

REMERCIEMENTS	3
INTRODUCTION	13
▪ Le revers des « collections photographiques »	13
▪ De la « lecture flottante » à la problématisation du sujet de thèse	17
▪ La fabrique des <i>corpora</i> : une approche ethno-sémiotique	21
▪ La rationalisation du geste « haruspistique »	28
▪ Des sutures méthodologiques à l'indiscipline : « au-delà des signes voir du sens »	31
PREMIÈRE PARTIE <i>Le régime de l'emprise</i>	35
Le procès de nos croyances photographiques	35
INTRODUCTION	37
CHAPITRE I : <i>La fixation de la croyance</i>	40
Le champ théorique de la photographie : l'image sémiotisée	40
I. Le processus interprétatif chez Charles Sanders Peirce	42
I.1. Les catégories phanéroscopiques	42
I.2. La pensée-signe	46
I.3. La photographie à l'appui des classes de signes	50
I.4. La fixation de la croyance dans le processus sémiotique : le mouvement arrêté du signe photographique	55
II. L'indice, un enjeu théorique majeur	59
II.1. Généalogie du signe photographique	59
II.2. La métaphore de la trace	65
II.3. Le sensible et l'irréductible : la question du référent chez Roland Barthes	70
III. Signes du réel ou réalité du signe ? La représentation photographique en question	74
III.1. La photographie comme artefact iconisé : de la semblance au simulacre, un débat en trois actes	75
▪ Peinture et photographie : les degrés d'iconicité	75
▪ De « l'impérialisme linguistique » à la sémiotique visuelle : une prétention à la singularité	77
▪ De la re(s)-semblance au simulacre	79
III.2. Réel et réalité : le « croire à moitié » de l'icône-indicielle	82
III.3. Régimes de croyance et effets de sens	85

IV. La part de l'imaginaire technique	89
IV.1. L'appareil photographique comme outil poétique : technique et sémiotique ...	90
IV.2. L'imaginaire chimique : l'empreinte photonique	93
IV.3. L'imaginaire numérique : l'abstraction symbolique	100
 CHAPITRE II : <i>Pratiques du « faire-croire »</i>	107
Mythographies photo-journalistiques au XXe siècle.....	107
I. L'élection symbolique d'une pratique.....	108
I.1. Des limites du genre à la diversité des pratiques	108
I. 2. La presse magazine dans les années 1930 : le « photojournalisme » institué comme forme de vie.....	116
I. 3. Le discours photographique : les promesses du croire	123
II. Trois formes d'incarnation du « vrai » dans la photographie de presse.....	129
II. 1. Des mythographies scientifiques aux représentations journalistiques : l'instantané et l'attestation dans l'image photographique (1829-1930).....	129
II. 2. Décontextualisation et effet d'amateurisme : l'exemple des visages du Nouveau DéTECTIVE (1982-2014).....	135
II. 3. Le photojournalisme à l'épreuve des manipulations numériques (1990-2010).....	139
III. L'AFP et le statut de la photographie de presse.....	146
III. 1. Le fonctionnement (semi-)symbolique du système agencier : du statut public à l'adoption d'un « langage moyen »	148
III. 2. L'Agence et les techniques de diffusion photographique : un retard de départ.....	153
III. 3. L'AFP aux prises avec le « numérique » : conversion technique et ruptures professionnelles.....	159
 CHAPITRE III : <i>La forme de vie au risque de la réquisition</i>	163
L'AFP et les dispositifs d'exposition numérique.....	163
I. Éclairage théorique : les dispositifs d'exposition numérique, acteurs de la vie triviale des êtres culturels.....	165
I.1. La « nouvelle révolution numérique » comme phénomène discursif	165
I.2. Introduction au dispositif numérique : publicisation et re-médiation	169
I.3. Un régime de croyance propre aux dispositifs numériques ?	174
II. L'image de presse à l'épreuve de la déterritorialisation.....	178
II.1. Un « cas remarquable » : Daniel Morel contre l'AFP (2010)	179
▪ Les faits	180

▪ Les enjeux théoriques	183
▪ Le capitalisme médiatique, enjeu de pouvoir entre industries culturelles ?	183
▪ Des agencements collectifs d'énonciation aux formes de l'empreinte	185
▪ Conclusion du « cas remarquable », et introduction du corpus empirique.....	186
II. 2. De la reterritorialisation, du plastigramme et de la ritournelle.....	187
▪ Déterritorialisation, reterritorialisation : la rupture signifiante.....	187
▪ Le plastigramme et la ritournelle : entre production et interprétation.....	192
II. 3. De nouvelles conditions d'exposition : les DEN.....	196
III. Autorité de qui, signature de quoi.....	203
III. 1. « Crise du photojournalisme » : l'éthos inquiet (les discours d'escorte)	203
III. 2. Ré-institutionnaliser l'identité : des raisons « objectives » de croire, la corporéité-machinique	209
III. 3. L'énonciation auctoriale et la signature : de la réécriture par les dispositifs aux tactisignes développés par l'AFP.....	214
IV. L'AFP et les nouveaux « signes du faire-croire »	220
IV. 1. Le réel dans l'effet	221
IV. 2. La simulation des pratiques amateurs.....	227
CONCLUSION	232
 DEUXIÈME PARTIE <i>Poétique de la saisie</i>	234
 Les banalités numériques	234
 INTRODUCTION.....	236
CHAPITRE I : <i>L'expérience croisée du temps</i>	241
La fabrique du quotidien	241
I. Le temps de la recherche	243
I. 1. L'impératif /numérique/.....	243
I. 2. Tentative d'épuisement d'un dispositif en action	248
II. Chronotopie numérique	253
II. 1. La deixis (photo-)journalistique à l'heure des DEN : le schème organisateur du fil d'actualité	254
II. 2. Co-présence et adéquation énonciative : vers le « Nous » du monde quotidien.....	266
II. 3. De l'expérience quotidienne : le « banal » du point de vue de la durée.....	273
III. Passementerie et performance de l'exposition banale	280

III. 1. La prolifération des petites formes : banalité tactique et prétention à l'universalité.....	282
III. 2. La maximisation de la fonction cadre.....	290
III. 3. Du phatique à l'haptique : rythmique du geste d'image	299
CHAPITRE II : <i>La puissance synoptique</i>	308
Généalogie et architecture d'un dispositif d'exposition	308
I. Conditions pour une archéologie du <i>ban</i> et de l'image	309
I. 1. Le régime féodal du banal	310
I. 2. Des pratiques quotidiennes au Moyen Âge à l'industrialisation des images.....	313
▪ <i>Locus et transitus</i> : de l'usage des lieux et des objets transitifs	313
▪ L'industrialisation des images : des « lieux transitifs » aux « industries médiatisantes ».....	315
I. 3. Passeur de sens : à partir de Roland Barthes	318
II. Des machines visuelles aux machines de lecture	324
II. 1. De la dispositio théologique à la dispositio rhétorique : les origines spéculatives de la mise en exposition banale de la photographie agencière.....	324
▪ La <i>dispositio</i> théologique : une économie des images.....	324
▪ La <i>dispositio</i> rhétorique : la fabrique du regard	327
II. 2. Le principe de « mise en visibilité » sur Instagram.....	331
II. 3. Images provoquées ? Les « cristaux de lisibilité » : des machines visuelles aux machines de lecture.....	340
II. 4. Les affinités électives, la collection et le passage	346
III. L'économie politique du ban	352
III. 1. La valeur de la suture.....	353
III. 2. Droit de qui, pouvoir de quoi ? La discrétisation du droit d'exposition.....	360
III. 3. Politique de la tradition : les contrepoints référentiels.....	364
CHAPITRE III : <i>Rhétorique de l'évidence</i>	371
L'AFP « miroir du monde ».....	371
I. Conformité et totalité : l'ethos de l'exposition banale.....	372
I. 1. Des formes de vies mondialisées : les « effets de surprise ».....	373
I. 2. « Bailler d'admiration », du mythique au banal	379
II. La prétention humaniste et le regard mondialisé.....	386
II. 1. Le devenir /numérique/ de la vie animale : du « primitivisme doux » à l'homínisation de la petite forme insolite	387

II. 2. De l'éloge du quotidien au culte du banal	393
II. 3. Les portraits allégoriques du « Tout-monde »	400
III. Pour une approche communicationnelle de l'évidence	405
III. 1. Les opérateurs sémiotiques : de la « lisibilité parfaite » du discours agencier.	406
III. 2. Une visée rhétorique : de la mètis à la croyance hallucinatoire	409
▪ La <i>mètis</i> du discours d'évidence	409
▪ La croyance hallucinatoire	412
 CONCLUSION GÉNÉRALE.....	 415
▪ L'apport des régimes de croyance pour comprendre les transformations médiatiques	415
▪ Le complexe de la banalité	418
▪ Limites de l'analyse	422
▪ Perspectives de recherche	424
 BIBLIOGRAPHIE THÉMATIQUE	 426
 TABLE DES ILLUSTRATIONS.....	 454
 RÉSUMÉ.....	 458

INTRODUCTION

Les chercheurs sont à l'affût d'icônes sur lesquelles ils ont beaucoup à dire [...]. Le danger majeur du procédé réside dans la valorisation de l'exception comme métaphore de l'ensemble.

