il a fallu préparer des commandes pour ces clients.

3.3.3. Préparation des expositions

La Galerie VU' organise en moyenne une exposition toutes les six semaines de deux artistes. Chaque nouvelle exposition est inaugurée par un vernissage qui est généralement public. Lorsque j'ai rejoint le poste d'assistante de galerie, Caroline Bénichou préparait celle de Sameer Makarius et Marina Black, dont le vernissage avait lieu pendant la semaine de Paris Photo.

Sameer Makarius était un photographe allemand très important dans les années 50, qui s'est ensuite illustré en Argentine en créant notamment des peintures sur verre qu'il projetait ensuite sur du papier photosensible. L'artiste n'est plus vivant, mais un de ses enfants en charge de la succession de ses droits a choisi la Galerie VU' pour continuer à vendre ses œuvres. Quant à Marina Black, cette photographe tout aussi expérimentale n'avait jamais été exposée dans une galerie, même à Toronto sa ville de résidence. Professeure depuis de nombreuses années à l'Université de Toronto, elle signait ainsi son premier contrat.

3.3.3.1. Encadrement des œuvres

Il est habituel que les photographes se chargent eux-mêmes de la production de leurs œuvres. Mais Sameer Makarius n'étant plus vivant, nous avons dû nous charger nous-même de l'encadrement. Les tirages étaient sous marie-louise¹⁷, et nous avons dû les mettre sous cadre. La tâche est difficile et minutieuse car il faut veiller à ce qu'aucune poussière ne vienne gâter le tirage.

3.3.3.2. Conception d'une scénographie

Quelques jours avant l'accrochage, Caroline Bénichou m'a demandé de l'aider à concevoir la scénographie des deux expositions. Cette tâche a consisté à trouver un assemblage des œuvres qui soit homogène sans être répétitif. Si aucune formation ne peut apprendre à constituer une scénographie, j'ai pu constater comment la galeriste recherche le glissement de l'œil d'une œuvre à l'autre avec le plus de subtilité possible. En dehors de quelques groupements thématiques ou esthétiques, il faut trouver une correspondance formelle dans l'assemblage des images.

¹⁷ Cf. Annexes – Glossaire n° 1.3, p. 50.

4. Bilan de l'expérience

Comme l'introduction de ce rapport de stage le souligne, le milieu de la photographie est un circuit à part entière, collaborant avec une très grande diversité d'acteurs, de la presse aux galeries, en passant par les musées, les entreprises, les ONG, les laboratoires et bien entendu les photographes. Les compétences à acquérir sont ainsi autant pratiques que relationnelles, et autant techniques que culturelles.

Par conséquent, les acquis universitaires, même si ceux-ci sont d'ordre professionnel, ne peuvent qu'apporter une base très générale à la formation en question. Qui plus est, la polyvalence de ce domaine implique qu'aucune spécialisation ne peut mener à en maîtriser tous les rouages ; le seul apprentissage possible est dans la pratique singulière.

J'insiste sur la pratique *singulière* : mon précédent stage universitaire avait eu lieu, en 2016, dans une galerie d'art contemporain. Après cette expérience réjouissante, j'ai profité des travaux professionnels du premier semestre de Master 2 pour lui donner une suite, rencontrant nombre de galeristes, de directeurs de foires et d'ateliers, d'artistes et autres métiers du circuit artistique contemporain. Et pourtant, il ne me semble pas que cette première entrée dans le milieu de la diffusion des images m'ait réellement permis de mieux assurer mon poste ; je m'étais concentrée sur les œuvres picturales, alors que la photographie est un médium très différent à bien des égards. De plus, loin des sentiers balisés des institutions, les entreprises artistiques doivent chacune créer leur propre organisme. Si la galerie Henri Chartier vend des œuvres picturales, et parfois même photographiques, son mode de commercialisation et son cercle de clients sera fort différent de la Galerie VU' ou, par exemple, des Filles du Calvaire. L'entrée dans ce genre d'organisme demande alors, pour tous, un temps d'adaptation particulier quant à son fonctionnement.

C'est en raison de ces spécificités – la polyvalence des missions, des contacts, le médium, le type d'entreprise, son histoire – que mon ressenti après ces quatre mois de stage est d'avoir été continuellement en apprentissage, en situation de néophyte. Ce constat me semble positif par rapport à mes objectifs qui étaient de découvrir un milieu et d'élargir au maximum ma palette de compétences.

4.1. Acquis de la formation

Au-delà des éléments que j'ai pu intégrer, tels que les méthodes de production, ou du fonctionnement des ventes de la galerie, ce stage m'a apporté des acquis professionnels qui, dans leur généralité, me serviront pour tout autre travail dans le milieu culturel.

Les situations qui ont été pour moi les plus complexes à assurer sont celles qui de manière générale touchent au relationnel. Le rôle d'agent est celui d'un tiers et, à ce titre, il est en communication constante avec des clients, des collègues et des photographes. Chacun d'entre eux demande non seulement une certaine aisance dans le dialogue, mais aussi une adaptation particulière à l'interlocuteur. Lors de mon premier stage de master, je n'ai en effet eu que peu l'occasion d'exercer ces aptitudes de communication, mon seul interlocuteur étant Henri Chartier, le galeriste. Le fourmillement des activités de l'agence, en revanche, a constamment impliqué d'être en contact avec telle ou telle personne. Si une certaine timidité ne m'a pas permis tout de suite d'acquérir l'aisance nécessaire, c'est notamment grâce à l'expérience intensive de Paris Photo que j'ai réussi à adopter ce rôle d'interlocuteur assuré et polyvalent, qui, certes, demande encore un travail de ma part, mais qui est désormais bien plus efficace.

Cet impératif à savoir communiquer s'applique également au cercle de l'entreprise lui-même. Si, à nouveau, mon précédent stage a consisté uniquement en un tête-à-tête avec le galeriste, celui-ci m'a imposé une équipe. À plusieurs niveaux, j'ai ainsi dû mettre à l'épreuve mes capacités à évoluer au sein d'un groupe ; vis-à-vis de mes deux responsables premièrement, mais aussi avec le reste de l'équipe lorsque certaines tâches le demandaient, avec les deux directeurs de VU', avec les acteurs clefs du groupe Abvent avec qui nous devons dialoguer – entre autres la comptabilité, l'administration, la communication et la présidence – ainsi qu'avec l'ensemble des résidents de l'hôtel Paul Delaroche. Quelques expériences malheureuses m'ont démontré que je n'avais *a priori* aucun sens des relations de travail, et qui plus est des codes hiérarchiques. Cependant, peut-être pour la première fois dans mon cas – du moins de manière aussi intense – je me suis trouvée dans un environnement dans lequel j'avais tout à apprendre et très peu de légitimité à imposer mes points de vue. J'ai donc pu, au fil de ces quatre mois, me concentrer intensément pour identifier ces codes relationnels et opérer un grand travail quant à ma communication pour m'adapter à ce nouveau milieu. Patricia Morvan et Patrick Codomier m'ont épaulée en m'expliquant en détail le fonctionnement de l'entreprise et m'ont donné nombre de conseils pour que, petit à petit, je peaufine mon attitude professionnelle.

Ces remarques sur la particularité des relations en entreprise peuvent aussi se décliner sur un plan purement opératoire. Mon statut d'assistante impliquait en effet de travailler habituellement avec mes responsables, ou du moins sous leur supervision, ainsi que de temps à autres avec les membres de l'équipe. J'ai vite compris que, pour qu'un travail commun soit le plus efficace possible, il est nécessaire que toutes les étapes soient réalisées avec rigueur et clarté. Par exemple, Mathilde Penchinat et moi-même avons naturellement mis en place des méthodes de travail qui nous permettaient d'avancer sur les productions rapidement. Je lui ai suggéré l'outil *Wunderlist*, par exemple, qui permet d'établir des listes de tâches, de les attribuer, et de voir en temps réel leur étape de réalisation. À chaque travail de recherche, je lui fournissais un compte rendu de tout ce que j'avais relevé afin que nous puissions y revenir et se constituer une base d'informations. De même, nous avons adopté une dynamique de travail particulière ; elle me donnait les directives générales d'un travail à effectuer, tout en me laissant une certaine part de créativité, puis elle me faisait des retours sur ma réalisation, je corrigeais le tir, et ainsi de suite jusqu'à la réalisation finale. Quant à la rigueur, elle m'a servi à mettre en place une très bonne collaboration avec les départements comptables et de la communication qui, n'étant que peu informés des projets de VU', étaient ravis d'avoir des informations facilement compréhensibles, exactes et complètes.

Enfin, la dernière aptitude professionnelle qu'il me semble avoir particulièrement acquise grâce à ce stage est la motivation. Bien qu'il me semblât tout à fait évident que les métiers culturels – compliqués à bien des égards – requéraient une passion inépuisable, j'ai pu constater un autre aspect de cette réalité : la motivation comme une lutte. L'agence, la galerie, et de manière générale le milieu de la photographie, ne sont pas dans des situations financières très favorables. Toutefois, VU' essaye de prendre un nouveau départ grâce à la reprise de la direction par Patricia Morvan et Patrick Codomier. Leur propre motivation à retrouver une meilleure situation est exemplaire et, tant qu'ils le peuvent, ils transmettent cette énergie au reste de l'équipe, aux photographes et à leurs clients. De même, les salariés essayent tous les jours de mener leurs activités avec le plus de passion possible. Dans un circuit aussi difficile, la motivation permet ainsi plus que toute autre ressource de venir à bout de projets qui, en soi, semblent irréalisables. Ainsi j'ai pu comprendre que la passion n'est pas seulement une condition pour faire du bon travail, mais pour faire tout simplement, à contre-courant de toutes les réalités. Ma propre motivation à monopoliser mon énergie et ma concentration sans retenue dans les missions qui m'étaient attribuées ont assurément été remarquées par VU' dès mon premier mois de stage et je suis convaincue que c'est, avant tout, cette qualité qui m'a fait rejoindre l'équipe.

4.2. Insuffisances

À nouveau, ce chapitre de mon bilan professionnel ne vise pas à dresser une liste des connaissances factuelles qui me font défaut. Il cherche plutôt à mettre en lumière les aptitudes qui requièrent encore un certain investissement, extérieur aux tâches singulières de mon travail.

Le premier point peut relever du factuel, mais il demande un travail de ma part en dehors de mon poste à VU'. Il s'agit de la connaissance du médium, tant sur un plan historique que sur un plan technique. Ces connaissances sont importantes d'une part pour le dialogue avec les photographes, le fait de comprendre leur œuvre et leur écriture personnelle, et d'autre part quant à la vente. La commercialisation de la galerie en particulier exige de pouvoir discuter avec les collectionneurs. Il faut dans un premier temps donner toutes les informations techniques demandées, et en cela de maîtriser l'ensemble des productions photographiques (en chambre, ambrotypes, virages, tirages pigmentaires, papier baryté, etc.) et être capable de révéler toutes les particularités d'une œuvre. Dans un deuxième temps, il faut être capable de visualiser l'esthétique des pièces de la collection du client pour lui suggérer des tirages qui auraient tout à fait leur place dans celle-ci. Contrairement à d'autres domaines commerciaux, il n'est pas envisageable de vendre n'importe quel objet à n'importe qui. Il faut cibler une demande qui n'est pas indéfinie.

Afin d'atteindre ces mêmes objectifs, mes compétences commerciales en général, dont je n'ai que très peu fait l'apprentissage, sont encore trop lacunaires.

Mes aptitudes à m'intégrer dans une entreprise et à communiquer avec aisance sont aussi des points développés précédemment qui pourraient être améliorées, bien que certains progrès de ma part aient été notables.

4.3. Remporter le *challenge*

Ce bilan trouve un écho particulier dans le fait que je suis désormais salariée par l'agence et que, par conséquent, je vais poursuivre cette expérience sur le long terme. Le *challenge* que je me suis fixée en abordant ce stage devient ainsi un véritable objectif professionnel qui pourra trouver une réelle effectivité.

Partant du constat du chapitre précédent, j'ai ainsi élaboré un programme de perfectionnement qui, pour une part, va demander un travail au travers de l'expérience (le

relationnel en particulier), et pour une autre part peut être amélioré dans les plus brefs délais par des études parallèles à mes missions.

Le plus urgent consiste à me forger une culture solide de la photographie. Pour ce faire, j'ai créé avec mes collègues une bibliographie d'ouvrages à lire attentivement, mais je me suis également imposé de suivre les cours du Jeu de Paume et du MoMa (en ligne), et de fréquenter assidûment les lieux consacrés à ce médium. Mes connaissances techniques peuvent être quant à elles améliorées par ma proximité avec les œuvres stockées à la galerie, qui me permettrait par exemple de reconnaître les techniques d'impression et les papiers. Nombre d'ouvrages techniques peuvent aussi m'aider à comprendre le processus photographique, tant physique que chimique.

En sus de ce programme, une concentration constante dans mon travail quotidien permettra à mes lacunes professionnelles personnelles d'être comblées petit à petit.

Conclusion du rapport

Considérant les objectifs que je m'étais fixés lors de ma recherche de stage – trouver une formation riche et complète qui me permette cependant quelques initiatives, exercer des missions diversifiées et mettre autant que possible mes aptitudes à l'épreuve – cette expérience a tout à fait correspondu à mes attentes.

Plus encore, elle a confirmé un certain nombre d'invariants quant à mes ambitions professionnelles. Je sais désormais que je souhaite non seulement exercer des activités dans un milieu toujours mouvant, toujours rythmé, qui ne laisse pas à ses acteurs l'occasion de s'appesantir, mais plus encore que ces dites activités soient polyvalentes. La triple mission d'assistanat à l'agence VU' m'a en effet fait comprendre que je prenais autant de plaisir à mettre en place une logistique de production qu'à réussir à vendre une œuvre à un client de la galerie, et que j'aurais beaucoup de mal à me cantonner à l'un ou l'autre aspect du métier. Assurément ce constat est à mettre en lien avec mon inclination initiale pour les entreprises artistiques plutôt que les institutions ; l'oscillation revendiquée entre projets culturels et impératifs commerciaux implique des activités complexes à mettre en œuvre et, par-là, beaucoup de finesse de la part de ses acteurs.

Je suis ainsi ravie d'avoir entamé, en décembre 2017, un premier CDI qui me permet de travailler autant à l'agence – avec les départements Corporate et VU' Éducation – qu'à la Galerie, faisant de ce poste unique une occasion de connaître un aspect très large du métier et de mobiliser au mieux mes ressources et ma motivation débordante.

Mon implication grandissante dans ce métier a suscité en moi nombre de questions sur notre rapport à la photographie, tant sur la manière dont nous l'appréhendons que sur sa place au sein de notre société. La suite de ce mémoire cherche ainsi à établir les problématiques, réflexions et constats qui ont été étroitement conjointes à chacune de mes missions au sein de l'agence.

Seconde partie

Approche de la photographie

*Étude des spécificités de ce médium, de ses caractéristiques ontologiques à ses modes
de diffusion*

Introduction

Lors de mon stage à l'Agence VU', j'ai été particulièrement marquée par la richesse des usages de la photographie et, conjointement, par le fait que chacun de mes collaborateurs avait sa propre réflexion concernant la pratique et la diffusion de cette dernière. Ces réflexions s'ancrent autant dans son histoire que dans son système de diffusion actuel et à venir. De l'avis de tous, les dernières décennies ont été une telle source de changement pour la photographie (notamment par sa dématérialisation numérique) que le rapport culturel et social que nous entretenons avec elle évolue radicalement. Ce phénomène historique a eu un impact très fort parmi les professionnels, tant dans le domaine de la presse que dans celui de la publicité ou du marché de l'art. Une pression constante quant à l'avenir des pratiques contraint les agents à réfléchir constamment à leurs actions et à la manière dont elles peuvent s'inscrire dans le futur. Cette observation m'a alors convaincue qu'il est impossible d'être efficace dans ce milieu sans prêter une attention assidue aux phénomènes qui définissent notre rapport à cette image particulière.

Cependant, si cette attention est nécessaire, il semble également qu'une réflexion plus large sur sa nature doive être menée en amont, et s'adapter continuellement à l'expérience par la suite. Depuis sa création, en effet, la photographie a toujours suscité nombre de paradoxes et de questions. À la fois proche de la peinture, mais très utilisée pour la documentation, à la fois objet physique et image dématérialisée, ce médium échappe aux déterminations classiques de l'image et présente des particularités et des potentialités multiples.

Dans l'objectif d'une professionnalisation dans ce milieu, il m'a alors paru évident que je devais, dès le départ, entamer cette réflexion sur la nature et le champ de la photographie, dans l'idée d'ajuster ces premières conclusions aux pratiques actuelles et à l'expérience du métier. Je souhaite par conséquent partir d'une étude philosophique de l'objet, dans ce qu'il a de plus abstrait et de plus théorique, pour comprendre comment culturellement nous en avons fait un objet paradoxal, et parallèlement si singulier. De manière beaucoup plus ouverte, et pour renouer avec la pratique qui caractérise l'objectif de cette étude, j'ai comme but d'achever ma réflexion en l'appliquant à deux des milieux dans lesquels je me suis immergée : celui d'agent et celui de galeriste.

