



**UNION DE LA PRESSE FRANCOPHONE**

**Section France**

[union@presse-francophone.org](mailto:union@presse-francophone.org)

Jean MIOT, Président

Gérard BARDY, Secrétaire Général

## Petit-Déjeuner Débat

Lundi 7 décembre 2015 - 8h45 au Press-Club – 75014 Paris - Hôtel Pullman 19 rue du Commandant Mouchotte

# Photojournalisme : de l'information à la manipulation

Après les polémiques régulièrement soulevées par la publication de photos de presse ou de reportages télé (enfant migrant noyé sur une plage en Grèce, par exemple), nous vous proposons de débattre sur **la place et le poids de l'image dans l'information aujourd'hui**. Du témoignage à la manipulation, favorisées l'une et l'autre par le développement incontrôlé des nouveaux médias et autres « réseaux sociaux », les professionnels du photojournalisme maîtrisent-ils encore l'information par l'image ? Jusqu'où aller pour témoigner sans choquer ? Qui décide du choix des images ? Les risques liés au direct et à l'information continue. Etc...

## Invités :

Jean-François LEROY,  
directeur de « Visa pour l'Image »



PHOTO/JEAN-LUC BOBIN / LINDEPENDANT.FR.  
<http://www.lindependant.fr/2012/07/19/hipstamatic-et-instagram-exasperent-le-directeur-de-visa-pour-l-image.153610.php>

Photographe journalistique, directeur et fondateur du festival Visa pour l'image. Reporter militant, Jean-François Leroy est directeur et fondateur de "Visa pour l'image", seul et unique festival mondial consacré au photojournalisme. Très tôt, il s'initie aux techniques du labo-photo auprès de sa tante, rédactrice en chef de *La Vie catholique*, et se passionne pour les images de Larry Burrows et de David Douglas Duncan. rédacteur en chef adjoint au journal *Photoreporter*, collabore à *Photorevue* (pseudo Patrice Tounet, critiques de livres et d'expositions pour *La Vie*. rédacteur en chef à *Photo magazine*, de 1984 à 1987, puis agence Sipa. 1989 : décide de créer et de diriger le festival international du photojournalisme Visa pour l'image à Perpignan pour offrir un regard singulier sur l'actualité mondiale et réhabiliter le rôle anthropologique des clichés contemporains. Nommé chevalier des Arts et des Lettres et président de la société Images-Evidences. Source : [www.evene.fr](http://www.evene.fr)

<http://www.visapourlimage.com/>

Dimitri BECK  
rédacteur en chef Polka Magazine



Source photo : [fipcom.net](http://fipcom.net)

pour M. Alain GENESTAR, ancien patron de Paris-Match,  
directeur-fondateur de « Polka »

[www.polkamagazine.com](http://www.polkamagazine.com)



De gauche à droite : Edouard Genestar, Éditeur ; Joëlle Ody, conseillère éditoriale ; Yemeli Ortega, stagiaire, Dimitri Beck, rédacteur en chef, Alain Genestar, Directeur de la publication, Brigitte Genestar, Secrétaire Générale

Patrick EVENO, universitaire,  
président de l'ODI, Observatoire de la Déontologie  
de l'Information



Source photo : Patrick Eveno : « L'information n'a jamais été rentable » [http://www.lesechos.fr/14/03/2011/LesEchos/20889-133-ECH\\_patrick-eveno---l-information-n-a-jamais-ete-rentable---.htm#TLvpuFZYJg35Zkrp.99](http://www.lesechos.fr/14/03/2011/LesEchos/20889-133-ECH_patrick-eveno---l-information-n-a-jamais-ete-rentable---.htm#TLvpuFZYJg35Zkrp.99)

Professeur agrégé lycée Jean Renoir de Bondy jusqu'en 1990, puis à l'Université Paris X-Nanterre. Docteur en histoire en 1996, maître de conférences puis professeur des universités en histoire contemporaine à l'Université Paris I Panthéon-Sorbonne et membre du laboratoire IDHE. Enseigne l'histoire des médias en licence et dans les Masters recherche « Histoire et audiovisuel » et « Histoire des sociétés occidentales contemporaines ». dirige le Master professionnel « Communication du savoir, technologies de la connaissance et management de l'information ». a enseigné à l'École supérieure de journalisme de Lille et à l'Institut pratique du journalisme à Paris. a dirigé le sous-pôle « concentration, pluralisme et développement » des Etats généraux de la presse écrite où il a plaidé pour la création d'un observatoire du pluralisme et de la transparence dans les médias. a participé à la Commission de réforme des aides à la presse. membre de l'Association de préfiguration d'un Conseil de presse et de l'Observatoire de la Déontologie de l'Information - président depuis fév. 2014. En janvier 2013, nommé par Aurélie Filippetti à la Commission de réflexion sur la réforme des aides à la presse. frère de Bertrand Eveno, énarque, PDG de l'AFP de 2000 à 2005. a été rédacteur en chef de la revue semestrielle *Le Temps des médias* et secrétaire général de la Société pour l'histoire des médias de 2000 à 2007.. Source Wikipedia.

[www.odi.media](http://www.odi.media)

# Sommaire

<b>Invités :</b>	<b>2</b>
<b>Sommaire</b>	<b>3</b>
<b>Introduction</b>	<b>6</b>
... photo d'Aylan, l'émotion	7
<b>Echanges</b>	<b>8</b>
<b>Le photojournalisme aujourd'hui en France</b>	<b>8</b>
...l'instantanéité nuit à la réflexion, nuit à la vérification de l'info	8
...la photo d'Aylan	8
...tous les magazines ont vu leur budget photo divisé par 8 ou 10, en 20 ans	9
...« archive » ou « illustration »	9
...abrogation complète du DR et photos de communication	9
...une non-vision journalistique	9
...montrer la course du monde	10
... pour avoir une vision et inscrire un travail journalistique, il faut du temps	10
...L'image, elle va plus vite, elle va plus fort, elle cogne au plexus... C'est l'émotion	11
...l'image parlait plus que le discours	11
...Il y a toujours eu une censure	11
... profusion d'images et loi de l'offre et de la demande	11
<b>Photos à publier, ou non, manipulées, ou non</b>	<b>12</b>
...diffusées, retouchées, recadrées	12
...Les Observateurs. Vérification, datation	12
...contributions amateurs	13
<b>Déontologie</b>	<b>13</b>
...« tout le monde », maintenant, c'est les réseaux sociaux	13
...il n'y a pas de déontologie sans liberté d'informer	13
<b>La mort dans la photo</b>	<b>13</b>
...la règle éditoriale du « mort-kilomètre »	13
...World Trade Center, pas une seule photo de victime	14
... où et comment placer le curseur ?	14
<b>De l'objectif de l'impact</b>	<b>14</b>
...la photo d'Aylan : exploitation, manipulation ?	14
... une photo ne s'impose pas si l'opinion n'est pas mûre	15
...pas des photos de propagande [...] C'est la rentrée et il y a la photo : au lieu d'amener ce petit garçon, Aylan, à l'école, et bien lui, il est mort sur les plages turques	15
...un impact parce qu'elle est très lisible, très simple	15