Laurent GERVEREAU. « Le musée, source ou moteur de recherche ? ». Vingtième Siècle, Revue d'histoire, vol. 4, n°72, p. 128.

■ Le revers des « collections photographiques »

Des « 30 photographies qui ont marqué l'Histoire à jamais et que vous devriez voir au moins une fois dans votre vie¹ », aux « 10 photos choc qui ont fait le tour du monde² », en passant par les « 30 photos qui ont marqué l'actualité en 2016³ », l'image semble cristalliser un nombre important d'écrits visant à comprendre l'impact à la fois historique, mondial et journalistique de la photographie dans la société aujourd'hui.

Ces articles, très nombreux⁴, ont pour conséquence de sédimenter la singularité des pratiques interprétatives en un « cadre d'attente⁵ » commun et généralisable, celui appartenant au registre des « photos-chocs⁶ », que Roland Barthes décrit dans les *Mythologies* entre « surprise », « interrogation violente » et « photogénie ». Souvent,

¹ Source : <<https://dailygeekshow.com/photo-histoire-marquant/>> (consultée le 31/05/2018).

² Source : <<http://laliste.net/10-photos-choc-ont-tour-monde/>> (consultée le 31/05/2018).

³ Source : <<http://www.nouvelobs.com/galleries-photos/monde/20161220.OBS2935/grand-format-30-photos-qui-ont-marque-l-actualite-en-2016.html>> (consultée le 31/05/2018).

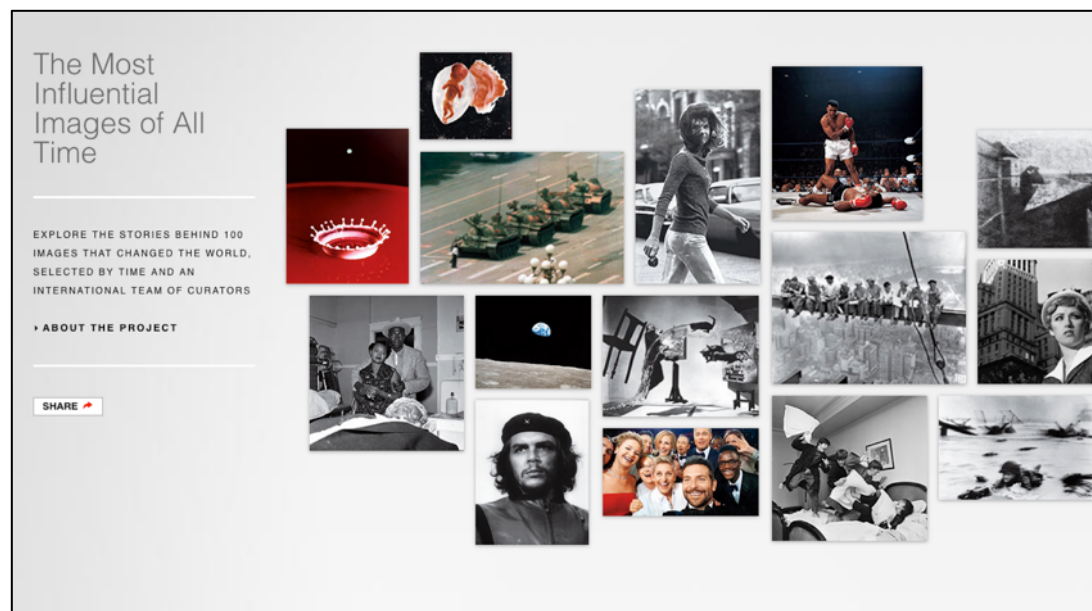
⁴ Voir aussi : <<http://www.nouvelobs.com/galleries-photos/monde/20151222.OBS1823/grand-format-40-photos-qui-ont-marque-l-actualite-en-2015.html>>, <<https://www.nationalgeographic.fr/photographie/ces-cliches-qui-ont-fait-le-tour-du-monde-histoire-de-photos-virales>>, <<http://www.letribunaldunet.fr/arb-galleries/30-photos-historiques-qui-ont-marque-l-histoire-de-l-homme.html>> (consultées le 31/05/2018).

⁵ « Ensemble d'idées et de moyens d'interprétation et de jugement sur les œuvres et les médias qui circule dans la société et constitue une sorte de mémoire vivante des formes » dans Yves JEANNERET. *Critique de la trivialité. Les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*. Paris, Éditions Non Standard, 2014, p. 10.

⁶ Roland BARTHES. *Mythologies*. Paris, Seuil, 1970 [1957], pp. 105-107.

elles ont aussi une valeur historique, que ce temps soit prétendument universel – « [elles] ont marqué l'Histoire à jamais » –, ou simplement borné à une année – « l'actualité de 2016 ». Ensuite, elles sont choisies et retenues pour leur degré de « récitabilité⁷ » au sein de la société, parce qu'elles seraient justement à la fois « symboliques⁸ » et « universelles⁹ ». Leur nombre est donc logiquement signifié en tête d'article, puis limité – sans qu'il ne soit vraiment justifié – à la manière d'une collection – de « 10 », « 30 » ou « 100 » images – dont la lisibilité – photogénique, émotionnelle, historique – ferait office de *discrimen* iconique en dernier lieu.

Figure 1 : La « collection photographique » du *Time*



Source : « Les images les plus influentes de tous les temps », *Time* [en ligne], URL : <http://100photos.time.com/>, capture d'écran du 01/06/2018.

En élaborant un cadre interprétatif commun, la pratique de la « collection » établit des normes et des attentes sur le statut de vérité du monde présenté par ces objets, alors qu'elle est bien une sélection choisie – et souvent mimétique – d'images dans le champ d'ensemble du domaine photographique. Si elles ont une prétention

⁷ Pour reprendre la formule de Michel de Certeau, « la société récitée », dans Michel DE CERTEAU. *L'invention du quotidien. 1. Art de faire*. Paris, Éditions Gallimard, 1990 [pour la présente édition], pp. 273-275.

⁸ Source : <https://www.demotivateur.fr/article/ces-photos-qui-ont-change-l-humanite-et-qui-ont-eu-un-impact-phenomenal-sur-la-societe-8064> (consultée le 31/05/2018).

⁹ Source : <http://www.telerama.fr/medias/les-100-photos-les-plus-importantes-de-tous-les-temps-selon-time,150258.php> (consultée le 31/05/2018).

doublément historique et mondiale, elles sont aussi pour la plupart issues du registre de la photographie de presse. Ainsi, dans l'illustration ci-dessus, on retrouve le portrait du Che, *Guerillero Heroico*, prise par Alberto Korda le 5 mars 1960 pour le journal cubain *Revolución*, ou encore *Face in the surf*, le cliché de Robert Capa capturé durant le Débarquement en Normandie, et publié dans le magazine américain *Life* le 19 juin 1944.

Quand la collection concerne « l'histoire courte » – « les photographies qui ont marqué l'année¹⁰ » –, la présence de clichés journalistiques est encore plus prégnante. Dans l'article du magazine *L'Obs* en ligne publié par Cyril Bonnet le 26 décembre 2016, sur les « 30 photos qui ont marqué l'actualité¹¹ », 27 sont créditées à des agences de presse et 18 d'entre elles uniquement à l'Agence France-Presse – Associated Press et Sipa suivent ensuite. On y trouve par exemple la photographie du journaliste agencier Ozan Kose, représentant « des soldats turcs putschistes décidés à renverser Recep Tayyip Erdogan¹² » dans la nuit du 15 au 16 juillet 2016.

Figure 2 : Photographie de l'AFP publiée dans les « collections de l'actualité » du magazine *L'Obs*



Source : « Dans la nuit du 15 au 16 juillet. À Istanbul, des soldats turcs putschistes, décidés à renverser Recep Tayyip Erdogan, se font submerger par les partisans du chef de l'État », Ozan Kose/AFP, URL : < <http://www.nouvelobs.com/galleries-photos/monde/20161220.OBS2935/grand-format-30-photos-qui-ont-marque-l-actualite-en-2016.html> > (consulté le 31/05/2018).

¹⁰ Voir aussi : <<http://www.europe1.fr/international/en-images-les-x-photos-qui-ont-marque-lannee-2017-3527999#3528086>> (consultée le 01/06/2018).

¹¹ *Op. cit.*

¹² *Ibid.*

Cette sélection remplit un rôle mémoriel tout en soulignant les « canons » photojournalistiques en vigueur – la photographie de guerre y domine, comme dans l'exemple ci-dessus. Elle met ensuite en exergue la concentration des industries de l'image : l'AFP paraît s'imposer sur le marché mondial de la photographie de presse, en fournissant plus de la moitié des clichés exposés par l'article de *L'Obs*.

Figure 3 : Décompte du nombre d'images par crédit dans l'article de *L'Obs*

Crédit des images	Réurrence
AFP	18
AP/Sipa	3
L'Obs	2
Sipa	2
Michele Palazzo	1
Ben Innes	1
Facebook	1

Source : Cyril BONNET. « 30 photos qui ont marqué l'actualité en 2016 ». *L'Obs* [en ligne], 26 décembre 2016.