Ce travail a donc l'ambition de mobiliser différentes méthodes d'analyse, aussi bien philosophique, historique, sociologique que pratique, afin d'esquisser un aperçu de notre rapport si singulier à la photographie, aussi bien dans ce qu'il a d'universel que de culturel. Il progresse en trois chapitres. Le premier adopte une méthode philosophique de synthèse pour reconstituer notre appréhension immédiate du médium et identifier quels en sont les particularités *a priori*. Ce premier champ permet d'orienter, dans un deuxième temps, l'étude culturelle de notre rapport à cette image, et comment celle-ci a trouvé son autonomie dans nos sociétés, distinctes des représentations picturales dans ses pratiques et ses usages. Grâce à ces conclusions, je souhaite dans une troisième partie, revenir sur la richesse et la multiplicité des systèmes de diffusion, en corrélation avec les exigences propres à ce médium.

Chapitre I : Qu'est-ce qu'une photographie ?

Une question essentielle concernant la photographie se pose depuis sa création technique jusqu'à nos jours, et a donné lieu à nombre de théories : comment déterminer son rapport à la réalité, dont unanimement elle fige l'empreinte ? Cette idée d'*empreinte* a très vite été un point de départ dans les réflexions intellectuelles autour de ce médium si particulier, en tant qu'elle exprime la complexité du lien entre le réel et sa reproduction. André Rouillé, en 2005, explique dans son ouvrage *La photographie* : « La notion d'empreinte postule que la chose et l'image sont à la fois liées par la force d'un contact physique, et séparées par une césure franche et brutale, sans médiation, que les linguistes qualifieront de "coupure sémiotique" »¹⁸. L'empreinte est donc celle d'un processus chimique et physique qui requiert, en particulier avec les premiers appareils, un contact direct du réel (en tant que source lumineuse) sur le support. Un transfert de forme a lieu entre l'objet et sa représentation, sans pour autant qu'il y ait d'extension matérielle de l'un à l'autre. L'empreinte ne se confond ainsi pas avec son référent.

Pour autant, au-delà de cette question ontologique de la trace, on peut ajouter à la remarque d'André Rouillé que, pour n'importe quel spectateur, une photographie n'est pas comparable à un fossile ou à une empreinte digitale. Elle ne paraît pas être du même type qu'une empreinte matérielle, car elle ne fige pas un objet mais une vision. À ce titre, notre rapport à ce médium semble davantage relever de l'herméneutique de l'*icône*¹⁹, c'est-à-dire de notre appréhension des représentations picturales.

Par exemple, vers 1930, Bérénice Abbott photographie le Manhattan Bridge de New York (*Floating Oyster House. South Street and Pike Slip*²⁰). Munie de son appareil argentique, elle choisit son cadrage, sa lumière, et appuie sur le déclencheur. Sur la pellicule, un véritable contact a lieu par une empreinte de la lumière à cet instant, qui donnait à voir le Manhattan Bridge. Un deuxième contact a lieu lorsque Bérénice Abbott fait développer son négatif sur un papier argentique ; un positif dévoile le pont tel qu'elle l'a vu au moment de la prise de vue. Par conséquent, un transfert de forme, par l'empreinte négative puis positive a lieu, sans pour autant qu'un quelconque fragment du référent ne soit présent dans la reproduction finale. D'un point de vue physique, la photographie que nous voyons aujourd'hui émane donc strictement de la diffusion de la lumière ce jour de 1930. Et

¹⁸ ROUILLÉ, André, « Le vrai photographique » in *La photographie*, Paris, Gallimard, Folio Essai, 2005, p.93.

¹⁹ Cf. Annexes – Glossaire n° 2.1, p.52.

²⁰ Cf. Annexes – Table des illustrations n° 2.1.1, p.34.

pourtant, notre appréhension immédiate de celle-ci ne consiste pas à l'identifier comme une trace, comme une reproduction du pont, mais plus essentiellement comme une représentation de ce dernier. Une *reproduction* et une *représentation* se différencient en ce que le premier terme compare deux objets physiques similaires, alors que le second induit le rapport d'une chose à son image ; si la forme est strictement la même dans le premier cas, elle ne l'est pas nécessairement dans le second.

En tant qu'image, nous allons considérer cette photographie de Bérénice Abbott d'une manière similaire à une œuvre picturale : nous allons essayer de saisir les *raisons* de ce cadrage, de ce sujet. Immédiatement, la décision de la prise de vue est ce qui va nous sembler le plus essentiel pour appréhender cet objet, alors que nous n'allons pas immédiatement nous demander pourquoi, par exemple, un insecte en particulier s'est retrouvé fossilisé. La décision humaine à l'origine de la photographie et le sens qui en émane nous interpelle significativement, davantage que l'être concret de la trace.

À partir de la présence implicite de cette décision, nous allons également essayer de nous représenter l'*expérience* de la photographe. Nous allons essayer de nous approprier la vision de Bérénice Abbott ce jour de 1930 à New-York, comme si la photographie nous incitait à retrouver, non pas le contenu, mais l'expérience de cette vision ; elle nous invite à faire abstraction de la dimension médiatique de la représentation.

Dans les deux cas, il est notable que la présence humaine du photographe est de première importance pour le spectateur, comme si elle en était le vecteur de sens. Comme si l'image en elle-même n'était pas suffisante, et que nous cherchions à apposer des significations qui lui sont externes, projetées implicitement, dans un dialogue direct avec le photographe.

Partant de la question du rapport entre le réel et sa représentation photographique, nous pouvons ainsi supposer que la difficulté à déterminer ce qu'est *en soi* une photographie ne se situe pas dans la rupture ontologique entre l'objet et sa reproduction, mais plutôt dans le décalage entre la manifestation concrète de la représentation et la manière dont nous lui attribuons un sens. Autrement dit, le décalage n'est pas entre l'objet et son empreinte, mais entre son apparition et la manière dont nous l'appréhendons. Il semble, en effet, que nous ayons tendance à projeter une herméneutique propre à l'image picturale, faisant ainsi de l'homme le cœur du sens. Mais contrairement à tout autre type d'œuvre picturale, le problème de ce médium est que l'homme n'en est que partiellement le créateur, et que, non seulement le processus automatique d'enregistrement, mais la matière réelle également, le constituent en grande partie. Le peintre par exemple est maître de la forme de sa réalisation,

alors que le photographe doit, en quelque sorte, jouer avec un aspect formel de sa représentation déjà contenu dans la réalité. Pourtant, comme nous l'avons souligné, cette dernière se présente irrémédiablement comme représentation et non comme reproduction.

Le paradoxe de la photographie demeure ainsi entre ses potentialités réelles et la signification que lui attribuons. Depuis sa création, elle oscille entre son aspect technique et une tendance artistique – proprement représentative – sans que nous puissions déterminer réellement et unanimement sa nature. Ce premier chapitre sera donc consacré à mettre en lumière une certaine définition de la photographie, en ce qu'elle pose un problème analytique. Il part de la question : *quelle est la singularité du processus d'appréhension d'une photographie ?* Celle-ci implique de se pencher en premier lieu sur l'incohérence entre la donnée et la manière dont nous la recevons et l'intégrons. Comme ceci a été souligné précédemment, il semble que ce soit dans le champ de nos perceptions que se produise un premier décalage. Il faut, en effet, que l'objet ne corresponde pas tout à fait aux schèmes usuels de l'attention, qu'il y ait une incohérence essentielle, pour que nous puissions projeter nos propres significations au travers de cette lacune.

1. La dissociation du réel

Il est important, avant d'aborder le processus perceptif, de préciser le sens du concept de *réalité* qui est le point de départ de ce chapitre. En effet, les termes d'objet, de réalité, ou encore de matérialité, impliquent deux niveaux de compréhension qui, nous le verrons, importent pour notre étude.

Premièrement, il désigne tout objet physique qui constitue le système cohérent que nous nommons plus communément *le monde*, soit tout ce qui nous apparaît. Plus précisément, il est nécessaire de distinguer ces apparitions et leur existence pour eux-mêmes, *en soi*. En effet, lorsque notre logique érige un concept tel que *le monde*, il ne peut se défaire de la perception, qui implique qu'un objet se manifeste toujours *pour nous*. Par exemple, le Manhattan Bridge nous apparaîtra nécessairement comme un objet défini, d'une certaine couleur, d'une certaine forme, rigide et non pas liquide, permanent, solide, etc. Ces qualificatifs n'appartiennent pas tout à fait au pont, mais sont des jugements que nous lui attribuons immédiatement, de sorte que notre entendement²¹ puisse l'appréhender. Jamais le pont ne se manifestera par-delà ces caractéristiques. Un objet *en soi*, en dehors de nos perceptions, est nommé conceptuellement un *noumène*, et celui qui est filtré par ces dernières un *phénomène*. Il serait bien trop complexe – voire même hors de portée – de vouloir étudier l'aspect nouménal d'une photographie, car irrémédiablement nous la concevons comme un phénomène.

Cette remarque implique que, pour traiter de la problématique entre l'image et son référent, la singularité de la perception humaine est nécessairement un paramètre qu'il faut prendre en compte. Certes, l'objectif de l'appareil photo n'est pas l'œil humain qui perçoit d'une manière singulière. Certes, le contact entre la lumière et la pellicule n'implique aucun filtre perceptif. La mécanisation de l'empreinte peut exclure entièrement l'homme de son processus, comme le soulignait déjà André Bazin en 1958 :

L'originalité de la photographie par rapport à la peinture réside donc dans son objectivité essentielle. Aussi bien, le groupe de lentilles qui constitue l'œil photographique substitué à l'œil humain s'appelle-t-il précisément "l'objectif". Pour la première fois, entre l'objet initial et sa représentation, rien ne s'interpose qu'un autre

²¹ Le terme *entendement* est d'usage car, au contraire des notions telles que l'esprit ou l'intellect, il est défini dans la tradition philosophique comme la fonction de l'esprit qui déduit des jugements à partir des données qu'il reçoit de la perception. Il opère par conséquent toujours *a posteriori* des perceptions.

objet. Pour la première fois, une image du monde extérieur se forme automatiquement sans intervention créatrice de l'homme, selon un déterminisme rigoureux.²²

Cette automatisation possible de la production photographique impose un objet qui, *a priori*, n'est pas déformé par le geste artistique, brut d'objectivité. C'est-à-dire que celui-ci n'est pas conditionné dans sa réalisation par notre perception du monde. Il est intéressant de remarquer que les expériences qui tendent vers cette absence de décision humaine ne sont pas nombreuses, ou très souvent limitées à l'expérimentation. Ces expériences sont particulièrement l'apanage des sténopistes. La technique du *sténopé*²³ permet en effet de jouer sur un déclenchement aléatoire de la prise de vue. L'artiste Kwanghun Hyun a par exemple intégré une horloge à l'intérieur d'une boîte et a fait en sorte que la position des aiguilles, au fil de l'heure, dévoile un interstice différent²⁴. Il a ainsi obtenu des images qu'on peut envisager comme automatiques. Il demeure toutefois que, même dans ce cas, l'humain n'est pas tout à fait étranger à ce processus, car il décide à la fois de la position de l'appareil – il le place – et crée un processus original. La production photographique joue assurément avec cette automatisation, cette mise à l'écart de l'homme, et son effacement total reste théorique.

Ainsi, si nous mettons de côté la présence humaine en tant qu'elle n'est pas *de fait* nécessaire à la production d'une photographie, cela implique que l'empreinte que nous avons déterminée précédemment n'est pas faite au sens purement technique pour correspondre aux perceptions humaines. Si nous la percevons comme une image, la trace en elle-même est pourtant un produit plus proche de son référent réel que des systèmes signifiants humains. L'empreinte du Manhattan Bridge n'est donc pas *perçue* dans sa simple réalité, comme nous pourrions appréhender matériellement son référent. À nouveau, se pose la question de la perception d'une telle image, et de l'origine du saut herméneutique qui se produit à travers ce processus.

La complexité de la définition d'une photographie s'éprouve, à un premier niveau, dans les limites de notre propre notion de *monde* qui n'est pas contenue dans celle-ci, au contraire notamment des arts picturaux. Nous avons ainsi une première piste de réflexion :

²² BAZIN, André, « Ontologie de l'image photographique » in *Qu'est-ce que le cinéma ?*, Paris, Cerf, collection 7^e Art, 2011, p. 13.

²³ Cf. Annexes – Glossaire n° 1.4, p.50.

²⁴ Cf. Annexes – Tables des illustrations n° 2.1.2, p.35.

il s'agit désormais de chercher comment la photographie peut dépasser notre perception, et en cela se dissocier de l'ordre établi objectif.

1.1. La théorie kantienne : une temporalité différente

Le temps et l'espace sont les deux dimensions premières qui érigent notre perception de manière inconditionnelle. Autrement dit, ils ne semblent pas être des propriétés intrinsèques aux objets *en soi*, mais plutôt des outils nécessaires à notre propre appréhension de la réalité. En tant que premières conditions de la cohérence du *monde*, il est indispensable d'en étudier la place au sein de la photographie ; sont-ils également des éléments constitutifs de la construction de l'image photographique ?

Avant d'examiner la nature de ces dimensions, il est nécessaire de déterminer dans quelle mesure le temps et l'espace sont des conditions de notre perception. Et pour ce, de revenir sur la *Critique de la raison pure* d'Immanuel Kant, premier texte fondateur qui étaye cette théorie.

Dans *La Critique de la raison pure*²⁵, illustre texte de 1781 remanié en 1787, Kant développe une théorie fondamentale de l'espace et du temps²⁶ nommée « Esthétique transcendantale » en réaction notamment à l'énoncé newtonien d'un temps absolu et objectif²⁷ ainsi qu'à la vision d'un ordre de succession des choses tel que le formule Leibniz, tout aussi absolu et objectif²⁸. Kant démontre ainsi que ces dimensions sont les conditions *a priori*²⁹ de nos intuitions³⁰ – et ne sont pas par conséquent des réalités objectives.

Plus précisément, l'espace et le temps sont des *formes pures* dans la théorie kantienne, c'est-à-dire des conditions nécessaires de notre intuition. Ce qui implique qu'on ne peut exercer nos sens, et ainsi percevoir de phénomène³¹, sans présupposer en amont leurs dimensions spatiales et temporelles. L'espace est une condition nécessaire pour l'intuition des objets externes, c'est-à-dire des entités délimitées avec une réalité propre. Quant au

²⁵ Le texte sur lequel cette partie repose est la troisième édition publiée chez GF : KANT, Immanuel, *Critique de la raison pure* (trad. RENAUT, Luc), Paris, 3^e édition corrigée Flammarion, 2006.

²⁶ *Ibid.* Première partie : « L'Esthétique transcendantale », p.117 à 142.

²⁷ NEWTON, Isaac, *Philosophiæ naturalis Principia Mathematica*, 1687.

²⁸ LEIBNIZ, Gottfried Wilhelm, *Entretiens de Philarète et d'Ariste* (1711), *Nouveaux Essais sur l'entendement humain* (1704) et correspondances.

²⁹ Cf. Annexes – Glossaire n° 2.2, p.52.

³⁰ Cf. Annexes – Glossaire n° 2.3, p.52.

³¹ Cf. Annexes – Glossaire n° 2.4, p.52.

temps, il est une condition nécessaire à notre propre intuition en général, à nos états intérieurs, ainsi que de la relation entre notre subjectivité et ce que nous *intuitionnons*. Il est une condition *a priori*, et donc, au même titre que l'espace, une forme qui relève du sujet, et non une qualité absolument objective des choses *en soi*. Kant s'oppose ainsi aux théories de ses prédécesseurs en expliquant que le temps n'est pas une qualité nécessaire des objets réels parce qu'on ne peut le découvrir en étudiant ces derniers. Il est toujours déjà présent dans toutes nos expériences sensibles, et en cela relève fondamentalement de nos intuitions immédiates, et non des jugements que nous pouvons déduire des choses. Il est impossible d'appréhender un phénomène sans sa dimension temporelle, alors que l'inverse est possible ; le temps est donc une forme de la perception, et non une condition de la réalité que nous déterminons de manière synthétique :

[...] puisque toutes les représentations, qu'elles aient ou non des choses extérieures pour objets, appartiennent néanmoins en elles-mêmes, comme déterminations de l'esprit, à l'état interne, tandis que cet état interne, soumis qu'il est à la condition formelle de l'intuition interne, appartient par conséquent au temps, le temps est une condition *a priori* de tout phénomène en général, et plus précisément la condition immédiate des phénomènes intérieurs (de notre âme), et par là même aussi, de façon médiate, celle des phénomènes extérieurs.³²

Enfin, par l'esthétique temporelle, nous pouvons avoir les idées de *succession*, et par là de changement et de mouvement, préalables à toute sensibilité. Cet énoncé peut paraître obscur s'il n'est pas mis en lien avec quelques bases de logique, et plus particulièrement grecques, qui édictent une loi fondamentale qui régit notre appréhension du monde : une chose ne peut pas être et ne pas être simultanément dans nos perceptions. C'est-à-dire que l'idée de succession permet de concevoir le mouvement des choses, leur transformation d'un état à un autre. La forme pure de l'espace ne nous induit que l'idée de *simultanéité*, qui en quelque sorte ne peut fonctionner ni donner à l'intuition une réalité qu'elle peut déterminer sans la possibilité en amont d'en saisir le changement.