<b>Le temps de l'enquête et l'instant idoine</b>	<b>15</b>
...les journalistes sont là aussi pour descendre dans la rue cette réalité elle est au bas de chez nous	16
...on en est à causer, aujourd'hui, sur la mort, 15 ans après le travail de fond des photojournalistes pour nous montrer ce qui se passe, du drame d'un enfant qui est mort et qui s'est échoué sur une plage	16
<b>Le choix éditorial</b>	<b>16</b>
Derrière... il y a des gens qui prennent des décisions	16
...il faut assumer un parti-pris	16
<b>Apprendre à comprendre</b>	<b>17</b>
... manque d'éducation à l'image	17
... l'importance de la légende	17
... photo d'amateur	17
...rencontre de hasard ou rencontre provoquée avec l'info	17
...La nécessité d'une légende	18
...de l'importance de la légende	18
<b>Photojournalisme : de l'information à la manipulation</b>	<b>18</b>
...ce qui pose problème, c'est toutes les photos manipulées que les gens prennent pour argent comptant	18
...les légendes urbaines sont démultipliées. « <i>Les gazettes survivront en ce qu'elles feront taire les faux bruits</i> »	19
...les fakes vite identifiés	19
... vérification de l'information et réflexion éditoriale	19
... il n'y a pas obligation de publier	19
...débat et progressivité dans la publication	20
...savoir pourquoi ça fait débat	20
<b>Echanges avec la salle</b>	<b>21</b>
...un temps magique où il y avait, dans tous les cas, des rédactions derrière les photos	21
...photos truquées sur le web	21
...gendarmes et voleurs	21
...Omayra Sanchez	21
« <i>est-ce qu'on diffuse ou non ?</i> »	22
...c'est clair, il faut une rédaction derrière la parution de photos qu'elles soient fixes ou animées	22
...Les films envoyés par Daech	22
...Convention de Genève	22
...on est confronté à des gens qui achètent	23
...faire, peut-être, de moins en moins bien notre travail, c'est ce qui se produit depuis de nombreuses années	23
Les moyens	23
... la vérité et l'objectivité n'existent pas	23
...même quand on a fait la photo, décider de ne pas la publier	23
...l'argent et la concurrence entre les médias	24
...La tranche info « ça ne rapporte pas »	24
...pour produire de l'information de qualité, comment fait-on ?	25
...aujourd'hui, le problème, c'est qu'on ne fait plus que du people et de moins en moins d'actu	25
...messieurs les journalistes, s'il vous plaît, arrêtez de vous plaindre tout le temps de l'argent	26
...aujourd'hui la plupart des journaux sont dirigés par des banquiers et des entrepreneurs	26

... l'argent n'est pas un souci en soi _____	26
...ce genre de photos, est-ce qu'on la montrerait dans les mêmes conditions si c'était un enfant européen, voire français, voire parisien _____	26
...cadrage et contexte _____	27
...dans les journaux, il n'y a plus d'iconographes, c'est regrettable _____	27
...la manipulation, c'est la photo publiée réutilisée à d'autres fins _____	27
...l'importance de l'éducation à l'image pour le discernement _____	28
... il y a d'abord quelqu'un seul face à l'image _____	28
...on est tous confrontés à être manipulés _____	28
...cadrage, force de l'image _____	28
...le conditionnement, parent pauvre de la manipulation _____	28
...si les spécialistes sont dépassés, comment fait-on ? _____	29
...Facebook véhicule tout et n'importe quoi, comment freiner ça ? _____	29
...le massacre de Saint-Denis négocié aux chaînes à 50, 100 ou 200€ par des petites frappes _____	29
...ils mettaient le feu pour pouvoir filmer ça et nous le vendre _____	30
...Facebook, c'est le Café du Commerce _____	30
...il faut qu'on montre bien que les rédactions professionnelles apportent une plus-value _____	30
...combat pour l'information, depuis 1631 _____	30
...une émission consacrée à la photo ? _____	30
...un bon orateur, il vous donne à voir _____	31
...aujourd'hui on est face à des outils qui sont mondiaux et oui, ça nous dépasse _____	31
...la puissance des outils _____	31
...aujourd'hui, l'information est produite et existe grâce à des milliers de journalistes qui sont seuls _____	31
...quand le 11 septembre 2001, je ne vois pas une photo de victimes au World Trade Center, je me dis « comment on informe ? ». _____	31
...les drames propres, c'est peut-être la raison de l'accoutumance _____	32
...seul le Stern a publié des photos de l'intérieur du Bataclan _____	32
<b>Histoires d'agence _____</b>	<b>34</b>
<b>Notes _____</b>	<b>38</b>
<b>Essai de synthèse : Place et poids de l'image dans l'information aujourd'hui _____</b>	<b>39</b>
<b>La rectitude photojournalistique est-elle la bonne question ? _____</b>	<b>39</b>

Le **photojournalisme** est une forme de journalisme combinant un texte journalistique et une série de photos de reportage légendées.

Le **reporter-photographe** est un journaliste qui réalise des photos et parfois aussi des vidéos, pour illustrer l'actualité ou dans le cadre de sujets magazine ou de commande. Parfois, il écrit aussi les légendes et le texte de son reportage.