Mais en allant au-delà des « prétentions communicationnelles¹³ » qui se cachent derrière ces collections – le choix de l'AFP plutôt qu'une autre agence, la sélection des clichés et des sujets journalistiques par *L'Obs* –, ce qui nous intéresse c'est plutôt d'interroger le point aveugle de ces collections. Car en affirmant que ces images « ont marqué » – quelque chose comme l'histoire, l'année –, il y aurait donc des clichés qui, *a contrario*, n'auraient « rien changé à l'histoire du monde » et n'auraient pas non plus eu « d'impact sur l'humanité » – pour reprendre la titraille journalistique citée précédemment. À l'opposé des images mémorielles, ces photographies incarneraient-elles – selon les critères axiologiques de la « collection photographique » – le revers « illustratif » ou « banal » de l'image de presse agencière ?

¹³ « Mode d'intervention [professionnel] sur les processus de communication qui de manière délibérée ou insensible hiérarchise les éléments, détermine des conditions cruciales et légitime une certaine compétence à y intervenir » dans Yves JEANNERET. *Critique de la trivialité*, op. cit., p. 14.

Mais que dire, alors, de ces « restes de la société¹⁴ » – pour paraphraser François Jost ? Peut-on les quantifier ? Qui sont les auteurs de ces images ? Où circulent-elles ? Sur quel support ? Selon quelles conditions ? Par quelles médiations ? Enfin, si le sens de la « collection photographique » peut être dit « intentionnel [...] et prélevé dans une sorte de lexique général, commun des symboles¹⁵ », des images mémorielles – justement retenues pour cela – que Roland Barthes propose de regrouper sous la dénomination du « sens obvie » – ou fermé, complet – ; quelle signification apportent alors ces « restes » oubliés de la (méga-)machine médiatique ? Et finalement, pourquoi ne sont-ils pas symboliquement « retenus » par cette dernière ? Qu'est-ce que cela dit de notre rapport à ces images et aux supports qui leurs permettraient de circuler ? Fondamentalement, ces photographies sembleraient donc s'opposer en tout point aux images « emphatiques » des collections¹⁶ ainsi qu'aux icônes de l'histoire de l'art¹⁷ évoquées par Laurent Gervereau.

▪ De la « lecture flottante¹⁸ » à la problématisation du sujet de thèse

Concrètement, si l'on prend l'exemple de l'article de *L'Obs* cité précédemment, 18 photographies de l'AFP sont effectivement sélectionnées pour incarner l'année 2016, alors même que l'Agence prétend produire 3000 images par jour dans son rapport d'activité¹⁹ la même année, soit environ plus d'un million de photographies en seulement un an. En poursuivant notre questionnement de départ, on peut légitimement se demander où vont ces « restes de la société ». Sur quels supports ces photographies circulent-elles ? Et à quelles fins ? Ces premières interrogations se nourrissent ensuite d'un terrain d'observation. Une lecture flottante prouve, en effet, qu'il est possible de retrouver une partie de ces « restes » sur les « réseaux sociaux » –

¹⁴ François JOST. *Le culte du banal*. Paris, CNRS Éditions, 2013 [2007], p. 5.

¹⁵ Roland BARTHES. *L'obvie et l'obtus. Essais critiques III*. Paris, Éditions du Seuil, 1982, p. 45.

¹⁶ Collections publicitaires par exemple, dans la « Rhétorique de l'image » de Roland Barthes, voir Roland BARTHES. « Rhétorique de l'image ». *Communications*, 1964, n°4, pp. 40-51.

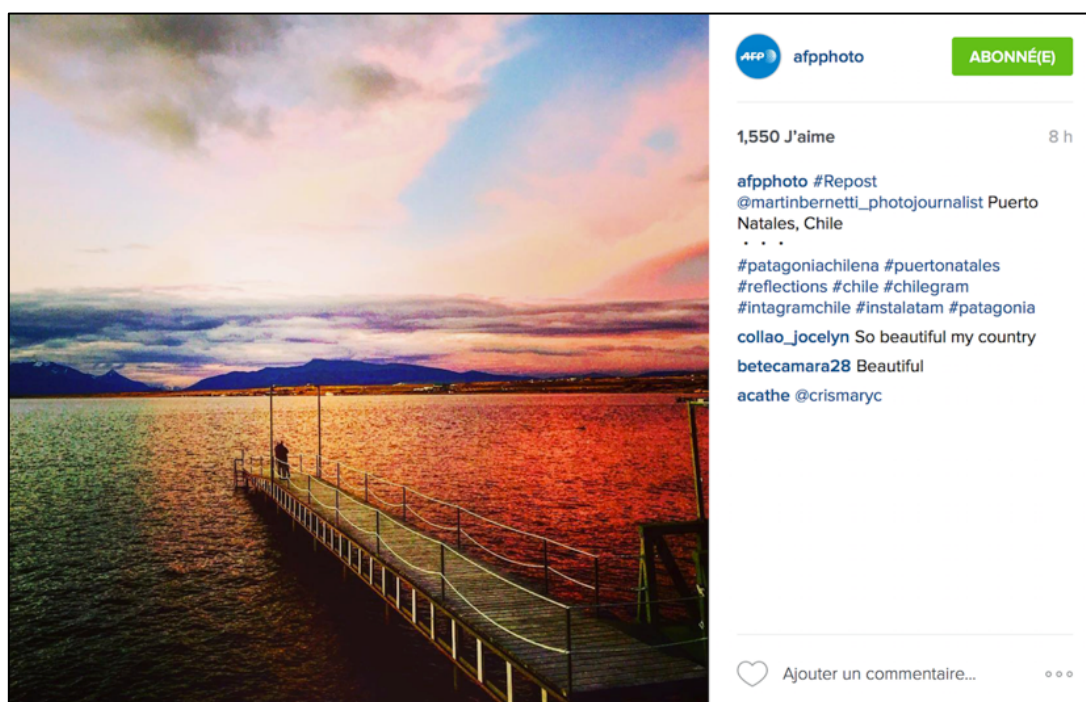
¹⁷ Laurent GERVEREAU. « Le musée, source ou moteur de recherche ? »..., éd. cit., pp. 128-129.

¹⁸ Laurence Bardin appelle « lecture flottante » « la première activité consistant à se mettre en contact avec les documents d'analyse, à faire connaissance en laissant venir à soi des impressions, des orientations », Laurence BARDIN. *L'analyse de contenu*. Paris, Presses Universitaires de France, 2011 [1977], p. 126.

¹⁹ Source : <https://www.afp.com/communication/report_2016/afp_fr_rapport_d_activite_2016/wp-content/uploads/AFP_CAHIER_CHIFFRES_2016_FR.pdf> (consultée le 01/06/2018).

comme Facebook, Twitter, Instagram ou Tumblr –, et plus précisément sur les « comptes » détenus par l'Agence sur ces mêmes supports. Prenons deux exemples. Premièrement, le 29 février 2016, l'AFP publie sur son compte Instagram @afpphoto²⁰ une photographie de paysage capturée par son journaliste Martin Bernetti, et tout simplement sous-titrée « Puerto Natales, Chili ».

Figure 4 : Exemple n°1 : « Puerto Natales, Chili », signe de la croyance ?



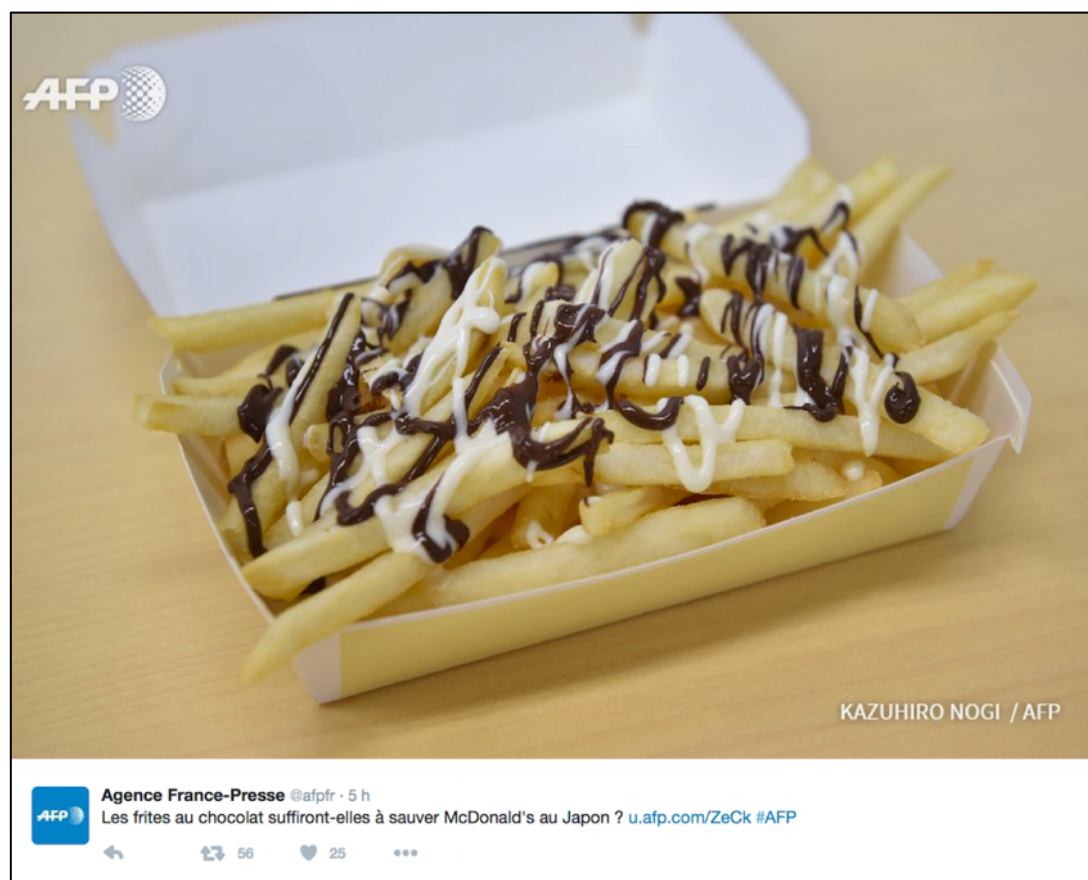
Source : Capture d'écran du 29/02/2016, compte Instagram @afpphoto, Martin Bernetti/AFP, URL : <<https://www.instagram.com/p/BCWqdy6DbJh/?taken-by=afpphoto>> (consulté le 07/03/2018).