Cette hiérarchisation du temps et de l'espace fait finalement de ce premier la forme pure de l'intuition par excellence, et Kant lui attribue en tant que tel plusieurs fonctions : forme du sens interne, forme de la succession, forme de la relation du sujet à ses intuitions, et enfin condition de toute sensibilité.

³² KANT, Immanuel, *Critique de la raison pure* (trad. RENAUT, Luc), Paris, 3^e édition corrigée Flammarion, 2006, p.128-129.

De cette brève synthèse de l'Esthétique transcendantale, nous pouvons retenir plusieurs choses qui interviendront directement dans notre problématique autour de la photographie : tout d'abord, qu'il est bel et bien impossible d'appréhender la réalité sans l'*a priori* temporel qui nous permet d'envisager non seulement un réel continu, cohérent, mais également de nous investir dans le processus général de la sensibilité. Cet inconditionnel du temps est tel qu'il paraît inhérent au monde. Enfin, il est important de relever que cette dimension conditionne les objets que nous percevons, à la fois immédiatement ceux qui apparaissent *pour nous*, et médiatement ceux qui nous concevons *a posteriori* comme inscrits dans une réalité cohérente.

Le temps, bien plus que l'espace, semble être pour Kant la condition première de notre perception, et par conséquent la dimension essentielle de notre organisation du *monde*. Il importe ainsi de considérer le rapport entre la photographie et le temps. Ce dernier, en tant que flux imposant le changement, et constituant le monde à partir du sujet, ne paraît pas conséquemment appartenir à cette image *en soi*.

1.2. Atemporalité de la photographie

La photographie, en effet, n'est pas perçue *a priori* au travers de la temporalité : d'une part, aucun changement, aucun flux n'est contenu dans celle-ci, et d'autre part le sujet ne la perçoit pas comme une expérience propre. Si nous reprenons l'exemple du Manhattan Bridge de Bérénice Abbott, nous pouvons constater cette double étrangeté temporelle. Immédiatement, tout d'abord, le pont nous semble figé dans un instant éternel. Nombre d'essayistes ont creusé ce thème de l'éternité contenue dans la photographie, qui semble à la fois vaincre le temps et se faire symbole de la mort. Dans *La Chambre claire*, Roland Barthes énonce :

Dans la Photographie, l'immobilisation du Temps ne se donne que sous un mode excessif, monstrueux : le Temps est engorgé (...). Que la Photo soit « moderne », mêlée à notre quotidienneté la plus brûlante, n'empêche pas qu'il y ait en elle comme un point énigmatique d'inactualité, une stase étrange, l'essence même d'un *arrêt*. [...]

Tous ces jeunes photographes qui s'agitent dans le monde, se vouant à la capture de l'actualité ne savent pas qu'ils sont des agents de la Mort. C'est la façon dans notre

temps assume la Mort : sous l'alibi dénégateur de l'éperdument vivant, dont le Photographe est en quelque sorte le professionnel.³³

Il serait plus juste de parler d'*atemporalité* – et non d'intemporalité ou d'éternité – car la photographie est *toujours déjà* abstraite du temps, comme le souligne Barthes. Autrement dit, elle n'est pas figée dans une éternité, mais se soustrait à cette dimension. À un premier degré, celui de son statut physique, elle est une empreinte, et par conséquent ne peut se confondre avec son référent temporel qu'elle n'emporte pas. La trace est un négatif de l'objet, et non une extension matérielle de celui-ci. L'association entre l'empreinte et la chose qui, elle, est inscrite dans un mouvement, est donc une impression, un jugement qui intervient *a posteriori*, au niveau de l'interprétation. Par association rétrospective, nous avons donc tendance à projeter la temporalité même de l'élément sur sa représentation. Cependant, à un degré perceptif immédiat, la photographie exclut le temps, et se présente comme une expérience inédite qui nous écarte conséquemment en tant que sujet.

En réalité, le phénomène est vraisemblablement le même pour toute représentation. Devant une œuvre picturale, qu'elle soit aussi figurative qu'une nature morte de William Claesz-Heda³⁴ ou la bien plus abstraite *Komposition VIII* de Vassily Kandinsky³⁵, avant le cadrage, avant « la fenêtre ouverte sur le monde³⁶ », ce qui frappe le spectateur et particularise tout à fait son expérience est que ce dernier n'expérimente pas directement. La vue du Manhattan Bridge n'est pas la sienne, ou plutôt, elle est sienne médiatement et non immédiatement. La table de Claesz-Heda regorgeant d'huître et de vin ne s'offre pas à lui, ni même les figures étranges de Kandinsky. Plus exactement, c'est grâce à l'absence de temporalité vécue, que le tableau ou la photographie peuvent paraître réellement dans un espace dissocié, dans une autre réalité que la sienne. Selon la théorie de Kant, le temps et l'espace sont des dimensions pures, c'est-à-dire nécessaires et universelles. Dans l'expérience vécue, ceux-ci étant toujours conjoints, la dissociation spatiale ne peut se faire qu'abstraitement, sous la garantie de la cohérence pour soi, c'est-à-dire grâce à la forme pure temporelle. Il est ainsi impossible sans cette dernière d'imaginer d'autres lieux, d'imaginer par exemple le Manhattan Bridge sur un autre continent. En revanche, lorsqu'apparaît devant nos yeux quelque chose d'aussi étrange qu'une photographie de ce

³³ BARTHES, Roland, *La chambre claire ; Note sur la photographie*, Paris, Gallimard Seuil, 1980, p.142-144.

³⁴ Cf. Annexes – Table des illustrations n° 2.1.3, p.36.

³⁵ Cf. Annexes – Table des illustrations n° 2.1.4, p.37.

³⁶ Cette très célèbre expression sert à Alberti, dans le Livre I du *De Pictura*, rédigé dans sa première version latine en 1435, à décrire la peinture. Pour Alberti, elle signifie que la peinture permet de poser un certain regard, orienté, et plus particulièrement sur l'histoire.

pont – qui plus est il y a presque un siècle – la situation subjective est complètement inédite. Nous expérimentons une perception qui ne nous inclut nullement, alors même que nous percevons celle-ci. Ainsi, dans toute représentation, la notion de *media* n'est pas à prendre à la légère : c'est ce qui rend sa forme tout à fait particulière et qui pousse le sujet à se rendre étranger de sa propre expérience.

Ce paradoxe est certainement encore plus ambigu en photographie, tant la présence médiatique a tendance à s'effacer, tant l'expérience semble sienne. Au sein du superbe buffet de Claesz-Heda, une organisation interne et raisonnée des éléments, ainsi que la réalité flagrante de la peinture ne cachent pas la dimension médiatique de la représentation. Nous retrouvons tout de suite notre place de sujet parce que des signes internes au tableau correspondent à nos schèmes interprétatifs. Mais la photographie semble terriblement indifférente au sujet. Par extension, nous cherchons donc impérativement à nous approprier la vision du photographe, à nous mettre à sa place.

Ce détour au niveau des *a priori* de notre perception nous a permis de mettre en lumière l'atemporalité caractéristique de ce médium. Par cette défection, le sujet est exclu de l'expérience et se retrouve face à une vision qui lui est complètement indifférente. Par rapport aux autres types de représentations, la photographie semble jouer singulièrement de cette étrangeté, de cette ambiguïté, qui tend à cacher sa dimension médiatique pour parvenir à un rejet du spectateur plus fort encore.

L'hétérogénéité que nous avons effleurée en introduction de cette partie devient alors tangible : l'expérience réelle, vécue, et celle de ce médium se distinguent respectivement par l'implication et l'exclusion du sujet en tant qu'origine de la perception. En étant atemporelle, l'image impose une pratique complètement originale qui se soustrait à l'unité subjective. Cependant, ce jeu avec le sujet est particulièrement fin et ambigu en photographie et, bien que nous ayons décrit un phénomène de la perception quasiment instantané et pur, cette exclusion par l'atemporalité est vite évincée par les réactions du sujet qui va chercher la position – bien plus confortable – du photographe.

2. À la recherche du temps perdu

Si nous avons, jusqu'alors, décelé les incohérences et les paradoxes du processus d'appréhension d'une photographie, il convient dans cette deuxième partie de retrouver la fluidité de l'expérience telle que nous la vivons devant ce type de représentation. En effet, il ne semble pas au spectateur que l'expérience en question soit particulièrement bouleversante et perturbante. Pour ce, nous n'allons plus nous situer à un niveau *a priori* de l'expérience, mais nous intéresser aux réactions de l'entendement face à ce qui lui échappe, c'est-à-dire à sa tendance à intégrer toute chose au système du monde, et à se replacer en tant que sujet.

Henri Bergson, un siècle après Kant, a pris ce parti dans une étude du temps qu'il développe notamment dans *L'Essai sur les données immédiates de la conscience*. Bien qu'il s'oppose sur certains points au philosophe de Königsberg, comme ce dernier il fait de la durée une force d'unification des phénomènes nécessairement relative à la subjectivité. Toutefois, Bergson cherche à distinguer conceptuellement le *temps* et la *durée*, thèse qui lui permet de dénoncer certaines tendances de l'entendement quant à ses représentations. Ces tendances pourraient également être appliquées à l'expérience photographique.

2.1. Bergson : la notion de durée

*L'Essai*³⁷, publié en 1889, est particulièrement motivé par les problématiques de cette époque se rapportant aux premières psychologies (dites psychophysiciennes) qui cherchent à examiner les états de conscience. En plein essor positiviste de la mesure – notamment par les inventions instrumentales – quelques pionniers de l'introspection comme Wilhelm Wundt ou encore ou Gustav Fechner veulent quantifier les sensations telles que la douleur ou l'envie. Contre cette tendance, Bergson souhaite rétablir une confusion du sens commun entre deux concepts : le *temps* et la *durée*.

Le lien entre les études des psychophysiciens et la confusion entre durée et temps se trouve selon Bergson dans une obsession tenace pour l'espace. De cette obsession, le sens

³⁷ L'édition utilisée et citée est la suivante : BERGSON, Henri, *Essai sur les données immédiates de la conscience*, Paris, Presses Universitaires de France, édition critique menée par WORMS, Frédéric, collection Quadrige, 9^e édition, 2011.

commun cherche à *réaliser*³⁸ tout objet qu'il examine. C'est-à-dire qu'il applique des catégories (quantité, étendue, extensivité, etc.), des méthodes (arithmétique, physique) et des représentations (dissociations, simultanéité des éléments) qui se rapportent initialement à l'étude des éléments réels. D'un côté, la psychologie naissante traite les états internes comme des phénomènes externes, et de l'autre les philosophes, de même que le sens commun, aboutissent à des représentations biaisées de la temporalité.

La première erreur dans cette confusion générale, explique Bergson, est que les états internes ne se donnent pas comme des éléments quantitatifs et extensifs. Plus précisément, ils ne se mesurent pas comme une somme d'unités égales. Au contraire, le philosophe démontre que l'analyse – la décomposition en unités – est une opération secondaire, abstraite, qui requiert en amont une multiplicité permanente qui, elle, est première. Reprenant l'exemple d'une horloge dont nous pouvons entendre les secondes, Bergson démontre que la décomposition de ces secondes en sons distincts est impossible sans la mémoire, c'est-à-dire la possibilité de rendre deux éléments simultanés, alors qu'ils ne le sont pas de fait. Cette permanence, ajoute-t-il, ressort de la conscience du sujet qui se perçoit au travers d'une *durée*.

Par conséquent, au contraire de Kant, Bergson ne considère pas l'espace et le temps (ou plutôt la durée) comme deux conditions équivalentes de la perception. La durée est pour lui « la forme que prend la succession de nos états de conscience quand notre moi se laisse vivre, quand il s'abstient d'établir une séparation entre l'état présent et les états antérieurs »³⁹. Elle est donc essentielle, car elle est, grâce à la conscience du sujet qui s'éprouve comme tel, la condition de la permanence et de la cohérence du monde qui nous apparaît. En effet, si la persistance du monde ne nous était pas donnée immédiatement, *a priori*, nous ne pourrions la déduire des objets externes, qui nous apparaissent principalement sous une forme spatiale, étendue. En outre, la méthode d'analyse arithmétique que nous appliquons à ces dits objets ne peut se faire sans la permanence, conçue au préalable. Frédéric Worms, directeur critique de l'*Essai* en France, résume ainsi cette dernière thèse de Bergson opposée à Kant : « Affirmer, en revanche, qu'il [l'espace] fait objet d'une "conception", c'est dire qu'il est le résultat d'une médiation, qu'il s'impose à son contenu de l'extérieur et à certaines conditions, qu'il est du côté de notre entendement

³⁸ Cf. Annexes – Glossaire n° 2.5, p.52.

³⁹ *Ibid.* p.74-75.

ou même, Bergson reprenant plutôt cette notion, biologique, de notre “intelligence”, purement “humaine” ! »⁴⁰.

Dissocier les natures de l'espace et de la durée permet à Bergson de mettre également à part une troisième notion au croisement des deux autres : le *temps*. Ce dernier se manifeste comme une succession arithmétique des choses, qui, faussement, s'envisage comme la somme d'unités. Autrement dit, le temps est une représentation de la succession qui résulte du champ spatial, mais qui ne peut rendre compte de la permanence et de la cohérence des éléments qu'il séquence. L'erreur d'une telle notion du temps est donc de partir du présupposé que le nombre est premier, et de ne pas prendre en compte une *durée pure*, entièrement donnée par la conscience du sujet, qui elle seule est *a priori*. Le temps est donc une abstraction, une opération secondaire de l'esprit au même titre que la représentation spatiale.

Ainsi la projection que nous faisons de nos états psychiques dans l'espace pour en former une multiplicité distincte doit influencer sur ces états eux-mêmes, et leur donner dans la conscience réfléchie une forme nouvelle, que l'aperception immédiate ne leur attribuait pas. Or, remarquons que, lorsque nous parlons du temps, nous pensons le plus souvent à un milieu homogène où nos faits de conscience s'alignent, se juxtaposent comme dans l'espace, et réussissent à former une multiplicité distincte. Le temps ainsi compris ne serait-il pas à la multiplicité de nos états psychiques ce que l'intensité est à certains d'entre eux, un symbole, absolument distinct de la vraie durée ?⁴¹

Par cette thèse de *l'Essai*, Bergson parvient ainsi à se détacher de considérations purement ontologiques pour faire place à une certaine vérité empirique du vécu. Nous pouvons, grâce à ce détour, reprendre notre problématique au sujet de la photographie, et l'éclairer de cette théorie.

L'atemporalité de la photographie est très rapidement effacée par cette obsession à considérer la permanence comme une donnée extérieure. Le séquençage temporel qui aboutit à se représenter abstraitement des *instants*, est certainement la clef qui efface cette étrangeté. Car l'instant, bien que nécessitant une durée pure au préalable, prétend évincer le sujet dans son abstraction. Autrement dit, l'instant est une conception de l'intellect qui, de fait, n'est jamais vécu par la conscience. Mais la particularité de la photographie est bien

⁴⁰ *Ibid.* « Présentation par Frédéric Worms », p.11

⁴¹ *Ibid.* p.67.

de donner une image, réelle, de ce qui jusque-là n'était jamais vu, jamais vécu, seulement représenté. Grâce à cet éclairage, on peut imaginer à quel point elle a pu étonner à ses débuts – bien plus qu'elle ne bouleverse aujourd'hui. Car si des représentations atemporelles existaient déjà dans les autres arts (peinture, sculpture, arts graphiques, ...), ce nouveau médium donnait, cette fois-ci, un point de vue sur la réalité vécue tout à fait inédit. Elle n'a cependant pas été force de découverte radicale comme ont pu l'être, par exemple, les microscopes en donnant accès à une strate de la réalité encore jamais vue. Sa particularité est d'avoir *réalisé*, donné à voir, une opération abstraite de l'entendement sur la matière.