## Introduction

**Jean Miot, président UPF Section France** : Il nous en manque encore un bon nombre qui étaient inscrits. Peut-être ont-ils mal supporté la nuit électorale ? Espérons qu'ils vont nous rejoindre. Vous vous souvenez de cette image qui avait provoqué l'émotion du petit Aylan [*Alan Kurdi, né en 2012, un jeune garçon syrien d'origine kurde, originaire de Kobané et réfugié de la guerre civile syrienne est mort noyé le 2 septembre 2015 à l'âge de trois ans*] et qui avait suscité, d'ailleurs, un embrasement sur les réseaux sociaux. Cette image avait d'abord été diffusée sur le Web, puis reprise dans la presse. Ça a suscité d'innombrables commentaires, des théories complotistes, théories sur la désinformation, la contestation des faits. Le « *Je suis Charlie* » a été remplacé par « *Je suis Aylan* ». Certains journaux, les premiers journaux ont été les journaux français qui l'ont reproduit, puis la presse européenne. Les agences de presse ont transmis très rapidement les clichés. Le *New York Times* s'était interrogé en se posant la question, « *est-ce que c'était une nécessité de publier ?* ». Ce sujet est toujours d'actualité. Nous avons estimé que ça méritait un débat et je remercie Monsieur Bardy d'avoir, d'ailleurs, eu l'idée de ce débat et d'avoir convié, je lui laisse le soin de présenter nos experts. Merci.

**Gérard Bardy, Secrétaire général UPF Section France** : Je suis un peu déçu qu'il y ait autant de chaises vides parce que nous avons très exactement 42 inscrits et donc nous sommes loin du compte. Mais, je pense que ça va venir, peut-être que la nuit électorale, effectivement, ou les embouteillages, expliquent en partie les absences. Nous allons encore commencer quand même pour ne faire prendre du retard à quiconque. Je vous présente nos trois intervenants et vous allez voir, nous avons ce matin un plateau de qualité. Je vais utiliser l'ordre alphabétique s'ils n'y voient pas d'inconvénient.

À ma droite, **Dimitri Beck**, au bout de la table. Dimitri Beck est rédacteur en chef de *Polka Magazine*. Il fut antérieurement directeur et rédacteur en chef de la première agence de photojournalisme afghane, à Kaboul, qui s'appelaît, je ne sais pas si je prononce bien, *Aina Photo* [*créée au sein de l'association humanitaire Aina*]. Il est également chargé de cours au département journalisme Sciences-Po Paris, où il enseigne le photojournalisme. Et il est membre d'un certain nombre de concours photo, de prix photos internationaux. Je le remercie d'être venu pas tout à fait au pied levé mais presque, parce qu'il remplace son patron, notre ami Alain Genestar qui pour des raisons personnelles, familiales, a dû renoncer. Mais je me réjouis d'accueillir Dimitri Beck.

Ensuite, **Patrick Eveno** qui est à ma gauche que beaucoup d'entre vous avez déjà eu l'occasion de rencontrer. Patrick Eveno est l'actuel président de l'*Observatoire de la Déontologie de l'Information*. Il est agrégé docteur en histoire. Il est spécialiste des médias, nous le savons. Il est professeur à *Paris I, Panthéon Sorbonne*, où il dirige les masters d'histoire des médias. Et il enseigne dans plusieurs écoles de journalisme, je crois, l'*ESJ Lille* toujours et aussi l'*IPJ Paris*. Ah, c'est fini ça, bon je suis un petit peu en retard, il faut que je mette mes fiches à jour.

Je termine par quelqu'un qui est assez emblématique de la profession de photoreporter, qui est **Jean-François Leroy**, qui est le directeur et le fondateur du festival « *Visa pour l'image* » de Perpignan, fondé en 1989, qui est, à ce jour encore, le seul festival mondial de photojournalisme.

**Jean-François Leroy** : « *dédié au photojournalisme* »

**Gérard Bardy** : Voilà, donc ça c'est un point fort. Il a collaboré à de nombreuses revues photos dans ses jeunes années : *Photo reporter, Photo Revue, Photos Magazine,...* Vous avez passé aussi un certain nombre d'années à *Sipa\**. Et puis, ce que l'on sait de vous, c'est que vous êtes un homme engagé et un fervent défenseur de la liberté d'expression. Je crois que c'est voir juste que de vous qualifier, que de vous présenter ainsi.

... photo d'Aylan, l'émotion

Merci à vous trois d'être venus. Jean Miot le disait il y a un instant, c'est la photo du petit Aylan, échoué sur cette plage dans des conditions tout à fait bouleversantes qui a suscité l'émotion jusque dans les rangs des adhérents de l'Union de la Presse Francophone qui se réunissait quelques jours après. Et un certain nombre de réactions, venant de professionnels, ne venant pas du grand public, de Madame Michu qui dit «*Ah ce pauvre gamin* » ; non, là, il y avait des réflexions beaucoup plus profondes. Et ce sont ces réflexions qui nous ont conduit à organiser ce petit-déjeuner débat où une large place sera faite aux questions et aux réponses car il ne s'agit pas d'arriver avec des discours, des théories, des thèses assommantes, mais simplement d'avoir un échange avec trois professionnels qualifiés.

## Echanges

**Gérard Bardy** : Je voudrai tout d'abord, d'un mot, qu'ils situent un peu le photojournalisme aujourd'hui en France. La France a été, elle l'est peut-être un petit peu moins, mais encore l'un des grands pays à avoir ses grandes agences photo, à avoir une couverture mondiale de la photographie, y compris d'ailleurs *l'Agence France-Presse\** qui eu longtemps, exclusivement, un service photo français et qui, à la fin des années 80, s'est lancée résolument dans le développement d'un service photo international, avec ses propres photographes ou en partenariat avec de grandes agences

régionales à travers le monde, pour aujourd'hui avoir un outil performant et une source de revenus très conséquente qui contribue très largement au chiffre d'affaires de l'agence. Mais, comment ne pas faire état de toutes ces grandes agences, *Kipa\**, *Sipa\** et j'en passe et des meilleures. Donc, aujourd'hui, la France occupe une place enviée, me semble-t-il, mais c'est vous qui allez nous le dire, dans cet univers du photojournalisme. Et quelle place voyez-vous aujourd'hui pour le photojournalisme, chez nous notamment. On va peut-être commencer par vous Jean-François.