Le 17 février 2016, l'Agence publie sur son compte Twitter @afpfr²¹ la photographie d'une « barquette de frites » capturée par le journaliste AFP Kazuhiro Nogi et accompagnée de la légende suivante : « Les frites au chocolat suffiront-elles à sauver Mc Donald's au Japon ? ».

²⁰ Lien : <<https://www.instagram.com/afpphoto/?hl=fr>> (consulté le 01/06/2018).

²¹ Lien : <<https://twitter.com/afpfr>> (consulté le 01/06/2018).

Figure 5 : Exemple n°2 : « la barquette de frites nappées de chocolat », signe de la banalité ?



Source : Capture d'écran du 17/02/2016, compte Twitter @afpfr, Kazuhiro Nogi/AFP, URL : <<https://twitter.com/afpfr/status/699896178767343616>> (consulté le 07/03/2018).

Ces deux exemples invitent à plusieurs remarques préliminaires. Dans un premier temps, on observe qu'à la différence des « collections », les photographies de l'AFP exposées sur les « réseaux sociaux numériques » ne sont plus médiatisées par un journal ou un magazine de presse – *L'Obs* dans le cas précédent –, mais publiées par l'Agence sur ces « nouveaux » supports, et signées par elle à plusieurs reprises – la répétition du logotype et des initiales de l'Agence sont visibles à tous les niveaux de la publication. Ces photographies sont exposées sous les conditions, à la fois économiques et représentationnelles, spécifiques aux « réseaux sociaux » – « le bouton like » et les « commentaires » par exemple²². De même, ces « réseaux » ne sont « nouveaux » que du point de vue de l'Agence France-Presse, habituée à ne

²² Étienne CANDEL et Gustavo GOMEZ-MEJIA. « Le bouton like : poétique du clic, vertige des discours ». *Semen* [en ligne], 2017, n°42, URL : <http://journals.openedition.org/semen/10623> (consulté le 19/03/2018).

« distribuer [son information qu'] à un ensemble d'entreprises d'informations (journaux, périodiques, radio, télévision)²³ » et non au public des dispositifs de partage. Un modèle que l'on qualifie de « BtoB » – ou « Business to Business »²⁴ – qui place l'Agence en position de méta-média – de média à la disposition des autres médias. On peut alors se demander quel est l'impact de cette nouvelle publicisation et de la remédiation « numérique » des photographies de l'AFP. Mais aussi, dans quelles conditions ces images sont-elles « exposées²⁵ » sur les « réseaux sociaux » ? Selon quelles contraintes et quels enjeux pour l'information ? Le premier modèle empirique interroge donc la partie *communicationnelle* du sujet.

Dans un second temps, on remarque qu'à la différence de l'exemple de la tentative de putsch capturée en Turquie par Ozan Kose – cité dans la « collection annuelle » de *L'Obs* –, ni « effet de vivacité²⁶ », ni « surprise », ni « interrogation violente » ne viennent « choquer » le spectateur dans ces images – pour reprendre les termes utilisés par Roland Barthes. Aucun événement – conflit, guerre, rencontre historique – ne vient non plus souligner la représentation photographique : un paysage aux couleurs saturées très courtement légendé dans le premier exemple, une barquette de frites nappées de chocolat dans le second. Un point d'accroche, cependant, entre l'image d'Ozan Kose et les deux suivantes : un cadre journalistique commun, celui de l'Agence France-Presse. C'est ce point d'accroche qui nous permet de nous interroger quant à la pratique réceptive accordée à ces « restes de la société », entre croyance d'un côté – le paysage saturé – et banalité de l'autre – la barquette de frites. Si « chaque image photographique est un texte qui vaut *au sein de* et *pour* une situation et un statut donnés²⁷ », quelle est la place de ces photographies *au sein des* « normes

²³ UNESCO. *Les agences télégraphiques d'information*. Paris, ONU, 1953, p. 26.

²⁴ « Le rôle de l'AFP est historiquement celui d'une agence, fournissant en BtoB des informations aux médias, et non celui d'une agence fonctionnant en BtoC, c'est-à-dire en contact direct avec le public » dans Julia CAGÉ, Nicolas HERVÉ et Marie-Luce VIAUD. *L'information à tout prix*. Bry-sur-Marne, INA Éditions, 2017, p. 102.

²⁵ On peut avoir un aperçu de l'importance de l'exposition dans les pratiques visuelles de la réception muséale dans Jean DAVALLON. *L'exposition à l'œuvre*. Paris, Éditions L'Harmattan, 2000, 384 p.

²⁶ Maria Giulia Dondero à propos du « punctum » chez Roland Barthes, Pierluigi BASSO FOSSALI et Maria Giulia DONDERO. *Sémiotique de la photographie*. Limoges, Pulim, 2011, p. 75.

²⁷ *Ibid.*, p. 85.

communicationnelles²⁸ » – si l'on reprend la formulation de Jean-Marie Schaeffer – élaborées *pour* la pratique photojournalistique ? Le second modèle empirique interroge donc un point de vue *sémiotique*.

Ensemble, ces observations nous invitent à poser une problématique à la jonction des deux approches. Ensemble, elles mettent en lumière une modification du *faire réceptif*²⁹ médiatique – la remédiation numérique des photographies de l'Agence – et nous invitent à nous interroger cette fois quant au *faire interprétatif*³⁰ mobilisé par ces « restes » – le paysage saturé et la banalité de la barquette de frites – semblant justement contredire les « styles stratégiques » élaborés par la praxis photojournalistique en amont³¹ – et condensés dans la « collection photographique ».

Cela nous conduit à formuler la problématique de ce mémoire de thèse dans les termes suivants : **dans quelle mesure le faire réceptif « numérique » transforme-t-il les pratiques interprétatives associées au domaine photojournalistique agencier ?** En d'autres termes, il s'agira de se demander si la reterritorialisation des photographies agencières sur les « réseaux sociaux », engendre une altération des formes énoncées et du contexte productif propre à l'Agence France-Presse.

²⁸ « L'aspect le plus irritant, mais aussi le plus stimulant, du signe photographique réside sans doute dans sa flexibilité pragmatique. Nous savons tous que l'image photographique est mise au service des stratégies de communication les plus diverses. Or, ces stratégies donnent lieu à ce que je propose d'appeler des *normes communicationnelles*, et qui sont capables d'infléchir profondément son statut sémiotique », Jean-Marie SCHAEFFER. *L'image précaire, du dispositif photographique*. Paris, Seuil, 1987, p. 10.

²⁹ « Dans la transmission du savoir, le faire informatif réceptif caractérise l'activité du destinataire (ou de l'énonciataire) » dans Algirdas Julien GREIMAS et Joseph COURTÈS. *Sémiotique, dictionnaire raisonné de la théorie du langage*. Paris, Hachette Supérieur, 1993, p. 307.

³⁰ « Une des formes du faire cognitif, le faire interprétatif, est liée à l'instance de l'énonciation, et consiste dans la convocation, par l'énonciataire, des modalités nécessaires à l'acceptation des propositions contractuelles qu'il reçoit », *ibid.*, p. 192.

³¹ Le terme est de Jacques Fontanille (Jacques FONTANILLE. *Pratiques sémiotiques*. Paris, Presses Universitaires de France, 2008, p. 34), Maria Giulia Dondero propose ensuite de parler de « praxis énonciative » : « dans le cadre des genres visuels, on pourrait la définir comme la relation entre des configurations textuelles stratifiées dans la mémoire sociale d'une part et les attentes des récepteurs constituées à travers des opérations de mémoration/préfiguration perceptive et sémantique de l'autre », Pierluigi BASSO FOSSALI et Maria Giulia DONDERO. *Sémiotique de la photographie, op. cit.*, p. 69.