L'étrangeté est donc ambiguë en ce que la photographie est à la fois étrangère à notre expérience du monde, irrémédiablement liée à notre conscience subjective inscrite dans une durée pure, mais d'un autre côté elle s'accorde avec une conception intellectuelle de la réalité très bien ancrée dans nos représentations. Comme le souligne Bergson, cette obsession pour l'objectivité du monde a tendance à prendre le pas sur le vécu lui-même, censurant constamment notre conscience. Cette dernière étant tendue en permanence vers le monde, la cohérence de la réalité paraît externe, tant au sens commun qu'aux spécialistes :

Mais nous éprouvons une incroyable difficulté à nous représenter la durée dans sa pureté originelle ; et cela tient, sans doute, à ce que nous ne durons pas seuls : les choses extérieures, semble-t-il, durent comme nous, et le temps, envisagé de ce dernier point de vue, a tout l'air d'un milieu homogène. Non seulement les moments de cette durée paraissent extérieurs les uns aux autres, comme le seraient des corps dans l'espace, mais le mouvement perçu par nos sens est le signe en quelque sorte palpable d'une durée homogène et mesurable.⁴²

Ainsi l'étrangeté de la photographie – en tant qu'elle écarte le sujet de sa propre expérience – ne paraît pas immédiatement problématique, car, répondant à notre habitude d'objectivation, elle est très vite ressaisie par l'esprit qui l'intègre au système du monde qu'il conçoit. Si cette étrangeté a pu frapper plus durement les premiers spectateurs de photographies instantanées, elle est aujourd'hui étouffée par notre familiarité avec ce médium. La rupture n'est plus tangible qu'à un niveau d'analyse.

⁴² *Ibid.* p.79-80.

2.2. Retour au familial

Partant de la définition très matérielle de la photographie, nous avons ainsi mis en lumière le décalage qui existe entre cette réalité et notre attitude face à celle-ci. Nous avons en effet plutôt tendance à considérer cette *empreinte* comme une image, comme une *représentation* de la réalité et non comme une reproduction – même partielle. Nous cherchons un système de significations qui dépasse la nature de ce médium et transcende sa vérité matérielle, donnant lieu à un saut herméneutique singulier.

L'universalité de cette appréhension de la photographie nous a amené à considérer en premier lieu la perception, afin de déceler les possibilités de décalage, entre le phénomène et sa réception. Nous avons ainsi déterminé que le temps est le nœud de cette problématique. Il se présente comme la condition *sine qua non* de toutes nos perceptions, de même qu'il permet l'unité du sujet percevant. Par conséquent, il devient impossible pour le sujet d'avoir conscience de son expérience s'il ne s'inscrit pas dans une durée. Mais, précisément, la photographie est *atemporelle*. En cela, elle impose au spectateur une expérience de la réalité tout à fait inédite. Celui-ci expérimente une vision sans qu'il ne soit impliqué. Il se retrouve, en quelque sorte, face à une réalité tout à fait indifférente à lui-même.

Pour rendre cette vision plus facile à cerner, le sujet éprouve une réaction immédiate en essayant de se mettre à la place du photographe, de faire sienne sa vision, en tant que ce dernier non seulement l'a vécue réellement – et dans la durée – mais également parce qu'il est impliqué personnellement dans celle-ci.

Toutefois, il est notable qu'au-delà de ce déplacement du point de vue, le sujet montre une deuxième réaction, non pas au niveau de la perception, mais de la catégorisation de l'atemporalité qu'il décerne. Nous ne pouvons en effet réellement objectiver la durée, tant celle-ci est attachée à la conscience subjective qui est, par définition, première par rapport au plan spatial. Par conséquent, l'entendement a forgé une conception, le *temps*, qui transpose cette idée de flux et de cohérence, mais sur un plan sécable, spatial. Ce temps n'est pas à proprement parler la durée de la subjectivité, mais il est une notion analytique qui permet d'appréhender le changement et la permanence sur un plan spatial. Grâce à cette notion, l'entendement peut saisir l'atemporalité de la photographie en se figurant son instantanéité. Mais, contrairement à la perception immédiate de l'image, cette opération est *a posteriori* et se situe dans le champ conceptuel. À ce titre, l'impression de vivre un « instant » est intellectuelle, et ne concerne que l'entendement pour qui le temps présente un sens.

Encore une fois, l'expérience est inédite, mais le sujet parvient à la ramener dans le domaine du familier, dans le monde.

3. Conclusion du chapitre

Au travers de cette oscillation constante entre une matérialité pure et la manière complexe avec laquelle nous appréhendons une photographie, nous pouvons désormais comprendre que la principale cause qui induit ce processus est l'ambiguïté manifeste entre une expérience réelle et une expérience médiatique. Elle particularise singulièrement ce type de représentation. Contrairement à une image fabriquée, cette dernière est extrêmement proche de la matière réelle, et exige du sujet une association très forte à sa propre expérience visuelle.

Partant, d'un côté le sujet a tendance à ramener la photographie à son expérience, et d'un autre côté il appose un schéma de lecture propre aux images dites fabriquées. Le paradoxe de cette expérience coïncide néanmoins dans une certitude du spectateur, celle de l'existence du photographe. Cette présence humaine permet de faire le lien entre le sujet qui ne parvient pas à s'impliquer dans l'expérience et celui qu'il devine être concerné. D'autre part, elle permet de donner un sens à cette vision déstabilisante qui le nie, un sens intellectuel qui le réintègre dans le processus.

L'ambiguïté de ce médium pousse ainsi notre appréhension visuelle – tant perceptive qu'intellectuelle – à ses propres limites, celles qui requièrent un sujet à l'expérience vécue. Elle impose la photographie comme un regard désolidarisé de notre propre conscience.

Ce premier chapitre a délimité le processus *a priori* de notre compréhension de la photographie, et a montré à quel point sont mêlées des déterminations intellectives et des normes culturelles dans la complexité de ce processus. Les conditions *esthétiques* étant posées, nous pouvons, désormais, parcourir le champ des usages.

Chapitre II : Comment la photographie s'est-elle construite culturellement ?

L'expérience de la photographie peut être qualifiée d'*étrange*, car elle dépasse les qualités de notre sens de la vue et de notre rationalisation usuelle de celui-ci. Par conséquent, ce médium se situe d'emblée à la frontière de multiples usages ; il peut être un outil scientifique en sa qualité d'empreinte, il peut fonctionner comme illustration, comme document, ou encore prétendre au statut d'œuvre d'art. L'histoire a montré que, face à la richesse prometteuse de la photographie, nous sommes parvenus à faire de cet outil un ressort essentiel de la construction de nos rapports sociaux.

Néanmoins, nous avons constaté que l'objet photographique en soi, en tant qu'outil technique, n'imposait pas nécessairement un tel engouement : il demeure ontologiquement un appareil qui enregistre la diffusion de la lumière. Ce phénomène s'avère par conséquent de nature culturelle, et non plus essentielle.

Dans la continuité de cette étude générale, ce deuxième chapitre est ainsi consacré à la compréhension de ce phénomène culturel et social. En d'autres termes, nous allons nous demander *comment la photographie se construit-elle comme un objet culturel, au-delà de ses déterminations concrètes*. Afin de répondre à cette question, notre examen se compose en deux parties. La première se focalise sur la manière dont, historiquement, l'objet en question s'est constitué. Plus précisément, nous allons définir à quel moment la problématique de la détermination de ce médium est advenue, et de quelle manière les cercles spécialisés vont en revendiquer une certaine définition. Nous pourrons, ensuite, considérer à quel point ce nouvel objet s'émancipe des catégories traditionnelles. La deuxième partie se penche sur le sens qui est véhiculé par ce nouvel instrument. Après en avoir défini les mécanismes de signification, nous pourrons ouvrir notre réflexion au rapport qu'entretient, inversement, la photographie avec la société.

1. Une histoire de *représentation*

Tout au long du XIX^e siècle, la photographie s'est élaborée comme un objet technique : on raffine les méthodes de tirage, on allège les appareils et on réduit le temps de pose. Face à un objet nouveau, curieux et prometteur, les expérimentateurs sont de tous genres. Les scientifiques, notamment, exploitent d'emblée l'instantanéité de l'instrument. L'exemple le plus notable est la décomposition du mouvement d'Eadweard Muybridge, qui réussit à prouver par la photographie qu'un cheval au galop peut avoir les quatre pattes en l'air⁴³, théorie qui ne peut être prouvée par la simple observation. Les portraits se popularisent également et offrent la possibilité aux classes moins aisées d'obtenir une représentation pérenne d'eux-mêmes. Le faible coût et la durée expresse de cette technique de portrait bouleverse, dès les premières décennies, le rapport de l'ensemble de la société à l'image. La photographie se fait alors, par sa simplicité, un outil démocratique. Dès 1888, le premier Kodak affirme définitivement l'aspect populaire de l'appareil : il est peu coûteux, ne nécessite pas de réglages complexes et s'allège considérablement.

L'usage de ce nouvel appareil a donc troublé l'ordre social établi dès les premières décennies de sa pratique, en mettant à portée de tous un outil au grand potentiel d'exploitation. Il n'était dès lors plus réservé aux classes bourgeoises de s'accaparer l'image, aussi bien la leur que celle du monde. En d'autres termes, l'appareil photo se fait l'instrument de l'individualisme naissant : la maîtrise de la pérennité des choses s'offre à tout un chacun, qui peut désormais faire valoir son propre *point de vue*. Baudelaire écrivait en 1859, alors que le Salon des Beaux-Arts exposait pour la première fois des œuvres photographiques : « La société immonde se rua, comme un seul Narcisse, pour contempler sa triviale image sur le métal. [...] L'amour de l'obscénité, qui est aussi vivace au cœur naturel de l'homme que l'amour de soi-même, ne laisse pas échapper une si belle occasion de se satisfaire »⁴⁴. Cette réaction ulcérée du poète face aux premières manifestations de la démocratisation de l'image est loin d'être unique – une pétition contre la reconnaissance de ce médium comme un art a même été lancée en 1862 – et a été une problématique majeure, spécifiquement dans le domaine artistique. Très vite, en effet, on a considéré les Beaux-Arts comme le talent d'une élite, et la photographie comme une sorte de jouet populaire, bien loin du raffinement des arts picturaux. Ainsi, si ce nouvel outil trouve une fonction

⁴³ Cf. Annexes – Table des illustrations n° 2.2.1, p.38.

⁴⁴ Extrait de la Lettre au Directeur de la *Revue Française* de Charles Baudelaire à propos du Salon de 1859, cité par ROCHE, Denis, In *La Disparition des lucioles*, Paris, Seuil, Fiction & Cie, 2016, p.127.

dans différents domaines, c'est précisément sa place au sein du champ artistique qui est problématique, troublante. Baudelaire d'ajouter dans sa lettre : « Quelque écrivain démocrate a dû voir là le moyen, à bon marché, de répandre dans le peuple le goût de l'histoire et de la peinture, commettant ainsi un double sacrilège et insultant à la fois la divine peinture et l'art sublime du comédien ». Conséquemment à ce chambardement des catégories artistiques et, parallèlement, sociales, des théories et des partis pris commencent à naître autour de l'usage de la photographique.

Nous pouvons par conséquent isoler un premier phénomène culturel qui a été déterminant concernant notre rapport à la photographie. Malgré l'exploitation très diffuse de cet instrument, c'est à l'aune du champ artistique qu'il est devenu proprement problématique. Par leurs interrogations, les cercles de photographes ont dû développer des théories, et ont par conséquent dégagé une certaine définition de leur médium afin de lui accorder une place au sein des œuvres académiques.

La difficulté à placer la photographie dans le champ artistique semble certainement moins insurmontable de nos jours qu'à la fin du XIX^e siècle. Si elle a été résolue, nous souhaitons démontrer que c'est précisément parce qu'elle a joué un rôle historique dans la constitution de l'objet en question. La visée de cette partie est d'établir que c'est à partir de ces premières interrogations artistiques et des partis pris qui ont été conséquents que la photographie s'est construite comme un objet à part entière, bien au-delà de ses qualités concrètes d'instrument. Il est ainsi nécessaire de s'attarder sur les revendications des *pictorialistes* qui, à la fin du XIX^e puis au début du XX^e, vont souhaiter que leur pratique photographique soit élevée au rang des Beaux-Arts.

1.1. La lutte des pictorialistes : rendre à la photographie ce qui lui appartient

Le pictorialisme se manifeste au travers de l'histoire de la photographie davantage comme une tendance, une orientation, qu'un mouvement à part entière. Il s'ancre en effet dans des époques diverses et se concrétise par différents partis pris. Il se définit comme une réponse à la question « comment peut-elle être reconnue comme un art à part entière ? »⁴⁵,

⁴⁵ AMAR, Pierre-Jean, « L'ABCdaire de la photographie », Paris, Flammarion, 2015, p.89.

en partant essentiellement du principe que la photographie peut susciter des émotions. D'emblée, cette tendance s'inscrit donc dans la comparaison avec les arts picturaux, et vise à rehausser le statut social du médium en question.

Deux cercles pictorialistes en particulier ont fondé une théorie pour répondre à cet enjeu : les clubs d'amateurs français à la fin du XIX^e, et le groupe de la Photo-Sécession de New-York, entre le début du XX^e et la Première Guerre Mondiale. Les périodes et les positions géographiques et culturelles différentes de ces deux mouvements ont donné lieu à deux phénomènes notables de construction de codes photographiques, en vue d'émanciper ce médium. Il est donc intéressant pour notre étude de dégager les principes de ces théories de la photographie et de comprendre, par conséquent, comment s'est façonné un objet à part entière.

1.1.1. Les premiers cercles français : une erreur de catégorie

La première tendance naît d'un mouvement d'amateurs dans les clubs photographiques, à la fin du XIX^e siècle, comme le Photo-Club de Paris. Notamment dès la révolution de l'invention d'un appareil avec une meilleure maniabilité par Kodak en 1888, certains amateurs ont souhaité élever la pratique photographique au rang des Beaux-Arts. Ils souhaitaient, par-là, prétendre à une production bien plus noble que celle du tout-venant. Leurs tentatives se sont cependant soldées par un échec, notamment parce qu'ils ont fait de la coutume picturale un modèle à suivre. À contre-courant des avancées techniques qui ont, aux yeux de l'Histoire, eu raison de la spécificité photographique, ces pictorialistes ont renié la nouvelle précision des objectifs ainsi que la rapidité de la prise de vue. Ils ont créé un art du flou photographique et de la mise en scène, relevant d'une iconographie puisée dans l'histoire de l'art. Par exemple, Robert Demachy, grande figure des clubs de photographie, présente en 1903 son œuvre *Vitesse*⁴⁶. Alors que les appareils sont désormais capables d'une grande netteté, il choisit délibérément de produire une œuvre extrêmement grainée, à la manière des dessins au fusain sur papier grammé. Les contours sont estompés au maximum et les contrastes de lumières sont réduits à une expression très simple. Le paradoxe flagrant de cette image est qu'elle disjoint fondamentalement son sujet et sa nature d'une part, et le mode de figuration de l'autre. En effet, Demachy choisit de représenter les progrès mécaniques de l'automobile et, afin de rendre compte de cette modernité, utilise

⁴⁶ Cf. Annexes – Table des illustrations n° 2.2.2, p.39.

un instrument – technique lui aussi – seul capable de figer la rapidité de l'engin. Mais au lieu d'aboutir à une cohérence formelle en travaillant ces nouvelles capacités de vitesse et d'instantanéité dans son mode de représentation, il préfère nier la précision technique par un rendu flou. Cet exemple montre toute l'ampleur du problème à comparer la photographie aux arts picturaux : en faisant de la peinture et du dessin des modèles à suivre, le photographe est nécessairement amené à nier les qualités propres de son instrument.

Cette analyse est développée par Michel Poivert dans son article « La photographie française en 1900 : l'échec du "pictorialisme" »⁴⁷. Pour l'historien, le problème de ce mouvement est effectivement qu'il aboutit à la négation des spécificités propres au médium, et rate par-là la modernité – la nouveauté – dont la photographie se réclame : « Le pictorialisme, pensé comme une quête de l'Autrefois dans l'échec du Maintenant, forge l'admirable figure de "l'impuissance" et donc de l'échec face à l'Histoire, ici dédoublée dans la figure de la technique et de la nostalgie »⁴⁸. Les codes de signification propres à la peinture européenne échouent dans la photographie car ils sont inaptes à révéler l'ontologie – et parallèlement les caractéristiques – propre à celle-ci : elle est un objet technique qui n'a pas pour vocation élémentaire de recréer une forme par le *geste*, mais de la présenter par un procédé photosensible perfectible. Sa logique, comme l'Histoire va la dévoiler, est celle de l'amélioration technologique et de la rapidité de sa production (et de sa diffusion). Elle se présente ainsi comme un outil particulièrement bien en phase avec la modernité qui qualifie ces derniers siècles.