## Le photojournalisme aujourd'hui en France

...l'instantanéité nuit à la réflexion, nuit à la vérification de l'info

**Jean-François Leroy** : Moi je dirais, oui, la France « a été ». Parce que la disparition des trois agences *Gamma*, *Sygma*, *Sipa*, enfin, *Sipa* vit encore, survit, donc, malheureusement, la « photo à la française » appartient l'histoire ancienne. Alors, moi je n'ai pas envie de faire le discours traditionnel sur « la révolution technologique qui a bouleversé le monde de l'image » puisque en 82, 83, par exemple, quand on prenait des photos au Liban, il fallait envoyer ses films à Paris ; ils étaient développés, édités, duplicatés [Réalisation d'un duplicata de..., reproduction d'un enregistrement sonore ou vidéo], puis emmenés dans les rédactions par des vendeurs. Aujourd'hui, on a un événement et on reçoit tous les photos sur nos Smartphones, sur nos ordinateurs. Et donc, ça c'est une révolution qui

a eu du bon. Du mauvais aussi, pour moi, parce qu'il n'y a plus le temps de la réflexion. Je trouve que l'instantanéité nuit à la réflexion, nuit à la vérification de l'info, et ça c'est un point qui semble pour moi très important.

**Gérard Bardy** : La vitesse est un risque, comme dans le texte.

...la photo d'Aylan

**Jean-François Leroy** : Complètement. Je pense qu'il faut, surtout sur une image... une image, elle peut... Vous avez parlé de la photo du petit Aylan. Qu'est-ce qui fait que cette photo a tellement « marché », a tellement plu, a été tellement reprise ? Alors que nous, Dimitri et moi, on pourrait vous montrer 50 photos de mêmes morts en traversant la Méditerranée, dont tout le monde s'est foutu et qui n'ont jamais eu l'audience... Enfin, moi, quelques



jours avant cette photo d'Aylan, il y avait cette photo d'une gamine qui m'avait bouleversé. Le corps d'une gamine entre deux morceaux de Zodiac qui flottait à la surface de l'eau. Et c'est une photo qui m'avait bouleversé, au moins autant que celle du petit Aylan. Alors pourquoi celle-là n'a pas eu de succès et pourquoi celle du petit Aylan a-t-elle tellement marqué les esprits ? Ça, je n'ai pas de réponse. Ça, c'est un premier point que je voulais aborder en termes d'évolution dans le photojournalisme.

...tous les magazines ont vu leur budget photo divisé par 8 ou 10, en 20 ans

Un point qui me semble important aussi. C'est évident que tous les magazines français et européens ont quand même vu leur budget photo divisé par 8 ou 10, en 20 ans. Ça c'est une réalité. Aujourd'hui, un sujet qui se vend à un magazine ou un hebdomadaire, qui se vend 4 ou 5.000 €, c'est exceptionnel, alors qu'il y a 20 ans un sujet....

**Salle :** 4-5.000 € pour une photo ?

**Jean-François Leroy :** Non, non, 4-5.000 € pour un sujet de six ou huit pages, ça devient exceptionnel alors que, il y a 10 ans, des sujets à 10 ou 15.000 €, c'était exceptionnel mais tout de même assez fréquent. Dernier point sur lequel je voudrai venir, un peu en préambule, c'est que, pour des raisons économiques il y a beaucoup, beaucoup, de patrons de journaux qui font appel soit à des photos d'illustration, c'est-à-dire des photos qui illustrent un événement mais qui ne sont pas en rapport direct avec lui, et puis enfin, je voudrai...

**Salle :** Pour des raisons économiques ?

...« *archive* » ou « *illustration* »

**Jean-François Leroy :** Pour des raisons économiques oui. Mais il y a une vraie question à se poser parce que, souvent, il n'est pas précisé dans la légende « *archive* » ou « *illustration* ». Donc, le lecteur pourrait croire

que c'est lié à l'info qu'on lui donne et ce n'est souvent plus le cas.

...abrogation complète du DR et photos de communication

Et puis, dernier point que je voudrai soulever pour la réflexion de tout ça, c'est : le ministère de la Culture est en train de réfléchir à une abrogation complète du DR, c'est-à-dire la photo droits réservés, parce que sous cette appellation « *droits réservés* », on bafoue le droit des photographes. Et puis, c'est malheureux mais c'est vrai, on récupère de plus en plus souvent des photos de communication. Alors la communication, les photos de communication, elles sont fournies par les fabricants de voitures, par les fabricants de cosmétiques, mais aussi, et il faut le dire, par les partis politiques, quels qu'ils soient. Et ça, c'est un vrai problème. Moi je trouve que des photos en politique, qui sont des photos produites, éditées, contrôlées par les candidats, de droite ou de gauche, c'est quand même un véritable problème dont il faut prendre conscience.

**Gérard Bardy :** C'est une façon de contrôler l'image aussi, c'est un peu comme un conseiller politique d'un élu qui va près du caméraman lui dire « *et bien tu prends cet angle-là* ».

**Jean-François Leroy :** D'accord, mais juste, il faut préciser que « *ces photos ont été contrôlées par les candidats* » et ça on ne le fait pas assez. Voilà.

**Gérard Bardy :** D'accord. Dimitri, dans la foulée.

...une non-vision journalistique

**Dimitri Beck :** On parlait de raisons économiques, enfin Jean-François évoquait les raisons économiques et les bouleversements technologiques, je dirai qu'aujourd'hui il y a un gros problème : il y a une non-vision journalistique. Si la photo du petit Aylan échoué sur une plage turque début septembre dernier ont bougé les gens, ont fait réagir, c'est bien la

preuve de la force d'une image. Et pourtant, on a écrit, on a beaucoup lu sur ce drame qui se passe depuis des années, avec des milliers d'enfants qui sont déjà morts, je ne parle pas plus de leurs parents, on a des chiffres. Donc, une image, un moment donné, publiée en premier, je crois, par *The Independent* en Angleterre, repris par le *Guardian* et ensuite par le reste de la presse internationale... les Français ont été « *en arrière* » puisque le premier journal quotidien, si je ne me trompe pas, c'est *Le Monde*, l'après-midi dans sa version, donc le lendemain, après que ça fasse véritablement un boom sur les réseaux sociaux et dans la presse et que tout le monde...,