▪ La fabrique des *corpora* : une approche ethno-sémiotique

Avant même d'envisager des hypothèses, cette problématique a d'abord orienté un questionnement d'ordre méthodologique. Si, comme le préconisait Laurent Gervereau cité en préambule de cette introduction, nous ne sommes pas à l'affût d'icônes sur lesquelles « nous aurions beaucoup à dire », il a fallu organiser et expérimenter un protocole qui, dans un premier temps, n'orienterait aucune hypothèse *in abstracto*, mais se « contenterait » d'un recueil systématique et préalablement réglé, *in concreto*, d'unités textuelles à partir de la lecture flottante. Pour cela, la fabrique du protocole a suivi une méthode que l'on peut qualifier d'*ethno-sémiotique*, à la croisée de l'observation participante préconisée par Valérie Jeanne-Perrier dans *Journalisme en ligne, pratiques et recherches*³², et de l'approche sémiotique conduite par Julia Bonaccorsi dans le *Manuel d'analyse du web*³³. Cette méthode nous a permis de sélectionner et découper un corpus, mais à condition – comme nous avertit Roland Barthes – « que l'on veuille bien lire dans le corpus le corps³⁴ », ou plutôt *les corps*, dans la mesure où les figures de l'énonciation « numérique » sont « hétérogènes³⁵ » et soumises à une « mutabilité³⁶ » constante. Ces corps donc sont d'abord ceux des « réseaux sociaux ». Ces « outils-marques³⁷ » dont « l'expression désigne dans l'actualité médiatique [...] un ensemble de sites ayant pour vocation de proposer des espaces de mises en relation sur Internet à partir de l'établissement d'une identité bâtie sur des interfaces dessinant un profil³⁸ ». Dans ce contexte, des individus privés aussi bien que des organisations publiques, des marques ou des journaux peuvent créer « un [ou des] profil[s] » sur ces « réseaux ». C'est le cas

³² Valérie JEANNE-PERRIER. « Sélectionner des corpus d'interfaces dans une perspective sociosémiotique et ethnographique ». Dans Amandine DEGAND et Benoît GRÉVISSE (dir.). *Journalisme en ligne, pratiques et recherches*. Bruxelles, De Boeck, 2012, pp. 278-280.

³³ Julia BONACCORSI. « Approches sémiologiques du web ». Dans Christine BARATS (dir.). *Manuel d'analyse du web*. Paris, Armand Colin, 2016 [2^{ème} édition], pp. 133-155.

³⁴ Roland BARTHES. *Par Roland Barthes*. Paris, Éditions du Seuil, 2015 [1975], p. 193.

³⁵ Julia BONACCORSI. « Approches sémiologiques du web », *op. cit.*, pp. 136-138.

³⁶ Serge PROULX et Guillaume LATZKO-TOTH. « Enjeux éthiques de la recherche sur le web ». Dans Christine BARATS (dir.). *Manuel d'analyse du web*, *op. cit.*, p. 45.

³⁷ « Objet commercial qui remplit une fonction et l'incarne aux yeux du public tout en propageant une marque. Ces objets jouent un rôle particulièrement décisif sur les médias informatisés où ils sont capables de représenter toute une conception de la communication (être sur Facebook, chercher sur Google, faire un PowerPoint) » dans Yves JEANNERET. *Critique de la trivialité*, *op. cit.*, p. 13.

³⁸ Valérie JEANNE-PERRIER. « Journalistes et réseaux sociaux. Entre innovations et résurgences des genres, de formes et de gestes médiatiques ». Dans Amandine DEGAND et Benoît GRÉVISSE (dir.). *Journalisme en ligne, pratiques et recherches*, *op. cit.*, p. 134.

de l'Agence France-Presse sur Facebook dès 2010, Twitter et Google + en 2011, Tumblr et Pinterest en 2013, et enfin Instagram en 2014. Chacun de ces outils-marques ayant ses caractéristiques propres, l'observation a été opérée sur chacun d'eux – à l'exception de Pinterest et Google + dont le contenu n'était pas actualisé à l'époque du recueil dans le premier cas, et tout simplement abandonné par l'AFP en septembre 2016 dans le second. Mais au sein de ces corps, s'opère ensuite une seconde ségrégation, par « profils ». Pour Instagram et Tumblr, la question est simple puisque l'AFP ne possède qu'un seul compte par « réseau ». Pour Facebook et Twitter en revanche, des critères de « non-sélectivité³⁹ » ont été appliqués au recueil, tout en continuant de préserver la règle d'exhaustivité des documents. Sur Facebook, c'est donc le profil en langue anglaise @AFPnewsenglish qui a été sélectionné – selon un critère d'internationalité et de prolifération des contenus. Sur Twitter, c'est le « fil » principal @afpfr qui est resté au cœur de l'observation, pour des raisons à la fois linguistiques – observer un « profil » en langue française cette fois – et de représentativité – @afpfr condense en son sein l'hétérogénéité des autres « fils », en republiant quasi systématiquement les contenus de ces derniers.

Figure 6 : Les espaces de l'observation participante : *le corpus primaire*

Profils retenus	Liens URL
Twitter @afpfr	https://twitter.com/afpfr
Facebook @AFPnewsenglish	https://www.facebook.com/AFPnewsenglish/?ref=br_rs
Instagram @afpphoto	https://www.instagram.com/afpphoto/
Tumblr @afp-photo	http://afp-photo.tumblr.com/

Ces quatre profils fondent ce que l'on peut appeler le *corpus primaire*, car c'est à partir d'eux que se déploient la démonstration et le questionnement initial de la thèse. Néanmoins, seuls, ils ne suffisent pas à engager une réflexion et une analyse complète du sujet – tel qu'il a été envisagé d'un point de vue communicationnel. Ainsi, un *corpus secondaire* a été mobilisé à partir d'espaces d'observation hors « réseaux sociaux », mais toujours détenus par l'Agence. Ont été retenus le site internet de

³⁹ Laurence BARDIN. *L'analyse de contenu*, op. cit., p. 127.

l'AFP fondé initialement en 1995 – réactualisé en 2012 –, le site de vente des photographies « Image Forum » crée en 1997 – renommé « AFP Forum » en 2014 –, et le « blog » des « coulisses de l'information » lancé en 2012 et appelé « Making-of ».

Figure 7 : Espaces numériques adjacents : *le corpus secondaire*

Autres sites de l'AFP	Liens URL
Site officiel	http://www.afp.com/fr/
Plateforme de vente « Image Forum »	http://www.afpforum.com/
Blog « Making-of »	https://making-of.afp.com/

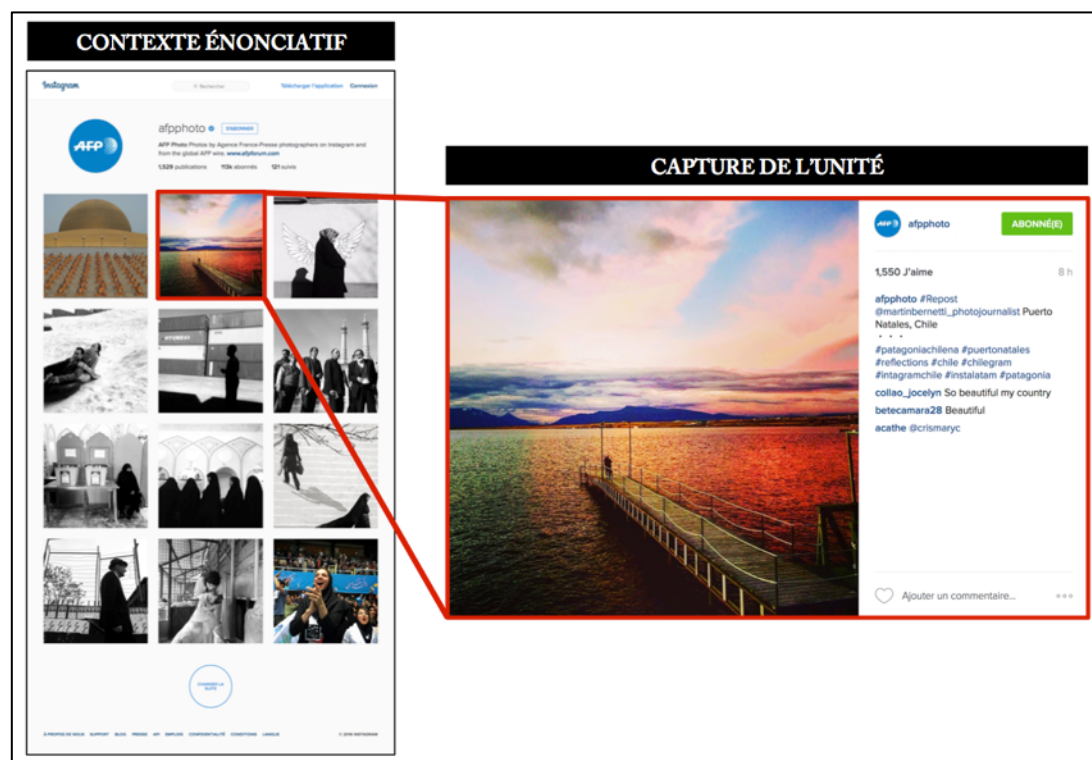
Enfin, analyser une entreprise journalistique et des « réseaux sociaux », c'est aussi faire face à des discours d'escorte « nécessaires à tout processus de légitimation d'une innovation médiatique⁴⁰ » et à l'institutionnalisation d'une pratique professionnelle. Ensemble, ces discours fondent ce que l'on appelle un *corpus intermédiaire*, ils éclairciront les représentations et imaginaires qui circulent *autour* et *avec* les objets étudiés.