Par conséquent, ce premier mouvement forge, par son « impuissance » révélée, une double tendance qui va orienter la pratique de la photographie tout au long du XX^e siècle. D'une part il lance le défi pour ses praticiens de réaliser des œuvres à la mesure de la réputation des Beaux-Arts, et d'autre part confirme que leur instrument est résolument moderne. Ses caractéristiques techniques, si propres à la modernité sociale qui éclot à cette époque, s'imposent alors comme des principes intégrant de cette nouvelle discipline artistique.

Le deuxième souffle historique du pictorialisme, newyorkais, va intégrer ce constat et se réapproprier ainsi le défi de la valorisation de l'œuvre photographique.

⁴⁷ POIVERT, Michel, « La photographie française en 1900 : l'échec du "pictorialisme" », In *Vingtième Siècle*, revue d'histoire, n°72, octobre-décembre 2001, Image et histoire, p.17-26.

⁴⁸ *Ibid.* p.25.

1.1.2. Steichen, Stieglitz et les autres

Malgré cet « échec » constaté du pictorialisme, Michel Poivert annonce :

Le pictorialisme français apparaît en effet dans les histoires générales de la photographie comme moment méritoire, mais aucunement en rapport avec ce que les Américains – regroupés en ce début de siècle autour de la figure d'Alfred Stieglitz, véritable “passeur” de l'art moderne européen aux États-Unis grâce à sa célèbre galerie new-yorkaise “291” – sont parvenus à faire : convertir une pratique de l'élite des amateurs en une véritable avant-garde.⁴⁹

Ce qui se joue à New-York lors des deux premières décennies du XX^e siècle est d'une toute autre importance historique que celle des amateurs. Fasciné par les capacités techniques de l'appareil photo, Edward Steichen, notamment, va essayer lui aussi de réintroduire le *geste* de l'artiste, à l'instar de Robert Demachy et des pictorialistes français, mais en l'adaptant aux nouvelles propriétés : la prise de vue autant que le tirage.

La carrière photographique de Steichen est riche de multiples recherches, au point qu'il n'y a presque aucun genre qu'il n'ait exploré. Ses premières expériences sont d'emblée tournées vers la lumière. Il la considère comme le principe de l'engagement émotionnel d'un spectateur envers les images, rappelant ainsi le parti pris de ses homologues français. Ses expérimentations et son *editing* sérieux lui font également admettre la part de hasard – voire d'accident – qui particularisent le médium. Il développe par là un style bien plus riche que les cercles des photo-clubs, cantonnés à des mises en scènes millimétrées. Son engagement pictorialiste se manifeste cependant dans l'idée que la photographie peut être davantage qu'une illustration ou un outil scientifique : sa visée réside dans l'émotion qu'elle peut susciter chez les spectateurs, quitte à nier parfois la netteté de la technologie, sans en faire toutefois un principe intransigeant. Afin de parvenir à ce but, Steichen se fait spécialiste de nombre de techniques, se donnant ainsi la possibilité de travailler son tirage en cohérence avec la forme : les tirages platines⁵⁰ et charbon⁵¹ ou encore la gomme bichromatée⁵² – méthode de tirage déjà très en vogue parmi les premiers cercles d'amateurs, et qui a été notamment utilisée pour *Vitesse* de Robert Demachy.

⁴⁹ *Ibid.* p.20.

⁵⁰ Cf. Annexes – Glossaire n° 1.5, p.50.

⁵¹ Cf. Annexes – Glossaire n° 1.6, p.51.

⁵² Cf. Annexes – Glossaire n° 1.7, p.51.

Nous pouvons citer deux exemples d'œuvres qui traduisent ce nouveau point de vue. Premièrement, *The White Lady*⁵³, en 1906, exprime tout à fait le nouvel objet de la photographie : la lumière. Toute la construction de l'image est basée sur le contraste entre lumière et ombre qui particularise la bichromie. Par l'épuration et la profondeur du noir sur les tranches latérales, l'œil est aussitôt attiré par la blancheur de la robe de la jeune femme, redoublée par l'éclat du mur juste derrière elle. Cette manière d'attirer l'œil par des contrastes forts et tranchés est tout à fait originale et ne pourrait trouver d'équivalent en peinture ou en dessin. En d'autres termes, il n'est plus uniquement question de rendre la matière par des nuances de gris.

Une autre œuvre de Steichen montre d'une part sa curiosité insatiable pour l'art, mais aussi la manière dont il peut envisager les capacités de son médium de prédilection : le très célèbre *Rodin-Le penseur*⁵⁴, de 1902. Cette surprenant image est un montage ingénieux : d'une part une impression sur la pellicule d'une silhouette lumineuse aux contours flous, et d'autre part, en surimpression, les silhouettes très noires de Rodin face à son penseur. Tout comme *The White Lady*, Steichen exprime dans un premier temps le jeu sur l'ombre et la lumière qu'il extrapole en obscurcissant les personnages du premier plan, à contre-courant des codes picturaux. La lumière vient toujours soutenir les silhouettes sombres pour leur donner de la matière (le visage de Rodin reconnaissable au-devant de la silhouette blanche, par exemple), et inversement. Steichen a utilisé une gomme bichromatée pour renforcer l'onirisme de l'apparition au dernier plan, accentuant précisément le flou qui semble dessiné, à l'instar de Demachy. Autour de cette image se croisent à la fois la photographie (et singulièrement par le portrait du sculpteur), la sculpture et les arts visuels. Néanmoins la première prédomine symboliquement en ce qu'elle capte à la fois l'homme, sa création et la sensibilité (l'onirisme, l'imagination) qui sont les piliers de l'art. Si cette œuvre ne diffère pas fondamentalement de celle de Robert Demachy dans son rapport entêté aux techniques picturales, elle ne prend pas ces dernières comme modèles, mais cherche à les dépasser sans nier leur héritage.

Ce genre d'expérimentations artistiques trouve son point d'orgue au début du XX^e siècle, lorsque Steichen s'établit entre New-York et Paris. En Europe, il est introduit dans les cercles artistiques impressionnistes et modernes. Il rencontre Brancusi, Cézanne, Rodin, Matisse, Picasso et bien d'autres. Avec eux, il échange sur l'avenir de l'art et puise des idées

⁵³ Cf. Annexes – Table des illustrations n° 2.2.3, p.40.

⁵⁴ Cf. Annexes – Table des illustrations n° 2.2.4, p.41.

novatrices, réfléchit sur le médium photographique en marge de la production moderne picturale et sculpturale. À New-York, il devient très proche d'Alfred Stieglitz et fonde avec lui la galerie 291 et la revue *Camera Work*. Tous deux deviennent les pontes d'un nouvel art, résolument tourné vers la lumière, la modernité et l'émotion : il le nomme *Photo-Sécession*. Le défi de donner ses lettres de noblesse à la photographie, fantasme européen depuis quelques décennies, est enfin emporté par ces pionniers. Ils ont notamment l'idée d'importer à New-York des œuvres d'art modernes et de les exposer à la galerie 291 aux côtés de leurs productions photographiques.

Ainsi, Steichen replace la photographie dans un contexte artistique, celui de l'avant-garde, mais refuse d'en faire un sous-produit pictural. Il est convaincu, au contraire de l'académisme français, que sa pratique est légitime dans l'horizon artistique moderne. De plus, s'il conserve un style de production très proche des pictorialistes (la gomme bichromatée, la surimpression, etc.), il exploite les spécificités modernes de son médium dans son travail formel, jouant avec la lumière, les accidents de la prise de vue et les techniques de tirage. Il propose également, de plus en plus, une photographie instantanée qui se détache de la mise en scène et des codes picturaux qui fabriquent leur cohérence. Enfin, au-delà du geste, les membres de la Photo-Sécession introduisent pour la première fois *l'œil* comme principe fondamental de leur production.

1.1.3. Place à la modernité

Ce détour historique par les premières revendications de la photographie nous a montré deux choses importantes qui seront fondamentales pour son évolution culturelle. Bien qu'il ait été facile de le confondre avec les arts picturaux, le médium en question ne supporte pas cet amalgame : une telle réaction, dont les amateurs français de la fin du XIX^e se sont fait les porte-paroles, réduit leur pratique et nie ce qui fait sa particularité : une technologie et un objectif qui capture une réalité instantanée. Quant à ce dernier point, il serait intéressant de revenir sur les constats du premier chapitre concernant l'instantané de la photographie. En cette fin de siècle, les scientifiques s'en sont emparés pour des raisons scientifiques, confirmant ainsi que l'instant est un nouveau regard sur les choses, dépassant de loin nos propres capacités visuelles. Mais d'autre part, les cercles amateurs n'ont vu dans celui-ci que l'occasion de la pose picturale, la possibilité de créer une mise en scène. Ce n'est que quelques décennies plus tard que l'on réintégrera véritablement les spécificités de la

photographie comme art technique, moderne et véloce, notamment au travers du point de vue de la Photo-Sécession.

Grâce à ce nouveau parti pris, le médium a ainsi trouvé une voie propre au sein du champ artistique, sans pour autant renier son héritage. À l'aune de ce constat, nous pouvons poursuivre notre examen en comparant la photographie et la peinture, lieu résolu de sa première émergence en tant qu'objet singulier.

1.2. En marge des arts picturaux

Les erreurs des premiers pictorialistes ont démontré que la photographie devait trouver son émancipation par rapport aux arts picturaux. Cette autonomie part cependant d'une association qui paraît, pour ces premiers théoriciens, une évidence : tout comme la peinture ou le dessin, elle est une *représentation*. Alors que, du côté des usages scientifiques par exemple, elle reste un outil d'enregistrement dont la capacité visuelle a comme fonction l'étude approfondie de la réalité. En d'autres termes, son statut représentatif est un présupposé des cercles esthétisants qui va, à l'insu d'autres considérations, particulièrement s'imposer dans les us sociaux du médium.

Partant ainsi de la base commune de la représentation, il convient désormais de comprendre comment la photographie s'est construite culturellement *comme un art à part entière*.

1.2.1. De la reproduction à la représentation

La désignation d'un objet comme une représentation consiste à ne pas reconnaître comme similaire la forme du référent initial et celle de la copie, alors même que cette analogie est la définition d'une reproduction. Autrement dit, le processus agit sur la copie de sorte à en modifier la forme. Par exemple, un peintre qui souhaiterait représenter un objet va influencer la forme, non seulement par son geste, mais également par les choix qu'il doit nécessairement faire (celui du sujet en premier, puis de l'organisation spatiale des éléments, la couleur, la lumière, etc.). Cette dite influence va produire un sens inhérent à la forme qui va la distinguer de son référent réel. Ce processus qui modifie le sens de la forme est essentiel à l'histoire de la peinture, et se retrouve même dans les productions les plus réalistes. Si nous reprenons la *Nature morte* de Willem Claesz-Heda, tous les commentaires

des historiens s'accorderont sur un sens de la représentation qui n'est pas celui de l'objet initial. En effet, dans le contexte commercial du XVII^e siècle hollandais, ce phénomène pictural des natures mortes en général tend à une double signification. Il s'inscrit dans un premier temps dans l'héritage des *vanités*⁵⁵, qui cherchent à dépeindre des objets matériels susceptibles de créer l'envie pour mettre en garde le spectateur à l'encontre des plaisirs terrestres, corruptibles. Mais ce sens moral est assurément détourné par le nouveau style des peintures hollandaises qui veulent, sous ce prétexte, montrer l'abondance dont la région bénéficie à l'époque. Le choix des produits – les huîtres, les citrons, les verres de cristal, etc. – expose à l'observateur tout le luxe et le raffinement apporté par un commerce fleurissant. Ainsi, le processus même de la représentation visuelle impose un sens à la forme de la peinture, transcendant celle du sujet en lui-même.

Mais s'il est aisé de comprendre cette transcendance du sens au travers de l'art pictural, le processus photographique quant à lui résiste à l'évidence de la représentation. Tout d'abord, le *geste* créatif, que nous avons plusieurs fois souligné dans nos exemples, est absent. Le photographe en effet ne reconstruit pas la forme de l'objet, et n'a pour ainsi dire aucune influence sur la matière dans le procédé de reproduction. Parallèlement, il n'est pas tenu de prendre les décisions essentielles de l'artiste (couleur, lumière, cadrage, par exemple), voire même, celles-ci peuvent ne pas relever de son choix (comme la disposition des éléments dans l'espace). Il doit composer avec une forme réelle spatiale qui le contraint dans son potentiel de créativité bien davantage que celui qui recrée lui-même la matière. La représentation photographique ne peut donc résulter d'un processus de recreation, et à ce titre est considérablement limitée dans la construction d'un sens transcendant l'objet initial.

Eugène Durieu plaidait ainsi en faveur de la photographie, en pleine querelle artistique : « Sans doute l'objectif ne peut rendre que ce qu'il voit ; mais il appartient au photographe de lui faire voir ce qu'il veut ; il peut choisir ses points de vue, les limiter, pour leur donner l'intérêt d'une composition, distribuer la lumière de façon à produire des effets voulus... C'est là ce qui constitue l'art en photographie »⁵⁶. Malgré cette résistance, une certaine orientation du regard déterminé par un passé pictural fort impose au spectateur de considérer comme essentielle l'intervention minimale du photographe dans son procédé de copie. D'une part, la proximité avec la vision impose cette orientation, et d'autre part ce besoin humain à la base du processus ont définitivement scellé cette considération actuelle. En effet, au contraire par exemple d'un scanner ou d'une photocopieuse, certaines

⁵⁵ Cf. Annexes – Glossaire n° 1.8, p.51.

⁵⁶ Propos cités dans *La petite encyclopédie de la photographie*, Paris, La Martinière, 2006, p.29.

particularités de l'appareil photographique ont conforté l'importance accordée à l'homme : le besoin de maîtrise technique par exemple – notamment concernant les premiers instruments – mais aussi sa transportabilité, qui laisse un choix de plus en plus large de sujets et multiplie les points de vue, etc.

À nouveau, les qualités matérielles de la photographie imposent à la fois la possibilité de la rapprocher d'une coutume de représentation préexistante, mais également une résistance quant à ce traitement, et même une particularité de processus qui requière une conception nouvelle de la « représentation ».

1.2.2. Analyse comparative

La brève analyse des deux photographies d'Edward Steichen a permis de mieux cerner comment s'est construit, au début du siècle, un médium à part entière, distinct alors des œuvres picturales, mais non sans prétendre à autant de finesse. L'*œil* est établi comme le fondement de la représentation visuelle photographique, à la place du *geste* du peintre, et à partir de ce principe se décline un travail entre le fond et la forme, en accord avec des spécificités techniques. Cependant, afin de creuser davantage la différence d'orientation entre peinture – essentiellement – et photographie, il est intéressant de procéder à une analyse comparative entre deux types d'œuvres contemporaines qui prennent le même sujet.

Dans les années 20, après les premiers retentissements de la Photo-Sécession, se constituent divers groupes qui vont revendiquer leur propre vision du médium. Au-delà de la tendance pictorialiste, la *photographie pure*, par exemple, s'impose, c'est-à-dire un procédé purement photographique qui refuse toute retouche ou effet artistique. La technique reprend une place de premier plan, et avec elle la netteté de l'objectif. Cette tendance dite « nettiste » reste, comme le pictorialisme, un des axes généraux qui seront plus ou moins accentués à certaines périodes, dans différents cercles. Néanmoins, les artifices gestuels tels que l'usage de la gomme bichromatée, encore trop proche de la recreation, du dessin, vont être abandonnés progressivement. Les relations entre art moderne et photographie vont également se resserrer, et former des foyers artistiques communs, aussi bien aux États-Unis, qu'en Europe ou en Russie. L'avènement du communisme, de ses principes politiques autant qu'esthétiques, joue un rôle important dans la constitution et les revendications de ces groupes, renforçant encore une fois le lien entre la photographie et l'événement social.

Aussi n'est-il pas difficile de trouver des accointances dans les productions de l'époque. Les œuvres que nous allons comparer émergent du groupe F/64. Le nom de ce groupe fait référence à la focale 64, la plus réduite, qui permet d'avoir une profondeur de champ impressionnante, soit une netteté parfaite du premier à l'arrière-plan. Résolument inscrit dans la tendance nettiste, ce groupe souhaite exprimer toute la technique de la photographie pure, quitte à abandonner la recherche de sujets originaux. Ils privilégient en effet davantage les objets du quotidien, et se plaisent particulièrement à expérimenter des clichés de fleurs et de végétaux. Autour de ce groupe se tient une figure majeure de l'art moderne américain : Georgia O'Keeffe, dont l'époux n'est autre qu'Alfred Stieglitz. Proche du milieu de la photographie et de ses revendications de l'entre-deux-guerres, la peintre va également produire des séries d'œuvres de fleurs, de paysages, d'objets, à l'instar de ses homologues photographes. Nous pouvons ainsi mettre en relation deux œuvres très semblables : *Two Calla Lilies Together*⁵⁷ de Georgia O'Keeffe (1923) et *Two Callas*⁵⁸ d'Imogen Cunningham (1929).