...montrer la course du monde

D'ailleurs, on était à « *Visa pour l'image* », donc le festival de Jean-François Leroy, et énormément de journalistes sont venus nous voir, nous interviewer, que ce soit presse écrite, radio, télévision, c'était incroyable. **À un moment donné, il y avait une attention pour la photographie et pour un sujet.** Ce n'est pas uniquement la photographie. Nous, on est là. Notre métier ça consiste à éditer, mais à éditer des choses qui existent, à montrer la course du monde, et ça il ne faut pas l'oublier. On n'est pas là pour juste valoriser le travail des photographes-artistes. On est là pour montrer, valoriser, s'intéresser, décrypter, analyser, le travail de gens qui passent leur vie sur le terrain, et à être aussi attentifs à ce qui est ce passe, pour essayer de mieux comprendre ce qui se passe aujourd'hui. Et d'ailleurs, certainement, là, il y a des photojournalistes qui essaient de réaliser, de continuer leur travail, sur le Front National, sur l'éclatement de différents partis politiques traditionnels en France... voilà, c'est ça aussi ce métier.

... pour avoir une vision et inscrire un travail journalistique, il faut du temps

Donc il faut, je fais un lien avec l'aspect économique, pour qu'un photographe puisse

travailler convenablement, pour qu'il puisse avoir une vision et inscrire un travail journalistique, il lui faut du temps. Il faut qu'il y ait également une rédaction derrière pour l'accompagner. Il faut qu'il y ait des gens pour éditer son travail. 1, Il y a de moins en moins d'argent pour acheter le travail des photographes. Et 2, Il y a de moins en moins de personnes pour aider, conseiller, soutenir et porter le travail des photographes. Personnellement, moi j'ai le sentiment que depuis quelques années (moi j'ai commencé ce métier à la fin des années 90) qu'il y a de moins en moins de gens, une perte de savoir-faire dans les rédactions, en particulier françaises, en ce qui concerne le photojournalisme et que des grands noms, qui sont les invités habituels du festival de Jean-François, et bien eux « *partent petit à petit* » et il y a des moments où je me dis « *elle est où la relève de ces gens qui ont à la fois de ces gens qui n'ont pas uniquement une connaissance de la photographie mais à la fois une connaissance une vision du monde, un décryptage du monde, et qui se posent des questions* ». Et nous, comme nous sommes journalistes, quand on voit une photo, on s'interroge, on pose la question. Premier réflexe quand on voit la photo du petit Aylan sur la plage, c'est de se dire « *où, quoi, comment, qui?* ». On répond aux questions habituelles et ce n'est pas juste « *ah la la* », rester bouche bée devant cette photo. Madame Michu peut le faire, nous non. Et c'est ça qui est important de faire aussi et de valoriser dans ce métier, également.

**Jean-François Leroy :** Je voudrai juste rajouter une phrase, parce que tu as tout à fait raison Dimitri quand tu parles de l'économie, de la production, et de dire que les journaux n'ont plus beaucoup d'argent. Maintenant, je voudrai juste faire une remarque. Je suis toujours étonné parce que les journaux qui n'ont pas d'argent pour envoyer un photographe en Somalie, en Tchétchénie ou sur le problème des migrants, comme par hasard, ces rédactions trouvent énormément d'argent quand Kate Middleton a un bébé, qu'Albert de Monaco a

des jumeaux, là, plus de problèmes de pognon, il y a toujours beaucoup d'argent. Voilà.

**Gérard Bardy** : Patrick Eveno, qu'est-ce que ça vous inspire tout cela?

...L'image, elle va plus vite, elle va plus fort, elle cogne au plexus... C'est l'émotion

**Patrick Eveno** : Bon. Je ne vais pas parler de la profession de photjournaliste parce que je ne la connais pas de l'intérieur. J'ai une double casquette. Je suis à la fois historien des médias et en même temps président de l'Observatoire de la Déontologie de l'Information. Alors pour tout ce qui est de la photo des LAN, on a justement fait un travail de recension [*Analyse et compte rendu critique d'un ouvrage dans une revue. Vérification d'un texte d'après les manuscrits*] de la circulation de cette photo, que vous pouvez retrouver sur notre site [odi.media](http://odi.media). Vous trouverez facilement, c'est la diffusion et la présentation des photos du petit Aylan et comment ça s'est...bon, je ne vais pas vous en faire un... Moi je crois qu'il y a quelques points à marquer. C'est, évidemment, d'abord et avant tout, ce que disait Dimitri, c'est la puissance de l'image. L'image, elle va plus vite, elle va plus fort, elle cogne au plexus, ou je ne sais pas quoi, aux tripes, enfin bref ou vous voulez. C'est l'émotion. C'est l'émotion alors que le papier, c'est plus la raison, il faut suivre un...etc, etc..

...l'image parlait plus que le discours

Il faut se souvenir aussi que pendant très, très longtemps, l'immense majorité des populations occidentales ou orientales était illettrée, et donc l'image parlait plus que le discours, qui était réservé aux élites. Du fait de cette histoire, évidemment, puisque c'est plus puissant et que ça parle facilement, il y a toujours une volonté de contrôle des images, qu'on retrouve maintenant par l'intermédiaire de la communication dont ont parlé Jean-François et Dimitri. Mais voilà, il y a véritablement une volonté de... Il y a eu pendant très, très longtemps,...

...Il y a toujours eu une censure

La censure des images a toujours été plus importante dans l'histoire, qu'elles soient des images fixes ou des images animées. Le cinéma est encore soumis à une commission de censure. Enfin, bon, etc... Donc il y a effectivement une... parce que c'est plus fort. Cette censure, du moins ce contrôle, on n'est plus à la censure bête et méchante, mais le contrôle des images est en train de sauter depuis quelques années face à la multiplication, la profusion des images. Bien sûr, d'abord, la photo, puis la vidéo, puis Internet et maintenant la multiplication par les réseaux sociaux.