La capture de ces photographies, parce qu'elles sont continuellement publiées sur les « réseaux sociaux » et qu'elles semblent intimement liées à un processus d'information au quotidien – et non d'élection symbolique comme la « collection » –, a demandé une réflexion particulière quant à la temporalité du recueil des données. Pour des questions à la fois de quantité – d'images – et de représentativité – sociale –, c'est le mois de février 2016 qui a été retenu pour délimiter la durée de la saisie – du 1^{er} au 29 février. À cette démarcation, que l'on peut qualifier de « macro », s'ajoute une contrainte « micro », celle de recueillir les informations à divers moments de la journée en alternant les périodes – par exemple, commencer le recueil un lundi matin, le finir un vendredi après-midi, puis inverser ces moments la semaine suivante. La problématique de la temporalité est liée à celle de l'observation participante, chercher la synchronie – technique, sociale – au dispositif, tout en préservant une posture distanciée, inhérente à celle du chercheur.

⁴⁰ Valérie JEANNE-PERRIER. « Journalistes et réseaux sociaux », *op. cit.*, p. 141.

Du point de vue de la saisie concrète des données, un dispositif bi-écran a permis de faciliter le recueil « manuel » des unités. Ces unités ont été ensuite mécaniquement captées grâce à l'outil « capture d'écran », mis à disposition par l'architexte propriétaire de l'ordinateur. Un logiciel supplémentaire, *Paparazzi*, a été nécessaire pour capturer l'extensivité des « fils » – quand ils dépassaient la taille de l'écran. Ainsi, cela nous a permis d'opérer une capture précise des unités tout en préservant dans la mesure du possible leur contexte énonciatif propre. Si l'on reprend l'exemple de la photographie de Martin Bernetti, publiée le 29 février 2016 sur Instagram – @afpphoto –, cela donne l'exemple suivant :

Figure 8 : Les niveaux de capture d'écran



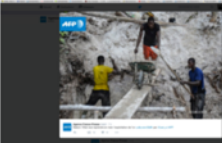
Sources : Captures d'écran du 29/02/2016, compte Instagram @afpphoto.

Cette disposition mécanique nous permet d'obtenir des *corpora*, mais sans organisation éditoriale, ils ne forment pas encore un corpus stable. En observant le travail visuel opéré par l'historien de l'art Aby Warburg, dans le traitement de la quantité par l'organisation en « tables d'images » à travers l'*Atlas Mnémosyne*⁴¹, il est

⁴¹ Aby WARBURG. *L'Atlas Mnémosyne*. Paris, L'Écarquillé, 2015, 197 p.

alors apparu qu'au-delà du simple « Imp[rimer]Ecr[an]⁴² » – pour reprendre les termes utilisés par Gustavo Gomez-Mejia – il est crucial de produire des *machines de lecture* laissant à l'observateur la possibilité d'élaborer – à partir de celles-ci – ses propres « cristaux de lisibilité⁴³ ». Ces « machines » ont été élaboré de manière à ce que le lecteur puisse retracer la quotidienneté du protocole d'observation et donc, en creux, de l'expérience concrète des images de presse ainsi capturées dans le dispositif. Si l'on reprend à présent l'exemple de la photographie de « la barquette de frites » prise par Kazuhiro Nogi et publiée le 17 février 2016 sur le compte Twitter @afpfr, cela donne l'exemple suivant⁴⁴ :

Figure 9 : Extrait de la machine de lecture mis en place pour le compte Twitter @afpfr

Date capture	Date publi	Lien	Statut	Image	Légende	Hashtag	Qualité	Auteur	Likes	Part ages
17/02 16H23	17/02 08H20	https://twitter.com/KaufmannAudrey/status/699855827318931456	Replication de l'AFP à partir https://twitter.com/KaufmannAudrey travaille à l'AFP		En Asie, l'appétit pour la viande va peser lourdement sur le climat http://u.afp.com/ZcHp #AFP	#AFP	1,000 x 665 JPEG 167,888 bytes (164 kilobytes)	Bay Ismoyo	15	17
17/02 16H23	17/02 09H50	https://twitter.com/afpfr/status/699878469530812418	Publication avec lien associé (Boursorama)		Gabon: l'Etat veut reprendre en main l'exploitation de l'or http://u.afp.com/Zc9h par @Leci_a #AFP	#AFP	1,000 x 662 JPEG 169,257 bytes (165 kilobytes)	Colia Lebur	10	19
17/02 16H23	17/02 11H00	https://twitter.com/afpfr/status/699896178767343616	Publication avec lien associé (Yahoo)		Les frites au chocolat suffiront-elles à sauver McDonald's au Japon ? http://u.afp.com/ZcCk #AFP	#AFP	1,000 x 685 JPEG 82,966 bytes (81 kilobytes)	Kazuhiro Nogi	25	56

Source : Capture d'écran de la machine de lecture Twitter @afpfr au 17 février 2016, le 06/06/2018.

L'image est ainsi réinscrite dans sa temporalité – aussi bien de publication que de capture – et reproduite dans la *séquentialité* propre aux « réseaux sociaux ». Grâce à ce dispositif, nous essayons de recueillir le plus grand nombre d'informations : de la reproduction de la légende, à l'auteur des photographies en passant par les « mots clés » – ou « hashtags » – ainsi que les « likes » et les « commentaires » associés aux

⁴² Gustavo GOMEZ-MEJIA. *De l'industrie culturelle aux fabriques de soi ? Enjeux identitaires des productions culturelles sur le Web contemporain*. Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, sous la direction de Bruno Ollivier, Paris IV Sorbonne, 2011, p. 19.

⁴³ Georges DIDI-HUBERMAN. *Atlas ou le gai savoir inquiet. L'œil de l'histoire*, 3. Paris, Les Éditions de Minuit, 2011, p. 15.

⁴⁴ Voir annexes.

publications. La mise en place de ces machines a aussi pour intérêt de permettre une lecture à la fois factuelle et analogique. Factuelle dans la mesure où c'est la « grégarité de la répétition⁴⁵ » qui prime. Analogique ensuite, parce que cette *mise en visibilité* produit nécessairement – et chez chaque lecteur – des associations textuelles entre les différentes unités représentées. La fabrique des *corpora* nous a donné des « lignes de fuite⁴⁶ », et nous devons assumer une démarche – puis une interprétation – forcément « lacunaire, parfois complétée par des trouvailles aléatoires⁴⁷ ». La machine de lecture est un « objet cosmopolite » – dans le sens que lui donne Georges Didi-Huberman : « c'est un montage d'hétérogénéités culturelles, culturelles et temporelles⁴⁸ ». C'est le geste interprétatif du chercheur – entendu comme *haruspex* – qui détermine un sens – une direction, puis une signification – à l'ensemble de ces « paquets signifiants⁴⁹ ». C'est la mise en évidence de « cristaux de lisibilité » qui nous a ensuite mené vers ces « lignes ». Ce qui veut dire qu'à partir de ce corpus, d'autres hypothèses et fondamentalement d'autres thèses, sont possibles. La fabrique des *corpora* répond donc à un principe de « latitude méthodologique⁵⁰ », avec « des libertés, et des exigences⁵¹ ».

Enfin, le montage des « paquets » est soutenu par le point de vue ethnologique. Un *carnet exploratoire* a en effet été nécessaire pour pallier la « labilité⁵² » et le « fatras⁵³ » des écrits d'écran, en notant les métamorphoses, les contraintes, les régularités/irrégularités auxquelles la collecte des données nous a quotidiennement engagé.

⁴⁵ Roland BARTHES. *Leçon*. Paris, Éditions du Seuil, 2015 [1978], p. 15.

⁴⁶ Gilles DELEUZE et Félix GUATTARI. *Mille plateaux. Capitalisme et Schizophrénie II*. Paris, Les Éditions de Minuit, 1980, p. 264.

⁴⁷ Gustavo GOMEZ-MEJIA. *De l'industrie culturelle aux fabriques de soi ? Enjeux identitaires des productions culturelles sur le Web contemporain*, *op. cit.*, p. 21.

⁴⁸ Georges DIDI-HUBERMAN. *L'Atlas Mnémosyne*, *op. cit.*, pp. 42-43.

⁴⁹ Eliséo VÉRON. « Sémiotique de l'idéologie et du pouvoir ». *Communication*, 1978, n°28, p. 12.