Ces deux œuvres ont une démarche semblable : il s'agit de deux représentations visuelles d'un même sujet, deux lys. Toutes deux cherchent également une épuration du motif, afin de concentrer le regard sur l'aspect des fleurs. Toutefois, une différence fondamentale se joue dans cette concentration du regard. Il apparaît en effet immédiatement que la peinture, au travers du sujet, se met elle-même en scène et tend à faire voir essentiellement la sensibilité de la *touche*⁵⁹ de Georgia O'Keeffe. En soi, les fleurs sont réduites à leur aspect le plus banal pour que le spectateur puisse se concentrer sur le geste qui parvient à rendre la beauté des formes et de la couleur de ces fleurs, bien plus que ces fleurs en elles-mêmes.

Pour autant, on pourrait conclure que la photographie, quant à elle, vise uniquement à montrer le sujet, la réduisant à ses premières déterminations instrumentales. Mais ce jugement ne serait valable que si, face à la peinture, nous confrontions une image que O'Keeffe aurait prise pour effectuer sa peinture. La photographie serait alors purement fonctionnelle, et non une œuvre achevée, à part entière. Mais celle que nous souhaitons confronter à *Two Calla Lilies Together* revendique précisément un aboutissement de la pratique. Par un examen attentif, il apparaît alors qu'elle aussi prend le sujet comme prétexte

⁵⁷ Cf. Annexes – Table des illustrations n° 2.2.5, p.42.

⁵⁸ Cf. Annexes – Table des illustrations n° 2.2.6, p.43.

⁵⁹ Cf. Annexes – Glossaire n° 1.9, p.51.

pour révéler les capacités non seulement de l'appareil, mais la sensibilité de la vision d'Imogen Cunningham en tant qu'artiste.

On perçoit en premier lieu une netteté surprenante de l'image révélant les moindres détails subtils de la fleur. Alors que les lys de O'Keeffe sont peints de profil, Imogen Cunningham se place en plongée, de sorte à montrer les pistils de la fleur et son étonnante forme spirالية. Cette forme devient d'ailleurs un motif récurrent, repris par les contours des pétales et des feuilles visibles sur la partie supérieure. En d'autres termes, Cunningham construit son image, notamment par une réflexion autour des formes et des motifs. La lumière est également l'objet d'une décision précise de la part de la photographe : par son contraste extrêmement marqué entre les noirs et les blancs, elle permet de mettre en avant l'éclat particulier du lys, non sans souligner tous les détails de la matière (les rainures des pétales et des feuilles, le grain du pistil, etc.).

Two Callas se donne l'allure d'un simple cliché de fleur, et pourtant un examen attentif révèle une réflexion et un travail de mise en scène minutieux de la part de Cunningham. En d'autres termes, au contraire des œuvres pictorialistes, elle cache volontairement les artifices pour parvenir à une impression d'évidence, de naturel. Cette photographie ne se donne pas comme un simple enregistrement fonctionnel, mais comme une œuvre à part entière qui joue de cette apparence. Au-delà de son sujet, la photographe met en avant cet aspect qui singularise son œuvre, ainsi que sa capacité technique à souligner parfaitement les formes de la nature, au-delà de la réelle expérience visuelle.

Ainsi, Georgia O'Keeffe parvient à transmettre sa propre sensibilité au spectateur grâce à sa *touche* qui sublime un objet du quotidien déjà très apprécié esthétiquement. L'ensemble de son œuvre tend à se dévoiler en arrière du sujet, en tant que geste, en tant que décision et en tant que sensibilité. Cette démarche est particulière à l'art moderne, notamment depuis les impressionnistes. Parallèlement, Imogen Cunningham adopte la même intention esthétique. Elle se révèle en tant que décision (du sujet, de sa disposition, de la lumière, ...), en tant que sensibilité et en tant qu'*œil*. Au-delà de la vision d'une fleur que chacun peut expérimenter, voire photographier, elle révèle un point de vue singulier capable de repérer les infinies délicatesses des objets, mais surtout de les mettre en avant.

En ce début des années 20, l'art moderne étant installé et fleurissant, la photographie reconnue par les efforts notables de Stieglitz et Steichen, on remarque que ces deux disciplines se construisent parallèlement. On ne confond cependant pas ces deux arts qui sont celui du *geste* et celui de *l'œil*, et dont les modes de figuration sont distincts, respectivement la *touche* et la *technique*. Au-delà de ces particularités, ils se rejoignent en tant

que *représentation*, c'est-à-dire la mise en avant du travail formel davantage que du sujet en lui-même. C'est à travers cette voie que la photographie commence à se développer comme un objet visuel autonome qui réfléchit ses propres limites, ses propres déterminations.

1.2.3. La voie de l'émancipation

Cette analyse confirme ainsi la tendance que nous avons effleurée en évoquant la période pictorialiste d'Edward Steichen. Quel que soit le parti pris photographique, entre œuvre d'art sentimentale et technique pure, l'intention qui se construit est bien de parvenir à une représentation iconique dont l'intérêt et l'interprétation s'inscrivent dans un héritage, bien loin de l'outil de reproduction. Cependant le processus, s'il a été assez peu clair aux débuts de la pratique photographique, a trouvé son propre mode. Il se focalise bien moins sur le geste de l'artiste qui recrée que sur l'œil qui identifie les figures réelles afin de les ancrer dans un cadre transcendant. Ce saut s'acquiert au travers des principes de la vision, en tant que la photographie cherche à dépasser le phénomène réel. Prenant comme base les figures perçues par l'œil, cette image cherche à mettre en œuvre l'expérience de la vision pour l'amener à une autre, que la sensibilité soit exacerbée (une lumière particulièrement bien choisie, adaptée au sujet, des superpositions, des expérimentations, etc.), ou encore qu'elle soit amenée au-delà de ses capacités (netteté des premiers et derniers plans, précisions des détails, etc.). Dans tous les cas, la représentation est acquise grâce à une exacerbation, voire une sublimation, du regard.

Ce constat entre parfaitement en résonnance avec les conclusions du premier chapitre, et particulièrement concernant deux points que nous avons évoqués. Premièrement, l'instantanéité du cliché photographique offre une expérience de la vision qui, jamais, n'est réellement vécue. Cette originalité lui offre la capacité de jouer sur le dépassement des habitudes de la visions, tout en restant très proche de cette réalité. Parallèlement, le deuxième point est le jeu entre expérience réelle et transcendance, qui apporte au médium toute sa subtilité et son champ de pratique, bien au-delà du simple sujet qu'elle peut capturer. Alors qu'elle se veut fonctionnelle dans la reproduction du regard, elle trouve un achèvement propre dans le dévoilement de sa nature. La photographie se veut proche de la réalité, s'efforce de s'en donner l'apparence, pour rendre son message représentatif plus subtil et plus esthétique.

Par conséquent, nous pouvons désormais affirmer que, partant des capacités inhérentes à ce médium, notre pratique culturelle de ce dernier se fonde sur une

représentation de la vision, qui instaure un jeu singulier entre l'expérience réelle et la perfectibilité de ce dernier.

2. La construction du jeu photographique

L'avènement de la photographie au XIX^e siècle a été, comme nous l'avons souligné, l'objet de bouleversements sociaux en ce qu'il présageait de la possibilité pour tout un chacun, classes confondues, de maîtriser sa propre image. Si ce sujet mérite une étude à part entière, nous pouvons néanmoins nous limiter à remarquer que ce phénomène s'est considérablement développé au XX^e et XXI^e siècle et que ce nouvel art en a été l'outil principal. Par sa qualité de représentation, elle a permis à chacun de formuler soi-même son expression à la communauté. Elle est par conséquent devenu un *média* de première importance, un canal de communication culturelle aussi bien pour les particuliers que pour les instances sociales. En d'autres termes, la photographie se présente actuellement comme une sorte de langage, dont les codes sont admis par tous et immédiatement compréhensibles.

Dès lors que nous avons pu démontrer comment la photographie a dépassé son statut de reproduction pour être capable de formuler son propre sens, nous pouvons étudier comment ces codes signifiants se sont mis en place à partir des théories esthétiques et sont aujourd'hui la base de notre interprétation. En d'autres termes, nous allons désormais considérer *comment, à partir d'un tournant esthétisant, la photographie est devenue vectrice de sens*. Cette partie va déterminer les mécanismes de son jeu afin de dégager la manière dont elle se rend signifiante, puis confronter ces dernières conclusions aux différents types d'images, au-delà de la pratique artistique, afin d'en raffiner l'expression.

2.1. Cerner les mécanismes du jeu

Nous avons retenu des analyses précédentes qu'à l'aune de l'art moderne, la photographie a fait sienne la subtilité du rapport entre réel et représentation, qu'elle assume désormais mieux que n'importe quel autre médium. De l'avis de la plupart des historiens,

sa création a spécifiquement concouru au changement de paradigme artistique à la fin du XIX^e siècle. Daniel Arasse, par exemple, soutient que :

Ce qui caractérise la peinture européenne du début du XIV^e siècle à la fin du XIX^e siècle, c'est qu'elle se fait sous le principe de l'imitation de la nature. Certains peintres à certains moments pensent même que les images qu'ils représentent sont vraies : il y a une vérité de la représentation. C'est en tout cas ce que prétend chercher et exiger du peintre le Florentin Leon Battista Alberti dans son texte de 1435, *De la peinture*, où il fonde la théorie de la peinture classique, et j'entends par là la peinture d'imitation, qui va depuis le texte d'Alberti jusqu'à l'impressionnisme – car l'impressionnisme continue à faire de la perspective [...]. La mise en forme du monde, la structure d'organisation de la représentation ne change pas fondamentalement depuis Masaccio, début du XV^e siècle à Florence, jusqu'à Monet : la perspective est toujours là, et l'appareil photographique prend ensuite le relais, dans la mesure où il ne fait que singer le principe de la perspective : il y a un œil unique et toutes les lignes convergent vers le point qui est la projection de l'œil sur la surface de représentation.⁶⁰

En d'autres termes, la photographie ne prolonge pas tout à fait un art de la mimétique, mais elle met fin à celui-ci en achevant définitivement la réflexion quant à la perspective, qui ne peut désormais plus être construite. L'art moderne prend alors le contrepied de son rapport au réel, et la photographie envahit ce champ en y apposant ses propres particularités. Il est d'ailleurs intéressant de remarquer que, inversement, l'art moderne va s'inspirer de la fonction photographique, mais en reprenant en particulier les clichés scientifiques (la décomposition du mouvement de Muybridge, par exemple, ou encore sa recomposition par Étienne Jules Marey).

Les nouvelles singularités de cette période s'expriment notamment dans une représentation qui n'est plus recrée, mais dans un *point de vue* sur les figures réelles. Ainsi, tout au long du XX^e siècle, la photographie se définit selon cette apparence « vraie » et joue de cette capacité à traduire avec la plus grande précision les aspects du monde. Elle se donne *comme si* elle était une réelle expérience. Pour autant, la subtilité de ce *comme si* se manifeste par différentes interventions du photographe dans sa construction de l'image, lui donnant un aspect réfléchi et un sens codifié : il peut jouer sur la lumière, la netteté, la mise en situation des éléments, le cadrage, etc. En deuxième lieu, l'œuvre se donne d'emblée comme un objet intellectualisé de la réalité, en ce qu'elle est instantanée et, donc, par nature,

⁶⁰ ARASSE, Daniel, « La peinture comme pensée non-verbale », In *Histoire de peinture*, Paris, Gallimard, 2006, p.46.

distincte d'une expérience réelle. Grâce à ces deux mécanismes, le photographe peut donc livrer un dépassement de la simple vision, ancrée dans le temps.

Si nous reprenons l'étymologie grecque du terme *icône*, nous pouvons mieux comprendre comment le saut herméneutique peut avoir lieu, en dépit du statut reproductif de la photographie. L'icône se définit progressivement dans les textes de la Grèce antique, aussi bien philosophiques (Platon, Plotin) que littéraires (Homère), comme une représentation double : « L'*eikon* peut représenter le visible aussi bien que l'invisible, la blancheur aussi bien que le courage, à la différence de l'*eidolon* [idole], toujours unidimensionnelle et toujours condamnée à rester sur le même plan que l'apparence sensible dont elle est le fac-similé »⁶¹. Une image dite iconique contient par conséquent en elle la capacité de transmettre symboliquement des idées et des concepts au-delà de la simple apparence de son référent. Elle est à la fois une copie fidèle, une *mimesis*, et à la fois un outil pour transmettre des notions plus générales, plus idéelles.

Dans le prolongement de cette analyse des capacités transcendantales de la photographie, il est intéressant d'appliquer également les catégories sémiologiques que Roland Barthes est parvenu à appliquer à la lecture d'une image : l'*indice*, l'*icône* et le *symbole*. Dans le cas de la photographie, l'indice est son statut d'empreinte, son apparition la plus simple et la plus concrète. L'icône est son statut représentatif, en ce qu'elle place son contenu au travers d'un cadre potentiellement transcendant, charnière entre l'indice et le symbole. Enfin, ledit symbole est le message du photographe, déterminé en amont, qu'il suggère par des connotations. Ces clefs de lectures permettent de comprendre plus précisément que l'image présente au moins deux dimensions de signification. Elle peut être iconique ou symbolique. Autrement dit, elle peut faire passer son message au-travers de la cohérence entre la forme et le fond de sa production, ou par l'usage de codes mobilisés *a priori* et qui vont la structurer. Il n'est certainement pas aussi simple de distinguer ces deux modes de signification, toutefois il est nécessaire de comprendre que le sens se construit par une dynamique. Par la cohérence entre l'icône et le symbole déterminé en amont, elle met en place sa propre transcendance.

Pour illustrer ce propos, nous avons choisi une photographie de Paolo Verzone, reconnu de nos jours pour son talent à mobiliser la lumière au travers de ses portraits. Entre 2009 et 2013, le photographe s'introduit dans des académies militaires à travers le monde

⁶¹ SAÏD, Susanne, *Deux noms de l'image en grec ancien : idole et icône*, Comptes rendus des séances de l'Académie des Inscriptions et Belles-Lettres, 1987, n°131-2, p.322.

et constitue une de ses œuvres les plus connues, la série *Cadets*. Une de ses photographies reflète particulièrement son style : il s'agit d'un soldat hollandais dans un bunker, appuyé contre une table⁶². Nous pouvons identifier le message symbolique qui oriente le choix de son sujet et sa disposition : il s'agit pour Paolo Verzzone de montrer la tenue et la détermination des jeunes recrues du monde entier, sujet spécialement intéressant pour ses talents de portraitiste. Cette volonté se manifeste dans le décor de la prise de vue, c'est-à-dire des murs bruts et froids, ainsi qu'une lumière éblouissante typique des caves. Le jeune homme est appuyé sur la table, le regard franc, afin de signifier la fonction recherchée. Contrastant avec les murs de pierre et la table poussiéreuse, son costume est impeccable. D'emblée, des éléments représentatifs sont mêlés au message *a priori*, symbolique. Ce qui, pourtant, frappe aussitôt le spectateur est l'utilisation de la lumière qui, si elle semble naturellement exagérée dans ce contexte souterrain, est néanmoins surnaturelle. Sans aucun doute, par cette *étrangeté*, l'observateur peut deviner que cette image a été construite, réfléchie, et n'est pas le fruit d'une saisie sur le vif. Et en effet, un examen attentif de la lumière révèle au moins une autre source que le néon au-dessus du soldat : une lumière légèrement bleutée vient éclairer subtilement ses pommettes et son buste, projetant un halo curieux sur la façade. Alors que Verzzone aurait pu effacer ce reflet en post production, il l'a laissé comme la trace étrange de son travail de la lumière, de son intervention sur la photographie.

Ainsi, de même que la peinture a développé une représentation iconique par le processus de recréation des formes, la peinture trouve son autonomie dans sa formulation particulière. La manière dont elle se rend étrangère à l'expérience réelle est le canal signifiant, par-delà le contenu enregistré, par-delà l'indice. Ce constat peut s'avérer spécialement intéressant concernant la photographie informative, à l'encontre de sa revendication objective.