... profusion d'images et loi de l'offre et de la demande

Le problème des photjournalistes il est, bien sûr, que les rédactions ont de moins en moins d'argent pour payer. C'est certainement vrai. Mais c'est aussi qu'il y a de plus en plus une profusion d'images amateur qui sont quasi gratuites ou gratuites, même si de temps en temps on les paie 50.000 €, quand il s'agit du patron de la pizzeria qui vont au *Daily Mail* [*cf. attentats du 13 novembre à Paris*]. Là ce sont des images animées. Mais la plupart du temps ce sont des images gratuites ou quasi gratuites. Et donc, il y a une loi de l'offre et de la demande qui s'est, tout bêtement, mise en place. Pourquoi payer 5.000 € quelque chose que vous pouvez avoir pour 50 ou 200 € ? Hélas, j'en suis navré Jean-François, crois bien que je ne m'en fais pas l'avocat, mais c'est de cet ordre-là. L'avantage, c'est le que les contrôles sont de moins en moins possibles. Le problème, c'est qu'il y a très peu de chances que, au moment d'un attentat, d'un séisme, de ce que vous voulez, il y a un journaliste sur place pour prendre des photos, un photjournaliste qui soit là. En revanche, des amateurs, des gens comme vous et moi, avec un Smartphone, il y a beaucoup de chances qu'il y en ait. Donc, depuis le tsunami, c'est le tsunami de 2005 où les premières images sur Smartphone sont arrivées, c'est la profusion.

## Photos à publier, ou non, manipulées, ou non

...diffusées, retouchées, recadrées

Alors maintenant, il y a le problème de la diffusion de ces images qui, par l'intermédiaire notamment des réseaux sociaux mais pas seulement, peuvent être très différemment diffusées et surtout retouchées, recadrées. La photo du petit Aylan, dont on parle souvent, je vois sur notre site, la photo originale, elle est en haut, et la photo recadrée, qui a fait le tour du monde, elle est en dessous. Vous voyez bien que c'est exactement la même\*voir notes. Simplement, on a gommé la partie, je ne sais jamais si c'est droite ou gauche parce que je suis à l'envers, mais bon, vous voyez bien qu'on a gommé le bonhomme qui est avec son sac à côté.

**Salle :** C'est un photographe en l'occurrence, ce doit être un photographe de la police.

**Patrick Eveno :** Oui, c'est un photographe de la police ou de la..., voilà... C'est un procédé vieux comme le monde dans la photographie que de recadrer. On ne prend jamais des photos qui sont exactement cadrées exactement comme on le voudrait au départ, ou rarement. Et donc, forcément, on recadre, etc. mais maintenant, avec les outils modernes et *Photoshop* et autres, on peut recadrer, on peut changer les couleurs, on peut ajouter, on peut enlever, enfin bon... On a toute une série d'épisodes célèbres, depuis les bourrelets de Sarkozy jusqu'à je ne sais quoi, où on peut, évidemment, retravailler tout ça de façon... Donc, là, on a des outils, mais ce sont des outils professionnels effectivement, qui ne sont pas tellement à la portée des amateurs. À l'*AFP*, il y a un outil de repérage des images. Je ne sais plus comment il s'appelle, mais bon...

**Salle :** C'est *Tungstène*. [NDLR L'Agence France-Presse a équipé en 2011 ses bureaux français et étrangers du logiciel *Tungstène*, qui permet de repérer les photos numériques trafiquées. Comme dans le cas du récent faux

*cliché de la dépouille de Ben Laden. Mis au point par la société Exo Makina, Tungstène permet de « tracer les retouches et les manipulations opérées » sur les images numériques. Le logiciel est capable de repérer les incohérences dans les pixels, les variations de lumières et de couleurs, autant de signes d'altérations d'une image]*

...Les Observateurs. Vérification, datation

**Patrick Eveno :** Voilà, merci. Le professionnel de l'*AFP* sait. Vous avez sur *France 24, les Observers* [NDLR : En fait, les Observateurs de France 24. Les Observateurs est un projet de journalisme participatif avec un site en quatre langues (français, anglais, arabe et persan) et deux émissions participatives de France 24 (une hebdo et une mensuelle). Ils couvrent l'actualité internationale au travers des témoignages directs d'"Observateurs", c'est à dire de ceux qui sont au cœur des événements. Vidéos, textes, photos : tous les contenus publiés sur ce site viennent d'amateurs, mais ils sont sélectionnés, vérifiés, traduits et expliqués par des journalistes de France 24. Tout le monde peut s'inscrire. Il suffit de créer sa fiche profil pour intégrer la communauté et contacter la rédaction du site pour l'alerter sur des contenus amateurs ou des informations intéressantes] qui ont fait un travail sur la vérification, la datation, etc. [NDLR : <http://observers.france24.com/fr/20151106-comment-verifier-images-reseaux-sociaux>] C'est en ligne, vous pouvez y aller. Ça fait une quinzaine de pages, mais c'est très intéressant parce que vous avez tous les moyens de repérer les dates, les lieux, etc. et donc, vous donner ce qui est vrai, ce qui est faux,... On voit des images par exemple qui circulent après la photo du petit Aylan.



On a montré une petite fille qui était massacrée théoriquement par les ukrainiens, une petite fille russe. En fait, c'est une photo qui traîne dans les bases de données russes depuis cinq ans, bien avant les problèmes de l'Ukraine, et on peut

remonter cette photo [NDLR : avec Google Images ou TinEye, des outils qui détectent les occurrences de publication antérieures]; ils vous donnent toute une

série d'éléments. Donc, on peut vérifier l'image, sourcer l'image, croiser les sources, etc. et faire du journalisme en quelque sorte. Faire du journalisme. C'est pour ça que nous à l'ODI, l'Observatoire de la Déontologie de l'Information, on insiste là-dessus.