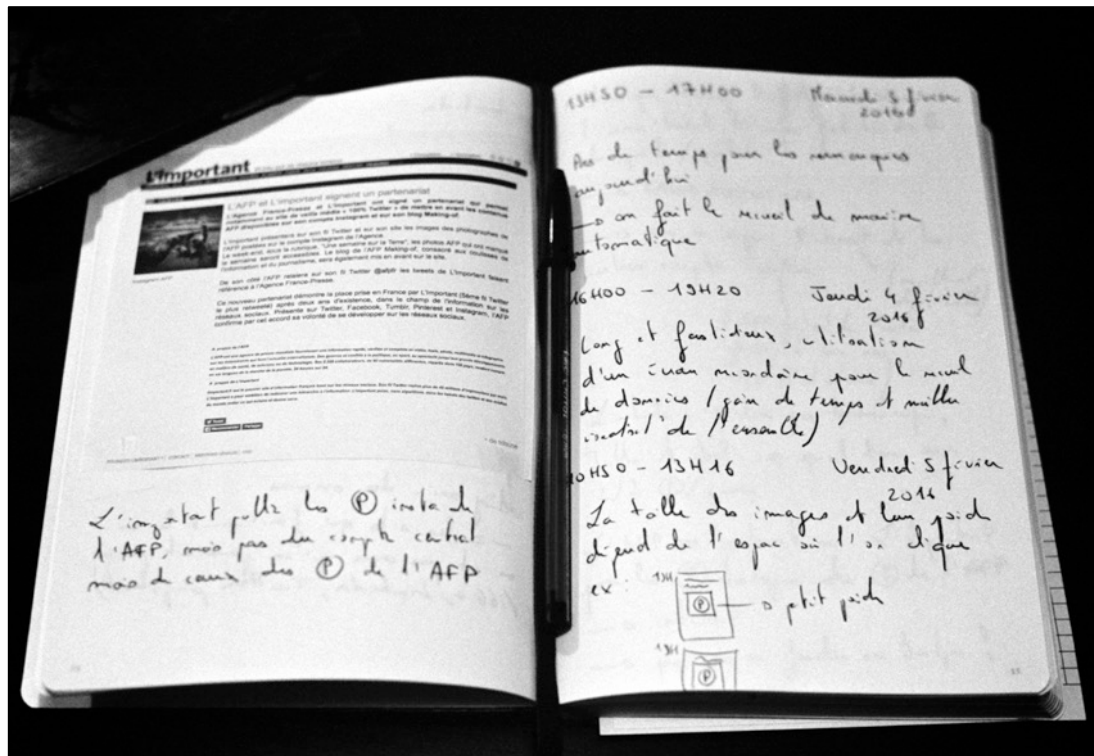
⁵⁰ Yves JEANNERET. *Penser la trivialité. Volume 1, la vie triviale des êtres culturels*. Paris, Lavoisier, 2008, pp. 232-236.

⁵¹ *Ibid.*, p. 232.

⁵² Julia BONACCORSI. « Approches sémiologiques du web », *op. cit.*, p. 136.

⁵³ Marie DESPRÉS-LONNET. « Écrits d'écran : le fatras sémiotique ». *Communication & langages*, n°142, 4ème trimestre 2004, pp. 33-42.

Figure 10 : Extrait du carnet exploratoire



■ La rationalisation du geste « haruspistique »

Les étapes de la lecture flottante à la problématisation ont délimité un corpus, qui a ensuite été élaboré sous la forme d'une machine de lecture. Ensemble, les étapes de la lecture orientent à présent des hypothèses, déjà largement esquissées à partir des exemples du « paysage saturé » et de la « barquette de frites », et qu'il faut maintenant tenter de *rationnaliser*. Si ces deux cas ont été volontairement sélectionnés, de par leur degré d'opposition aux praxis énonciatives les plus saillantes du domaine photojournalistique – le registre des « photos-chocs » –, ils guident à présent la formulation de deux hypothèses.

Notre première hypothèse porte un regard *épistémique* sur l'objet en posant que la photographie de presse est animée par des régimes de croyance, sédimentés par des postulats théoriques, des pratiques professionnelles et des supports d'énonciation.

Si la photographie du « paysage saturé » de Martin Bernetti semble contredire les styles stratégiques développés par le photojournalisme de la « collection », il remplit néanmoins les effets de vérité du support numérique – en tant qu’« être culturel⁵⁴ ». Par l’extrême, cette photographie nous questionne quant au *contrat de véridiction* qui s’établit entre des objets d’un côté – les images de presse – et les sujets épistémiques de l’autre⁵⁵. Inscrite dans le temps long de l’histoire culturelle, cette première hypothèse vise à délimiter les différents niveaux de pertinence de l’analyse du « faire-croire⁵⁶ », et elle édifie ce que l’on a appelé *le régime de l’emprise*, mu par des épreuves de transformation et d’altération des objets culturels au sein de la « trivialité⁵⁷ ». Cette hypothèse se trouve résumée dans la proposition de Jose Luiz Fiorin quant à l’impact de l’histoire sur le champ de la sémiotique :

Ces pratiques [de sens] produisent un effet de naturalisation du discours : surdéterminés par la modalité de la nécessité (*devoir être*), les discours ainsi engendrés acquièrent une valeur de vérité telle qu’ils sont jugés conformes à la réalité. Le premier geste politique du sémioticien consiste par conséquent à démasquer cette naturalisation du discours en exposant sa contingence (*ne pas devoir être*). Pour ce faire, le sémioticien dévoilera son caractère historique, qui annule l’effet de sens de la naturalisation⁵⁸.

Pour ces raisons, la démonstration se déroule en trois grands axes : un premier chapitre qui permet d’évaluer les aspects proprement sémiotiques impliqués dans les modes d’appréhension et de croyance en l’image photographique, à partir de deux régimes interprétatifs distincts – celui de l’indice et celui de l’icône – ensuite combinés à deux instances techniques – le chimique et le numérique – qui nous permettent de comprendre comment s’opère « la fixation de la croyance ». Le deuxième chapitre resitue l’institutionnalisation progressive du journalisme

⁵⁴ Milad DOUEIHI. *Qu’est-ce que le numérique ?*. Paris, PUF, 2013, p. 13.

⁵⁵ Algirdas Julien GREIMAS et Joseph COURTÈS. « Croire », *op. cit.*, pp. 76-77.

⁵⁶ « Sur l’axe de communication [...], le “croire” s’oppose au “faire-croire” (ou persuasion) et correspond, par conséquent, à l’instance de l’énonciataire qui exerce son faire interprétatif, alors que le “faire-croire” est l’œuvre de l’énonciateur chargé du faire persuasif », *ibid.*, p. 77.

⁵⁷ « Les objets et les représentations ne restent pas fermés sur eux-mêmes mais circulent et passent entre les mains et les esprits des hommes » dans Yves JEANNERET. *Penser la trivialité*, *op. cit.*, p. 7.

⁵⁸ Jose Luiz FIORIN. « Sémiotique et histoire ». *Actes Sémiotiques* [en ligne]. 2017, n°120, URL : <<http://epublications.unilim.fr/revues/as/5816#dialogue7>> document créé le 24/02/2017, (consulté le 06/06/2018).

photographique, en interrogeant les pratiques et leur reconstitution en normes interprétatives, ainsi que la place de l'AFP dans l'édification du photojournalisme agencier. Ce chapitre constitue les « pratiques du faire-croire ». Le troisième axe s'intéresse à l'exposition numérique des photographies de l'AFP sur les « réseaux sociaux », et aux « manières de croire » impliqués dans ces nouvelles modalités d'exposition – questionnées en tant que telles. Cela permet de démontrer qu'il se forme ce qu'on appelle un « régime de croyance mixte », à la jonction des croyances sémiotiques, des règles institutionnalisées par la pratique et des nouvelles « manières de croire » amenées par la culture « numérique ».

Notre deuxième hypothèse apporte un regard *généalogique* sur l'objet, en postulant qu'il est possible de définir la condition d'exposition « numérique » des photographies de presse agencière comme une « mise au *ban* » de l'AFP sur les « réseaux sociaux ».

Car si la photographie de Kazuhiro Nogi semble contredire en tout point les effets de sens et de vérité des « photos-chocs », en proposant une photographie d'une extrême banalité, c'est justement parce que cette « banalité » sera interrogée comme le critère d'appréciation de la mise en exposition des photographies de presse agencière sur les « réseaux sociaux ». Mais à la seule condition de redonner un sens plein au concept de « banalité », en revenant notamment sur les origines, fondements et représentations – sociales, économiques, juridiques – du *ban* au Moyen Âge, tout en concevant sa transformation et sa réhabilitation conceptuelle, à l'aune des prérogatives des dispositifs de « réseau ». Cette seconde hypothèse développe ce que l'on peut appeler – avec Adeline Wrona⁵⁹ – une *poétique de la saisie*, mettant en jeu des médiations de la communication, au regard d'un « besoin mimétique⁶⁰ », façonnant la représentation journalistique. Pour cela, il est impératif de poser comme base méthodologique que les « réseaux sociaux » sont des dispositifs, dans le sens qu'ont donné à ce terme Emmanuël Souchier et Yves Jeanneret :

⁵⁹ Adeline WRONA. *Face au portrait. De Sainte-Beuve à Facebook*. Paris, Éditions Hermann, 2012, pp. 17-19.