2.2. Par-delà la vérité

Alors que nous avons surtout évoqué la photographie artistique, il n'a été que peu question de la visée documentaire ou photo-journalistique pour qui, assurément, le sujet est de première importance. Cependant, si cette pratique plus fonctionnelle de la photographie

⁶² Cf. Annexes – Tables des illustrations n°2.2.7, p.44.

présente un intérêt qui ne remet pas en cause son autonomisation, nous pouvons constater que la fonction documentaire ou journalistique mobilise également des codes de signification qui dépassent le simple contenu et prétendent au statut de représentation. En effet, le photojournaliste, par exemple, ne reproduit pas sa vision d'un événement, mais cherche à en formuler un aspect singulier. D'une part, il y a toujours un *editing* qui est réalisé en aval des prises de vues, fait par le photographe lui-même, par l'agence ou encore par le journal qui a commandé ces clichés. Ce choix consiste à trouver l'image la plus significative et la plus percutante quant au sujet. D'autre part, lors de la prise de vue, le photographe va également mettre en œuvre des codes de signification lorsqu'il sélectionne des scènes : il va faire attention à la lumière, au cadre, aux protagonistes, aux actions décisives ou symboliques, etc.

Par exemple, le 1er octobre 2017, une fusillade a eu lieu à Las Vegas visant un concert de *country*. La plupart des images qui ont été relayées dans les journaux pour illustrer l'événement sont celles de David Becker, photographe qui couvrait le festival. L'une d'entre elles⁶³, en particulier, a été utilisée à de nombreuses reprises dans les magazines d'information et sur Internet. On y voit trois jeunes gens qui courent sur un parterre de débris pour se mettre à l'abri. De manière assez claire, on peut comprendre pourquoi cette image a été choisie : on y voit un symbole de solidarité dans le fait que deux de ces trois personnes se tiennent la main pour s'enfuir, solidarité qui tranche de manière très nette avec l'acte de tuerie auquel elles échappent. Qui plus est, on voit en arrière-plan des corps couchés et d'autres personnes essayer de leur porter secours. La situation est très forte en ce qu'on voit avant toute chose la détresse et le soutien des festivaliers, bien avant l'horreur de la situation qui n'est que suggérée. D'autres photographies de David Becker sont plus sanglantes, plus marquantes concernant l'horreur de l'événement, ce qui implique qu'il y a eu un choix de message, une intention précise au travers de l'illustration de cet événement.

Il en va de même pour les images que l'Histoire a retenues comme des icônes. Par exemple, le 2 mai 1945, les soviétiques diffusent dans le monde entier une photographie que personne n'oubliera : *Le drapeau rouge sur le Reichstag*⁶⁴ par Evgueni Khaldei. On voit sur ce cliché un soldat soviétique agiter son drapeau sur le Reichstag de Berlin, laissant apercevoir à l'arrière-plan une ville détruite et militarisée. Cette image est très forte, non seulement pour la dimension symbolique du drapeau soviétique hissé au-dessus de la ville, mais également pour la construction formelle très impactante de ce cliché. Concernant le

⁶³ Cf. Annexes – Table des illustrations n° 2.2.8, p.45.

⁶⁴ Cf. Annexes – Table des illustrations n° 2.2.9, p.46.

premier sens, de type symbolique, il a été démontré désormais qu'Evgueni Khaldei a lui-même, pendant la nuit, fabriqué un drapeau de l'URSS, et a demandé au matin à un soldat de grimper sur le Reichstag, alors que les soldats ennemis continuent de tirer et que le combat n'est pas encore achevé. Cette photographie fait partie intégrante de la propagande soviétique qui crée des images, plus ou moins en décalage avec la réalité à traduire. Cependant, si son message symbolique est déterminé en amont, sa construction formelle par le photographe, le message iconique, n'en est pas moins percutant et soutient le symbole. On aperçoit en effet un jeu plutôt subtil de contraste, amenant l'œil à voir immédiatement le marteau et la faucille du drapeau. Qui plus est, la position du soldat laisse à penser qu'il agite son étendard comme un signe de paix, au-dessus des ruines de Berlin. Enfin, il se confond avec les statues du Reichstag, dressées comme des défenseurs de la ville.

2.3. L'instant d'une expression

Si ce jeu est particulièrement visible dans des photographies artistiques, il est également mis en œuvre dans les images à tendance plus documentaire, c'est-à-dire dont le rapport à la réalité est très ténu. Le ressort de cette étrangeté est l'instantané qui, s'il est considérablement remis en question de nos jours, a été un parti pris depuis le tournant puriste. Henri Cartier-Bresson en a fait sa propre touche, lançant ainsi le mouvement d'après-guerre, mais Alfred Stieglitz et Paul Strand en faisaient déjà une particularité photographique à la fin des années 10 aux États-Unis. La notion d'instantané naît évidemment de la technologie des appareils qui limitent le temps de pose et permettent réellement aux photographes de se réclamer de l'œil. En effet, s'il n'est plus besoin de mettre en scène des objets, les praticiens peuvent clamer leur autonomie et un réel exercice de représentation. Ils parcourent les rues et, parmi l'infinité de visions qu'ils peuvent figer, montrent leur talent dans leur perspicacité à choisir la bonne, à choisir celle qui aura le plus de sens. Pourtant, comme nous l'avons souligné précédemment, le sens n'est pas inhérent aux sujets, mais se construit par-delà l'image, comme un système de cohérence dont le sujet n'est que le vecteur. Par conséquent, la notion d'instantané propose davantage un jeu : faire *comme si* les éléments réels étaient porteurs de sens, et faire du cadre de la représentation une révélation. Toutefois, en soi elle n'est qu'un leurre, une impression d'évidence élégante qui cache subtilement des heures de travail et de recherche, ainsi que des dizaines d'autres

clichés bien moins justes dans leur cohérence entre fond et forme. Par exemple, en 1911, Stieglitz publie dans sa très célèbre revue *Camera Work* la photographie *The Steerage*⁶⁵ qu'il avait réalisée quatre ans auparavant. À cette époque, il commence à abandonner progressivement la tendance pictorialiste pour rechercher la modernité. Et cette image en particulier correspond parfaitement à l'idée qu'en un instant on peut trouver une cohérence maximale entre le fond et la forme, on peut trouver un message lourd de sens par la fixation du bon moment, en une fraction de seconde. Cette photographie représente le débarquement d'immigrés venus d'Europe. La passerelle délimite tout à fait la séparation des classes. Il y a donc, à un premier niveau, celui de la mise en espace des éléments, une adéquation avec la situation générale de cette scène, le message, qui veut montrer la classification des *gens*, dès leurs premiers pas sur les terres américaines. Les postures sont aussi très symboliques : il règne un certain fouillis dans les classes les plus basses, qui étendent par exemple leur linge, alors que les passagers en hauteur sont prêts à débarquer, propres sur eux. À un autre niveau, celui de la lumière, elle éclaire parfaitement le propos en illuminant surtout le niveau inférieur, sujet essentiel de la représentation. La passerelle est la plus illuminée de la scène, et guide tout droit le regard du spectateur vers la séparation des classes.

Mais cette image n'est pas un instantané, et plus encore, elle n'est pas strictement réaliste. La raison la plus essentielle est trahie par le fait que Stieglitz a publié cette photographie quatre ans après l'avoir réalisée, alors qu'il commençait à penser à la notion d'instantané. Autrement dit, le message sous-jacent ne lui a pas sauté aux yeux comme une évidence sur le moment, mais c'est *a posteriori*, ayant réfléchi au message et à la manière dont une photographie peut être autonome, qu'il a construit cette évidence. Partant de cette prétendue révélation, il a *ensuite* sélectionné le bon cliché parmi ses pellicules – on peut penser à bon droit que Stieglitz n'avait pas fait qu'une seule prise de vue ce jour-là – et a effectué quelques retouches au moment du tirage, travaillant les contrastes pour faciliter la circulation du regard et la lecture.

Quel que soit l'usage de la photographie, un comportement culturel reste ancré dans notre interprétation et, grâce au présupposé du photographe, un système de significations peut se mettre en œuvre qui dépasse de loin le sujet de l'image. Elle transcende inmanquablement son sujet, ce qui relativise grandement les questions d'objectivité de ce médium, très présentes dans les milieux de l'information. En effet, comme nous venons de le voir, cette pratique s'érige comme un procédé de l'homme pour l'homme, de

⁶⁵ Cf. Annexes – Table des illustrations n° 2.2.10, p.47.

représentation de la vision, bien loin de la nature d’empreinte qui est la sienne. Ce que nous avons fait de la photographie, nos modes de lecture et ses usages, placent la transcendance du sens comme première par rapport à la vérité de la reproduction, qu’elle soit placée *a priori* ou *a posteriori*.

3. Conclusion du chapitre

Ce deuxième chapitre est parvenu à mettre en lumière un moment charnière dans la constitution de l'objet qu'est, aujourd'hui, la photographie, dans toute sa complexité. Il s'agit de son entrée dans le champ artistique qui, au-delà de la fonctionnalité technique, a fait de ce médium un outil de la représentation inédit. Les premiers paradoxes catégoriels sont nés de cette période de revendication, où les praticiens assidus ont cherché à faire de leur instrument une œuvre expressive à part entière.

Les partis pris de ces pictorialistes ont apporté à la photographie une intellectualisation, mais l'ont également imposée comme une représentation, vouée à communiquer. Cette orientation, sans conteste, est un héritage pictural qui, d'emblée, a placé la vision photographique dans son propre champ de codifications. Cependant cette image singulière est parvenue à définir son propre mode d'expression et, en cela, à s'émanciper en grande partie de considérations obsolètes. Il a fallu, à l'encontre de l'académisme, accepter les déterminations instrumentales de ce nouvel « art » : il est technique (ainsi que chimique et physique), rapide, maniable, et par-dessus tout, moderne. Chacune de ces qualités vont concourir à faire de la photographie un objet très immiscé dans la vie sociale, jusqu'à en devenir un pilier.

Cette nouvelle discipline renouvelle les arts visuels en présentant, fondamentalement, un mode de représentation différent : il ne s'agit plus de reproduire des formes, mais de les repérer, les figer. En d'autres termes, les nouveaux artistes ne s'expriment pas par le *geste*, mais par *l'œil*, le point de vue. Ils réduisent paradoxalement leur présence, mais rendent le présumé du photographe encore plus indispensable, plus subtile. Ils créent un jeu mimétique nouveau qui consiste à rendre l'expérience de la vision qu'ils forgent encore plus réelle, à s'y méprendre. Pourtant, c'est précisément dans la manière dont la photographie se distingue de l'expérience qu'elle trouve son canal de communication. Autrement dit, c'est dans tout ce qui échappe à l'arbitraire qu'elle produit du sens : c'est dans le choix du cadrage, du sujet, de la lumière, de la focale, de la netteté, etc. qu'elle s'érige comme un objet déterminé. Ce sens se construit à la fois en amont de la prise de vue qu'en aval ; il est aussi bien représentatif que symbolique, prouvant encore une fois que l'instrument devenu photographie transcende totalement son statut ontologique par son avènement culturel. L'instant charnière entre son essence et la réflexion qui s'est élaborée est alors identifié comme l'occasion de cette dynamique signifiante.

Chapitre III : Quels sont les rôles des diffuseurs de la photographie ?

Cette étude s'est penchée en particulier sur les caractéristiques artistiques de la photographie, parce que nous pouvions y trouver les traces les plus flagrantes de la réflexion des praticiens, et parce que, très vite, la pratique s'est construite autour de l'enjeu de son autonomisation. Nous avons pu cependant évoquer brièvement le photojournalisme et la photographie amateur. Nous n'avons toutefois pu passer en revue tous les autres usages qui se sont déclinés avec les décennies : la photographie de publicité et de communication, ou encore l'illustration. Nous sommes pourtant soumis le plus souvent à ce genre d'image, qui réclament des codes très spécifiques. Ceux-ci sont davantage du ressort des communicants, et ces dits codes, bien que très souvent immédiatement perceptibles, requerraient une étude à part entière.

Il est cependant important de relever que tous les rouages sociaux utilisent la photographie comme outil, et que pour cette raison les professions des *diffuseurs* sont cruciales et d'une grande richesse. Ce dernier chapitre, à vocation d'ouverture par rapport aux deux précédents, propose donc de revenir sur les deux activités principales de VU' – l'Agence et le Galerie – et de les replacer dans la continuité de nos précédentes conclusions.

1. Les agences et l'omniprésence de l'image

Comme nous l'avons souligné, la photographie est présente dans tous les domaines, et nous pouvons aisément comprendre, à l'aune de cette étude, que la raison de ce phénomène réside dans la capacité de représentation que nous avons construite au travers de ce médium. L'image au sens large permet de mobiliser des codes de caractérisation qui seront immédiatement saisis par tous. Il ne s'agit pas alors de documenter, c'est-à-dire d'illustrer fidèlement l'entité ou l'action en question, mais bien plutôt de déterminer un message en amont, que la photographie pourra mettre en avant en mobilisant ses codifications culturelles, renforçant ainsi la caractérisation immédiate que nous pouvons faire du sujet. Il ne s'agit, dans la plupart des cas, pas d'informer mais de communiquer. Et cette communication est rendue extrêmement rapide par l'image dont les codes, nous l'avons vu, se sont affirmés culturellement ces dernières décennies. Celle-ci est devenue synonyme de transparence dans son usage quotidien, alors que le message n'est pas même inhérent au sujet. Par exemple, lorsque l'agence reçoit une demande de réalisation d'images de communication, que ce soit pour des produits, des entreprises ou des institutions, un *brief* est toujours annoncé en amont qui détermine le message à faire passer, et qui va orienter les choix des photographes. Ce message n'est jamais tiré *a posteriori* des prises de vue, après que le photographe est allé réaliser le reportage. Le rôle de l'agent est alors, notamment, de veiller à ce que ce message soit bien lisible dans les prises de vue obtenues, et bien souvent il fait son *editing* en fonction des images qui le mettent le mieux en valeur. Il est intéressant de voir, lorsqu'on suit une production, que bien souvent le photographe nous envoie plusieurs dizaines de prises de vues de son reportage et que seulement une ou deux seront sélectionnées en fonction de la pertinence de la commande. Alors que beaucoup d'autres présenteraient un intérêt non moindre, mais on peut y lire un message différent quant au sujet.

Le phénomène actuel qui met la photographie au premier plan implique donc celle-ci comme un média pur, le plus simplement efficace. Une entreprise quelconque qui souhaiterait communiquer sur ses activités aurait plusieurs choix de médium à sa portée : l'illustration graphique, la photographie, le texte et enfin le clip publicitaire. Le texte est toujours présent, mais il n'est de loin pas suffisant en raison de la lenteur de son impact. De même pour le clip publicitaire qui peut être efficace mais qui demande un temps de disponibilité que tous les spectateurs ne souhaitent pas donner. Enfin, entre l'illustration graphique et la photographie le choix tient souvent au fait que le dernier a un rapport à la

réalité plus fort, en raison de tout ce que nous avons énoncé. Il implique une certaine forme réelle préalable digne de crédibilité, et qui attribue une force de vérité au message. Ainsi la photographie comme média pur est un bon compromis entre efficacité et crédibilité, qui fait qu'elle est l'apanage de toute communication. Elle est même devenue quasi nécessaire : un texte sans image pourrait presque, de nos jours, paraître peu digne de confiance, tant celle-ci se glisse dans chaque propos.

Une des raisons qui ont fait de la photographie un outil de communication massif tient à deux de ses particularités profondes : l'instantanéité du médium et sa faculté de vecteur de sens très aisément modulable, étant donné que le sens n'est pas inhérent au sujet de la représentation, mais à l'intention *a priori* qui va y apposer des codes. On peut d'ailleurs assez facilement repérer les communications soignées, qui vont néanmoins mettre en œuvre les talents des photographes pour trouver une cohérence entre ledit message et le médium, et les communications plus simples qui vont mobiliser une symbolique unique, mais néanmoins efficace. Lorsqu'une agence est mobilisée, c'est en général pour trouver cette subtilité esthétique. Par exemple, la commande pour la grande marque de parfum a été l'enjeu d'un regard esthétique très poussé. Le photographe, François Fontaine, a été spécialement sélectionné pour sa *touche*, et les visuels ont été soumis à des codifications très précises de la part de la marque : les tons des couleurs ont été sélectionnés à l'avance pour correspondre à une certaine esthétique propre à chaque ville, et il a été demandé de s'inspirer grandement des tableaux impressionnistes de l'époque. Le photographe a adapté sa propre touche pour retrouver cette esthétique, non sans la rendre originale. Les directives étaient déterminées très fermement dès le départ, mais les directrices artistiques en charge du projet ont néanmoins laissé une marge au photographe pour parvenir au résultat escompté par sa propre touche, sa propre technique. Mathilde Penchinat, alors en charge du projet à l'Agence, a eu la responsabilité de coordonner ces directives, entre François Fontaine et le commanditaire, et a participé aux premiers *editing* afin de trouver les prises de vue les plus adéquates à la demande.