...contributions amateurs

L'information, elle peut se servir éventuellement de contributions amateur, il ne faut pas non plus cracher sur les gens qui sont des citoyens comme les autres, mais il faut que, après ça, il y a un véritable processus de vérification, de sourçage, de respect éventuellement des victimes. Il y a toute la

## Déontologie

...« *tout le monde* », maintenant,  
c'est les réseaux sociaux

**Gérard Bardy** : Justement, je voudrai vous relancer sur ce point. Est-ce que sur le plan déontologique, on est suffisamment vigilants? Parce que là, c'est bien sous la pression, ce qui a été dit tout à l'heure, des réseaux sociaux qui diffusaient à loisir, si je puis dire, cette photo du petit Aylan que *Le Monde* s'est décidé à la publier et puis ensuite *Libé*. Il y a quand même un moment où le premier réflexe d'un professionnel c'est de se dire « *non, déontologiquement, cette photo, quand même elle est trop trash* », je reprends votre expression, et «  *finalement comme tout le monde la passe, j'y vais aussi* ». Et « *tout le monde* », maintenant, c'est les réseaux sociaux. Ce sont des non-professionnels qui, c'est une

## La mort dans la photo

...la règle éditoriale du « mort-kilomètre »

Pourquoi, par exemple, a t'on publié la photo du petit Aylan et pas la photo du Bataclan, alors

question, puisqu'on parlait de l'émotion au départ,... On a publié la photo du petit Aylan, *Libé* a refusé de la publier au départ. Hufnagel, le rédacteur en chef [NDLR : Directeur délégué de *Libération*, il est en charge des éditions, pour refondre les contenus et repenser l'organisation du titre aux côtés de Laurent Joffrin. Il est chargé de toutes les éditions du titre, papier, Internet et mobile. Agé de 45 ans, Johan Hufnagel a commencé en 1990 sa carrière à *Libération*, dont il a dirigé le site *Web* de 2001 à 2006. Il est ensuite devenu rédacteur en chef de *20minutes.fr*, avant de devenir cofondateur de *Slate.fr* en octobre 2008.] a bien expliqué qu'il la trouvait trop trash. C'est pour ça qu'ils n'ont pas publiée, et puis ils l'ont publiée après. Qu'est-ce qu'il faut montrer, ne pas montrer ?

question, sont en train d'imposer leur loi à des professionnels.

...il n'y a pas de déontologie  
sans liberté d'informer

**Patrick Eveno** : Moi je dis souvent qu'il n'y a pas de déontologie sans liberté d'informer. Parce que la déontologie, elle est dans le cadre de la liberté. S'il n'y a pas de liberté, il n'y a pas de déontologie, on est « *aux ordres de* », que ce soient des puissances financières ou totalitaires, c'est pareil. La déontologie est dans la liberté. Et le droit du public à être informé c'est aussi quelque chose... c'est ça qui légitime la liberté d'expression, la liberté des journalistes. **Les journalistes ne sont libres et doivent être libres que parce qu'il faut que le public soit être informé.** Et ça c'est fondamental.

que la presse anglaise a publié certaines photos du Bataclan ? C'est tout le problème du respect de la vie privée. C'est tout le problème de l'émotion. Le Bataclan, c'était à Paris. Aylan,

c'était en Turquie. Et puis, c'était un petit syrien,... Il y a tout le problème de l'émotion et du rapport kilomètres, enfin vous savez, la proximité. Il faut effectivement protéger la vie privée, mais en même temps les guerres, les massacres, etc, c'est sanglant. C'est sanglant et si on montre des guerres sans montrer de sang, ça me paraît difficile. C'est là où est le véritable problème. Mais là, je pense que c'est à Jean-François d'en parler. [NDLR : à réfléchir aussi, le massacre de Baga, les 2000 villageois assassinés par Boko Haram au Nigeria, quasi inaperçus, alors que la presse mondiale relayait à l'envi le massacre de Charlie Hebdo]

...World Trade Center,  
pas une seule photo de victime

**Jean-François Leroy** : C'est d'ailleurs ce qui s'est passé sur l'attentat du *World Trade Center* où on n'a quand même pas vu une seule photo de victimes. Et là on peut se poser la question. OK, respect de la vie privée etc, mais comment parler d'un attentat qui fait de 2500 morts sans montrer une victime ? Donc, si vous voulez, la notion d'émotion par kilomètre, je la partage par ce qu'elle a est terrifiante, mais elle est vraie. Mais je trouve quand même, ... Là, il y a eu la couverture de *Match* « *Spécial attentat* » où l'on voit une femme sur une civière qui tient le bras d'un homme et puis les pompiers derrière. Elle est parfaitement reconnaissable. Le photographe l'a prise parce que le photographe, c'est ce que je dis toujours, le métier du photographe c'est de montrer ce qu'il

## De l'objectif de l'impact

...la photo d'Aylan :  
exploitation, manipulation ?

**Gérard Bardy** : Je voudrais qu'on reste un instant sur la photo du petit Aylan parce que nous n'avons pas abordé le sujet de l'exploitation, la manipulation qui a pu être faite, qui a été faite clairement par certains en tout cas, sur ce cliché si poignant. Il faut quand même redire qu'on était dans l'accélération de la vague des

voit, d'enregistrer les scènes devant lesquelles il est. Et ensuite, il y a la responsabilité de l'éditeur qui décide, ou non, de publier. Bon, la rédaction en chef de *Paris-Match*, Olivier Royant [Directeur de la rédaction de Paris Match] et Guillaume Clavières [Rédacteur en chef Photos], ont décidé de montrer cette photo. Le numéro sort le lundi matin et le monsieur à qui la dame tient le bras appelle Olivier Royant, furieux. C'est son mari et il est furieux parce que sa femme a pris deux balles dans la poitrine mais ils ne l'ont pas annoncé à leurs enfants. Donc, les enfants découvrent que leur maman a été blessée dans les attentats en voyant la couverture de *Paris-Match*. Alors qu'on leur avait dit « *maman est partie en vacances, elle reviendra bientôt* ».

... où et comment placer le curseur ?