⁶⁰ *Ibid.*, p. 19.

Un dispositif est l'ensemble qui relie le substrat matériel et technique de la communication et les formes langagières et énonciatives qu'il rend possibles⁶¹.

À partir de ces définitions, la démonstration aura pour objectif d'interroger et de décrire les *banalités numériques*. Le premier axe développera une approche à la croisée de la réflexivité théorique et de l'expérience de la durée sur les dispositifs d'exposition « numérique ». Le banal y sera questionné dans son rapport au *quotidien*. Le deuxième axe aborde le dispositif sous l'angle de l'énonciation éditoriale, « attendu qu'elle prend en compte les données sémiotiques, matérielles et visuelles du texte⁶² ». À travers cette étude, c'est la *puissance synoptique* du phénomène de banalisation des « réseaux » qui sera explicité. Enfin, le dernier axe a pour vocation la « poétique [visuelle] de la mimésis journalistique⁶³ ». À travers l'analyse de la « rhétorique de l'évidence », il s'agira de montrer que les « pratiques textuelles⁶⁴ » dépendent des enjeux de la médiation de la communication, qui demande notamment une lisibilité parfaite du discours agencier. Ce dernier point définit l'*ethos* de l'exposition banale.

▪ Des sutures méthodologiques à l'indiscipline : « au-delà des signes voir du sens⁶⁵ »

La formulation des hypothèses a dessiné les contours d'une approche méthodologique à la croisée des influences théoriques portées sur l'objet étudié. La co-diplomation de cette thèse, entre un laboratoire ancré dans les sciences de l'information et de la communication et un second orienté vers la sémiotique, a nécessité une orientation à la jonction des terrains et des concepts de chacun. La valeur heuristique d'une telle orientation n'est pas sans poser quelques problèmes : est-il question de faire de la sémiotique dans la communication, ou de la communication dans la sémiotique ? À partir de quels concepts et dans quels

⁶¹ Yves JEANNERET et Emmanuël SOUCHIER. « Dispositif/Dispositif d'énonciation ». Dans Driss ABLALI et Dominique DUCARD (dir.). *Vocabulaire des études sémiotiques et sémiologiques*. Paris, Honoré Champion, 2009, p. 185

⁶² Emmanuël SOUCHIER. « Formes et pouvoirs de l'énonciation éditoriale ». *Communication & langages*, n°154, 2007, p. 33.

⁶³ Adeline WRONA. *Face au portrait, op. cit.*, p. 18.

⁶⁴ Pierluigi BASSO FOSSALI et Maria Giulia DONDERO. *Sémiotique de la photographie, op. cit.*, pp. 69-70.

⁶⁵ Jean-Jacques BOUTAUD et Eliséo VÉRON. *Sémiotique ouverte, itinéraires sémiotiques en communication*. Paris, Lavoisier, 2007, p. 46.

domaines est-il possible de lier les deux approches ? Dans son article sur « La prétention sémiotique dans la communication », Yves Jeanneret résume la situation en ces termes :

D'un côté, les Sic, qui entendent faire du processus de communication, dans toute sa concrétude un objet de connaissance mettent en question, explicitement ou implicitement, le statut de l'analyse sémiotique. De l'autre, la sémiotique, déterminée dans son histoire par la déontologie du discours linguistique, s'étonne des libertés que les chercheurs en communication prennent avec ce qui semble à beaucoup le canon de la rigueur scientifique⁶⁶.

Puis il ajoute que « cette situation, génératrice de polémiques, peut être aussi regardée comme une chance pour un débat théorique nécessaire⁶⁷ ». Cette « chance », nous devons tenter de la traduire dans les termes de l'une et de l'autre disciplines. Mais au lieu de parler de « traduction », nous proposons de poursuivre la formule d'Herman Parret, pour qui la jonction *s'opère* plus sûrement par la « suture » :

[La sémiotique] n'est pas au-dessus ou à travers les disciplines ou tout librement associée avec elles. Son rapport « sutural » avec l'anthropologie, la rhétorique, la phénoménologie, l'esthétique, ne manifeste aucune hiérarchie. On marche vers la « suture » la plus complète mais reste quand même la cicatrice, la limite interne. On fait, pour plus de méthode, comme si la cicatrice n'existait pas, n'était pas observable. C'est sans doute cette illusion qui rend possible la fécondation de la pensée devant l'hétérogénéité des phénomènes⁶⁸.

La valeur de la suture est de reconnaître, tout en en faisant fi, la limite interne de la cicatrice entre les disciplines, mais aussi dans les disciplines elles-mêmes, puisqu'il faut reconnaître – par exemple – l'« hétérogénéité du domaine sémiotique⁶⁹ ». Ainsi,

⁶⁶ Yves JEANNERET. « La prétention sémiotique dans la communication ». *Semen* [en ligne], 23 | 2007, mis en ligne le 19 juin 2009, URL : <<http://journals.openedition.org/semen/8496>> (consulté le 06/06/2018).

⁶⁷ *Ibid.*

⁶⁸ Herman PARRET. *Sutures sémiotiques*. Limoges, Lambert-Lucas, 2006, p. 10.

⁶⁹ Sémir BADIR. « Pour une sémiotique indisciplinée ». *Les signes du monde. Interculturalité et globalisation*, Actes du Congrès de l'Association internationale de sémiotique [en ligne], Lyon, 2004,

cette thèse reprend les problématiques posées par la sémiotique de la communication⁷⁰, la sémiologie du journal⁷¹, la sémiotique des écrits d'écran⁷² ainsi que la sémiotique de la photographie⁷³.

Il y aurait donc une suture à opérer entre disciplines – des Sic à la sémiotique –, une suture entre champs – les objets de la sémiotique –, mais aussi une suture entre domaines – les pratiques sémiotiques. La « cartographie de la recherche [...] sur la photographie⁷⁴ » proposée par Maria Giulia Dondero rend très bien compte de cette couture. C'est d'ailleurs l'impulsion syncrétique de cette dernière que nous tenterons de poursuivre, en mettant l'objet « photographie » au cœur des sutures disciplinaires :

L'enjeu de cette étude est de donner à la sémiotique intéressée par les objets culturels des instruments analytiques pour mieux les caractériser. En outre [...] ce livre cherche à construire un pont théorique entre la sémiotique peircienne et la sémiotique greimassienne, afin de réduire les aveuglements réciproques et d'avancer un programme de recherches finalement unifié sous l'égide d'une sémiotique des pratiques qui puisse expliquer la constitution locale des pertinences textuelles de *la photographie en tant qu'objet culturel vécu*⁷⁵.

La photographie n'est donc pas d'emblée pensée comme une « catégorie » théorique, mais plutôt réinterrogée dans « une approche communicationnelle globale ⁷⁶ », mobilisée par des pratiques et des pertinences textuelles dont « la question corollaire concerne la fidélité supposée et souhaitée, de l'image⁷⁷ » au réel ou à la vérité. « L'image exposée » questionne ces concepts, parce que sa problématisation est à la

URL : <https://orbi.uliege.be/bitstream/2268/170492/1/07%20BADIR_AIS_indiscipline.pdf> (consulté le 06/06/2018).

⁷⁰ Jean-Jacques BOUTAUD. « Sémiotique et communication. Un malentendu qui a bien tourné ». *Hermès*, 2004/1, n° 38, pp. 96-102.

⁷¹ Maurice MOUILLAUD et Jean-François TÉTU. *Le journal quotidien*. Lyon, Presses Universitaires de Lyon, 1989, 204 p.

⁷² Jean DAVALLON (dir). *L'Économie des écritures sur le web. Volume 1 : Traces d'usage dans un corpus de sites de tourisme*. Paris, Lavoisier, 2012, 288 p.

⁷³ Pierluigi BASSO FOSSALI et Maria Giulia DONDERO. *Sémiotique de la photographie*, op. cit.

⁷⁴ *Ibid.*, pp. 19-142.

⁷⁵ *Ibid.*, p. 14, (nous soulignons).

⁷⁶ Igor BABOU. « De l'image comme catégorie à une approche communicationnelle globale ». *Communication & langages*, septembre 2008, n°157, pp. 37-48.

⁷⁷ *Ibid.*, p. 37.

croisée des enjeux disciplinaires. Elle rend la synthèse du chercheur complexe, et infléchit la problématique interdisciplinaire à plusieurs niveaux de l'analyse.

Finalement, si la complexité de l'objet étudié invite à une exploration interdisciplinaire, c'est à condition de convoquer une « sémiotique indisciplinée⁷⁸ » au carrefour d'une vision communicationnelle des enjeux propres au sujet. Comme le soulignent Jean-Jacques Boutaud et Eliséo Véron, « au-delà des messages il s'agit de composer avec des usages, au-delà des signes voir du sens⁷⁹ ». Cette dernière proposition composera le cadre d'attente théorique de la problématique ainsi formulée, et elle dirige – dans un premier temps – le régime de l'emprise.

⁷⁸ Sémir BADIR. « Pour une sémiotique indisciplinée », *op. cit.*

⁷⁹ Jean-Jacques BOUTAUD et Eliséo VÉRON. *Sémiotique ouverte*, *op. cit.*