Alors que l'usage des photographies a augmenté de manière significative dans tous les domaines, de la vie publique à la vie privée, il est paradoxal de remarquer que les agences ont de plus en plus de difficulté à fonctionner. Il n'est pas difficile de comprendre la raison de ce paradoxe à la lumière de notre précédent exemple. La spécificité des agences de photographes, et de VU' en particulier qui souhaite mettre en avant des écritures, est de mobiliser une esthétique et un savoir-faire. Autrement dit, elles sont spécialisées dans la création de communications élaborées et soignées, originales, alors que la tendance

communicative actuelle est de simplifier au maximum le message. D'autre part, les images produites par une agence ont un coût tout à fait différent, car il mobilise une équipe plus conséquente ainsi que des photographes plutôt renommés. Ainsi, une entreprise qui a un besoin constant d'images, pour sa publicité, pour son rapport d'activité, pour son site internet, pour ses réseaux sociaux, etc. ne peut en général bénéficier d'un budget conséquent pour un ou deux clichés seulement. Très souvent, l'agence doit brader ses prestations, mais la concurrence et le marché qui se sont entièrement emparé du médium ne favorisent pas ses activités.

Il en va de même pour les photographies de presse. Le phénomène est cependant différent car il implique l'entrée sur le marché des amateurs ; la rapidité de l'information étant telle qu'il n'est plus temps d'envoyer des photographes sur place pour couvrir un fait d'actualité. Bien plus souvent, ce sont des amateurs sur place, avec des smartphones, qui peuvent produire des illustrations rapides, au cœur des événements, et surtout à moindre coût par rapport à une commande. La question du coût est aussi importante. Les journaux et magazines subissant une crise lente concernant la vente de leurs tirages, ils ont de moins en moins de budget à accorder aux illustrations ainsi qu'aux commandes de reportage.

Une agence de photographie, pour continuer ses activités, doit donc jouer sur son rôle de connaisseur du médium et sur la qualité de ce qu'elle produit. Les commandes qu'elle peut octroyer facilement ne sont pas celles que les entreprises ou institutions demandent constamment, mais celles qui sont particulièrement marquantes et qui justifient un coût important, notamment le lancement d'un produit, ou un anniversaire de création. Elle doit également cibler de plus en plus ses clients, et effectuer sa prospection en fonction des entreprises et institutions les plus demandeuses de l'originalité et de l'esthétique. On peut citer par exemple les domaines du luxe, du sport ou encore des produits et entreprises qui se veulent originaux. Quant au domaine de la presse, une orientation vers les portraits et les reportages se remarque progressivement, au détriment des sujets d'actualité.

Sans surprise, les agences de photographes occupent donc un rôle très important au sein de ce phénomène de massification de l'image. Ce rôle est amoindri ces dernières années à cause de la venue sur le marché des amateurs et pour des raisons économiques également, les photographies se faisant payer de moins en moins cher. L'Agence VU' est donc obligée de renoncer à une partie de ce marché vivace, qui n'a pas les moyens de véritablement considérer la portée esthétique et technique du média. La massification de l'image a, inmanquablement, réduit la qualité de la photographie, et c'est assurément un des problèmes majeurs face auquel l'Agence doit faire face.

2. Un marché d'œuvres particulières

Les spécificités du marché de la photographie sont assurément tout aussi passionnantes du côté des galeries. Il montre à quel point l'autonomisation du médium peine encore du côté artistique. Il est en effet très intéressant de remarquer que, malgré ses déterminations singulières, la photographie a entièrement adopté les caractéristiques picturales dans sa commercialisation aux collectionneurs. Plus exactement, il semble que ce soient les collectionneurs qui adoptent un comportement semblable aux acheteurs de tableaux ou de dessin.

Dès le départ en effet, nous avons souligné à quel point la photographie se détache dans la considération que nous avons d'elle de son statut « d'objet », c'est-à-dire l'empreinte d'un phénomène visuel. L'idée de reproduction consiste à parvenir à avoir deux objets similaires, deux objets réels, alors que la représentation incite à transcender cette duplication de forme pour imposer une ontologie de l'image. Ce qui diffère, c'est qu'elle ne tire pas sa force de sa matérialité. Il n'est par exemple, pas nécessaire d'être en face de la *Komposition VIII* de Kandinsky au Guggenheim Museum pour en comprendre la force. Une image sur un ordinateur suffira pour la comprendre. C'est une des caractéristiques des œuvres en deux dimensions qui, comme nous l'avons souligné, se soustraient aisément à l'ancrage réel, spatial et temporel. Pour autant, l'unicité de l'œuvre peinte induit un sens supplémentaire au fait d'aller voir cette œuvre unique. La trace matérielle de l'image permet assurément de mieux sentir la communion avec l'artiste, de briser en quelque sorte la distance historique du message. Mais dans le cas de la photographie, l'œuvre n'est pas unique. Dans le cas des appareils argentiques, le film peut l'être, mais il n'est pas l'œuvre achevée, n'est pas visible. Il y a donc un paradoxe surprenant de la part des collectionneurs à souhaiter posséder une œuvre matérielle, alors que toute la subtilité de ce médium est bien de se soustraire à la condition matérielle et à sa temporalisation.

La numérisation a particulièrement accentué cette orientation, rendant n'importe quelle image accessible à tout moment. Cependant, le processus originel de la photographie qui consiste à réaliser des tirages à partir d'une pellicule a d'emblée instauré une spécificité en permettant une infinité d'œuvres. Les collectionneurs auraient pu se mettre à la recherche des films originaux, tout comme ceux qui traquent les films cinématographiques. Cependant, encore une fois, la proximité avec les arts picturaux a influencé les comportements sociaux vis-à-vis de la photographie. Une œuvre n'est perçue comme achevée que lorsqu'elle est tirée, lorsqu'elle revêt une apparence matérielle, en contradiction

avec son principe de *l'œil* et non du *geste*. On peut cependant faire deux objections. D'une part si sa particularité est de simuler la vision, il est alors plus évident qu'une œuvre doit être rendue visible dans les meilleures conditions. Un simple film ne permet pas d'avoir accès à l'œuvre immédiatement – encore une fois, le caractère immédiat se révèle crucial. Les collectionneurs de films prennent le temps de les regarder et ont par conséquent des appareils de lecture adapté à ce temps qu'ils mobilisent. Alors que la photographie doit être vue, tout de suite. D'autre part, le tirage a, comme nous l'avons vu par les exemples d'Edward Steichen et d'Alfred Stieglitz, très vite fait partie intégrante de la pratique artistique, cherchant précisément l'œuvre unique et parfaite. À partir d'une même pellicule, il est possible de faire un tirage plus ou moins contrasté, plus ou moins clair, d'introduire certaines tonalités par des *virages*⁶⁶ recherchés, etc.

Le marché de la photographie en galerie devient ainsi plus compréhensible. Si une telle œuvre a pour vocation d'être vue, le collectionneur cherche les meilleures conditions pour ce spectacle. Une attention particulière à la qualité du tirage, mais aussi au choix du papier et de l'encadrement sont cruciaux pour finaliser l'expérience artistique et en faire un produit de luxe. Il permet, de plus, de rendre plus subtil le goût du collectionneur qui va chercher les meilleures conditions pour cette dite expérience, et se l'approprier, alors que la plupart des amateurs ont un accès dématérialisé aux photographies. Il particularise ainsi sa pratique, justifiant le coût de l'objet.

Parallèlement à cette volonté de trouver la meilleure finition d'un objet qu'on estime, il est intéressant de voir que le marché de la photographie n'a pas tout à fait renié les spécificités techniques de celle-ci. Les premiers galeristes auraient pu exiger un tirage unique de l'œuvre, mais il en a été autrement. De nos jours, les artistes choisissent de réaliser entre trois et vingt tirages, adaptant les caractéristiques marchandes d'un objet aux propriétés de la photographie. Il n'est cependant pas rare de voir une progression des prix selon le numéro d'édition, ainsi que des tirages *vintage*, incluant par-là la rareté de l'œuvre d'art dans ce marché.

Il y a donc, à première vue une contradiction importante dans le comportement des collectionneurs de photographie et les spécificités même de celle-ci. Cette contradiction trouve sa source dans celle de l'adoption d'un marché de l'art avant tout conçu pour des œuvres picturales uniques, où la possession de l'œuvre est un luxe particulier. Il admet qu'une seule personne ait ce privilège. Il y a également un intérêt réel – mais pas nécessaire – à admirer l'œuvre originale plutôt que des copies. Mais la photographie amoindrit

⁶⁶ Cf. Annexes – Glossaire n° 1.10, p.51.

considérablement cet intérêt du fait qu'il n'y a pas toujours d'œuvre originale à proprement parler. Le marché s'est donc adapté en limitant le nombre de tirages et se justifie finalement par la différence entre la circulation d'une image numérique et la réalisation la plus parfaite de son tirage matériel.

Le galeriste doit donc, au-delà de sa culture du médium et de la défense des artistes qu'il présente, avoir une connaissance parfaite des techniques. Il doit pouvoir intégrer ces connaissances à son discours commercial, bien davantage semble-t-il que ses homologues versés dans la vente de peinture, sculpture, installation, ou encore dessin.

Conclusion du mémoire

Le milieu de la photographie est attirant car il est d'une très grande complexité. Comme nous avons pu le voir au travers des trois chapitres de cette étude, le médium est source de confusion, de multiplication, d'usages différents aussi bien au niveau d'une réflexion philosophique, dans notre rapport culturel ou que dans l'exercice professionnel.

D'un point de vue philosophique, l'objet est source de contradiction en ce qu'il est perçu immédiatement comme une expérience inédite, à la fois proche et distincte de la vision réelle, difficile à déterminer en tant que tel. Le sujet se place difficilement par rapport à elle, l'intellectualisant à outrance afin d'en faire un objet catégorisable.

Cette difficulté se renforce dans le champ culturel où, très vite, de manière étonnante, la photographie a été l'occasion d'un exercice dépassant de loin ses déterminations internes. Par sa proximité avec les arts picturaux, sa maniabilité, ses capacités techniques, elle a été érigée comme un médium de choix, renouvelant complètement le processus de représentation. Grâce à elle, un nouveau genre d'artiste, proche des problématiques sociales, réelles, et sensibles à une beauté brute, a pu émerger. L'acquisition d'une autonomie du processus photographique a permis de brouiller, d'un autre côté, les délimitations entre œuvre et document.

Cette proximité inédite d'un médium avec une réalité brute en ont fait le média privilégié que nous connaissons aujourd'hui : omniprésent dans la construction de l'image au sens large, et dont l'efficacité à véhiculer un message est encore inégalée. Enregistrement, empreinte, œuvre d'art, instantané, document, outil de communication sont autant d'aspects qui montrent le potentiel de la photographie. Conjointement à ces aspects, une large gamme d'activités s'est créée autour de celle-ci. Si bien que les agences telles que VU' se sont donné la tâche de répondre à cette multiplicité de commandes, tout en veillant à conserver la qualité esthétique qui particularise ce *média* / médium.

Mais, comme le pressentaient les premières agences, la lutte pour conserver cette qualité et ne pas réduire la photographie à un simple vecteur de message est certainement plus difficile de nos jours que jamais, en raison de la massification de la pratique qui permet d'obtenir des clichés d'amateurs, de banques d'images ou de photographes qui bradent leurs productions à moindre coût. Le besoin de plus en plus constant d'image a également joué un rôle dans ce marché « low-cost » de la photographie.

Ce qui, semble-t-il, est le plus intéressant à retenir de toute cette étude, est à quel point la photographie, depuis les débuts de sa création, est finalement un *lieu* de débat, de réflexion, d'expérimentation, de création de pratiques, pour la culture du XIX^e, XX^e et désormais XXI^e siècle quant à elle-même. Si l'objet en soi n'impliquait aucun de ces tournant historique, ni même l'outil social qu'il deviendrait, nous nous sommes cependant emparés de la moindre de ses singularités pour la transformer en réflexion sur l'avènement technologique des temps à venir. L'intérêt profond de la photographie qui nous anime depuis la première héliogravure de Nicéphore Niepce en 1827⁶⁷ est assurément qu'elle s'offre comme un miroir de notre culture, un miroir à la mesure de suivre technologiquement et humainement l'avènement d'un nouveau paradigme.

⁶⁷ Cf. Annexes – Table des illustrations n° 2.3.1, p.48.

Bibliographie

Ouvrages généraux sur la photographie

- *Agence VU' galerie* (Textes de CAUJOLLE, Christian), Paris, Actes Sud Photo Poche, 2006.
- BARTHES, Roland, *La chambre claire : note sur la photographie*, Paris, Gallimard Le Seuil, 2016.
- BAZIN, André, « Ontologie de l'image photographique », In *Qu'est-ce que le cinéma ?*, Paris, Cerf 7eArt, 2011.
- BERGER, John, *Comprendre une photographie*, Paris, Héros-Limite, 2013.
- *Edward Steichen*, Paris, Actes Sud Photo Poche, 4^e édition, 2012.
- *La petite encyclopédie de la photographie* (dir. GOVIGNON, Brigitte), Paris, La Martinière, 2004.
- ROCHE, Denis, *La disparition des lucioles (réflexions sur l'acte photographique)*, Paris, Seuil / Fictions & Cie, 2016.
- ROUILLÉ, André, *La Photographie*, Paris, Gallimard Folio Essais, 2005.
- STIEGLITZ, Alfred, *Camera Work : The Complete Illustrations 1903-1917*, Cologne, Taschen, 1997.

Cycle de conférences

- Cycle « Photographie et avant-gardes » du module *Photographie et pratiques artistiques* organisé par le Jeu de Paume, du jeudi 7 décembre 2017 au 11 janvier 2018.

Article

- POIVERT, Michel, « La photographie française en 1900 : l'échec du "pictorialisme" », In *Vingtième Siècle*, revue d'histoire, n°72, octobre-décembre 2001, Image et histoire, p.17-26.

Ouvrages techniques sur la photographie

- AMAR, Jean-Pierre, *L'ABCdaire de la photographie*, Paris, Flammarion, 2015.
- *Le vocabulaire technique de la photographie* (dir. CARTIER-BRESSON, Anne), Marval/Paris Musées, 2008, p.406-407 et p.357.

Site

- Glossaire du salon Paris Photo (www.parisphoto.com/glossaire/), consulté le samedi 5 mai 2018.

Ouvrages philosophiques

- BERGSON, Henri, *Essai sur les données immédiates de la conscience* (dir. WORMS, Frédéric), Paris, PUF « Quadrige », 2011.
- EISLER, Rudolf, *Kant-Lexikon* (trad. BALMÈS, Anne-Dominique et OSMO, Pierre), vol. I et II, Paris, Tel Gallimard, 2011, p.48-54, 565-567, 799-802, 876-877.
- FLUSSER, Vilém, *Pour une philosophie de la photographie* (trad. MOUCHARD, Jean), Paris, Circé, 2004.
- KANT, Immanuel, *Critique de la raison pure* (trad. RENAUT, Alain), Paris, Flammarion GF, 3^e édition corrigée, 2006.

Article

- SAÏD, Suzanne, *Deux noms de l'image en grec ancien : idole et icône*, Comptes rendus des séances de l'Académie des Inscriptions et Belles-Lettres, 1987, n°131-2, p.309-330.

Ouvrages sur la peinture

- ARASSE, Daniel, « La peinture comme pensée non-verbale », In *Histoire de peinture*, Paris, Gallimard, 2006, p.46-47.
- GOMBRICH, Ernst Hans, « Le miroir de la nature : La Hollande au XVII^e siècle », In *Histoire de l'art* (trad. COMBE, J. et alii), Paris, Phaidon, édition de poche, 2006, p.312 à 327.

Résumé

Ce mémoire professionnel fait suite à un stage de quatre mois à l'Agence VU' ainsi qu'à la Galerie VU', en tant qu'assistante des départements Culturel et Corporate, ainsi que de la galeriste. Sa première partie décrit la structure qui m'a accueilli, ainsi que les diverses missions que j'ai pu accomplir. Ce rapport de stage s'accompagne, en dernier lieu, d'un bref bilan de compétences.

La seconde partie de ce travail est dédiée non pas à quelque étude analytique du milieu de la photographie, mais bien à cette dernière. En partant du constat que ce circuit de diffusion est si particulier qu'il demande des années d'immersion pour en maîtriser les rouages, j'ai souhaité adopter une perspective davantage synthétique, me concentrant sur une ontologie de ce médium. En effet, il paraît important d'élaborer, en amont de toute action dans ce milieu, une réflexion sur la complexité de ce dernier, sur sa nature, et pour pouvoir l'ajuster, par la suite, en fonction de l'expérience.

Je ne compte cependant pas mettre de côté la formation professionnelle qui fait partie intégrante du master *Diffusion de la culture*. Par conséquent le chapitre qui clôt ma réflexion est consacré aux déterminations que cette essence singulière de la photographie implique dans la constitution du système de diffusion de ce médium, au cœur duquel se trouve l'Agence et la Galerie VU'.

Mots-clefs

- Photographie
- Ontologie
- Art
- Galerie
- Agence