Donc, si vous voulez, est-ce que c'est une erreur d'avoir montré cette photo ? Moi, je ne sais pas, je n'ai pas de réponse. Je ne sais pas où pousser le curseur sur ce qu'on doit faire pour la liberté, le respect de la vie privée. C'est vrai, je le dis, si ma femme avait été blessée au Bataclan, je n'aurais pas été forcément très heureux de voir son visage en couverture de *Match*, il faut être honnête. Donc « *ne fais pas supporter aux autres ce que tu ne supporterais pas. N'impose pas* ». Mais moi, je n'ai pas de réponse. Je ne sais pas où et comment placer le curseur.

migrants et que commençait à se poser en Europe le problème du « *on accueille, on n'accueille pas, on accueille combien, qui accueille, etc.* » avec le débat de ceux qui commençaient à parler d'ériger de nouvelles frontières, de violer Schengen, et, ce n'est pas la peine que j'insiste.... Est-ce que cette photo n'a pas été exploitée, y compris et d'abord sur les réseaux sociaux, et ensuite sur certains médias, comme un moyen de faire pression sur l'opinion publique, en lui disant « *Voyons, bandes de*

*salauds. Vous qui êtes en train de contester l'arrivée de milliers de milliers de migrants, de réfugiés, pardon, est-ce que vous restez insensibles à un tel drame ?* » Est-ce que ce n'est pas un peu pour faire chavirer l'opinion que cette photo a été autant partagée sur les réseaux sociaux d'abord et ensuite dans les médias ? L'impact, il me semble d'abord assez réel. Qu'en pensez-vous?

... une photo ne s'impose pas  
si l'opinion n'est pas mûre

**Patrick Eveno** : Oui, c'est évidemment, on peut penser qu'il y a des gens qui ont voulu faire la promotion de cette photo pour faire se retourner l'opinion. Mais c'est aussi parce que l'opinion s'est retournée d'abord, dès qu'elle a vu cette photo, et très vite, que cette photo est insupportable. Pourquoi celle-là plus qu'une autre ? Parce qu'il a des habits occidentaux et il ressemble à un petit garçon tel qu'on peut le voir à la sortie des écoles maternelle ou primaire? Parce qu'elle est « *impeccable* », si je puis dire, excusez-moi, « *esthétiquement* »? On voit bien qu'il a été ramené par le ressac des vagues. Enfin, il y a toute une série de choses qui font que cette photo est, comme on dit, « *emblématique* » ; plus qu'une autre, plus que celle de la petite-fille... Et, effectivement, il y avait un mouvement de compassion qui existait déjà. C'était l'époque où les Allemands disaient « *On accueille. Wir helfen [NDLR : Nous aidons]* » etc. C'était juste à ce moment-là. Et donc, ça a renforcé. Il y a toujours un aller-retour entre l'opinion et le média, entre l'opinion et la photo. Une photo ne s'impose pas si l'opinion n'est pas mûre pour la prendre et inversement. Donc, voilà, c'est ce que moi je ressens, je ne sais pas ce qu'en pensent les photographes

...pas des photos de propagande [...]  
C'est la rentrée et il y a la photo : au lieu

d'amener ce petit garçon, Aylan, à l'école, et bien lui, il est mort sur les plages turques

**??Dimitri Beck** : Moi, ce que je constate c'est que, effectivement, il y avait, tout cet été là, énormément d'images qui sont tombées, qui ont été vues, de milliers, de dizaines de milliers de gens, qui essayaient de passer les frontières et qui traversaient l'Europe. Et il fallait voir les conditions. Et on voyait la dureté sur les images. La politique rigide de la part..., la position des politiques des différents pays. Bon, on n'est pas là pour commenter, on est là pour constater ce que l'on voyait. Et ce n'est pas non plus des photos je pense, de propagande. C'étaient des photojournalistes et des gens fiables, qui sont là pour essayer de montrer honnêtement une vérité à un moment donné, ce qui se passe. Et c'est essayer de nous raconter l'histoire de ce qui se passe à un endroit précis. Et là, c'était à plusieurs endroits en l'occurrence. Donc c'est vrai que, cet été là, on est confrontés à ces images-là quand même, que tout le monde est en vacances. **C'est la rentrée et il y a la photo : au lieu d'amener ce petit garçon Aylan à l'école, et bien lui, il est mort sur les plages turques.** Donc, forcément, ça crée une émotion.

...un impact parce qu'elle est très lisible,  
très simple

Cette photo est d'autant plus forte, je pense, qu'elle a un impact parce qu'elle est très lisible, elle est très simple. Finalement, c'est le drame d'un seul qui concerne des millions de gens. Donc, on est dans une symbolique qui est très, très forte et c'est aussi là, la puissance, la force d'une photographie sur le texte, il faut reconnaître, moi je viens de l'écrire, j'ai commencé à être journaliste écrit avant d'être... et je ne suis pas photographe. Mais je le reconnais, on est tous sensibles à ça, on est tous transportés par une telle image.

## Le temps de l'enquête et l'instant idoine

...les journalistes sont là aussi pour  
descendre dans la rue  
cette réalité elle est au bas de chez nous

Dire ensuite qu'il y a manipulation, que l'opinion publique nous influence, je crois que les journalistes sont là aussi pour descendre dans la rue. **Les bons journalistes sont là pour recueillir ce qu'il se passe**, dans tous les cas. Et c'est la force d'une rédaction, il faut autant descendre dans la rue, être au bar... Là, on parle de politique, on a des résultats politiques, il faut être dans les bureaux politiques, prendre le pouls dans la rue et avoir le temps de l'enquête, de raconter ce qui se trame... pour nous détacher aussi un peu d'Aylan, pour montrer aussi un peu cette réalité-là, elle est au bas de chez nous. Pour comprendre ce qui se passe il faut avoir le temps de l'enquête pouvoir raconter une histoire et c'est ça aussi qu'il faut faire.

Alors, pour revenir à Aylan. Il y a des photographes qui sont là ponctuellement, à un moment donné, pour saisir un instant. C'était le cas de la photographe **Demir Nilüfer**, photographe turque [photographe de l'agence de presse privée turque *Doğan Haber Ajansı (Dogan News Agency en anglais)*], qui s'est retrouvée

## Le choix éditorial

Derrière... il y a des gens qui prennent des  
décisions

Cette photo là est très importante. Mais il ne faut pas oublier : derrière les médias, les journaux, il y a des journalistes, il y a des rédactions, il y a des gens qui prennent des décisions. Et c'est cela aussi que l'on doit valoriser dans notre métier, c'est assumer nos responsabilités, que l'on décide de publier ou non. Mais de faire comprendre qu'il y a des gens qui se posent des questions aussi dans les rédactions. On n'est pas des monstres froids. Certains ont fait preuve de cynisme pour

certainement avec un pool de photographes et peut-être toute seule, au-delà du photographe accrédité, pour saisir ce moment-là.

...on en est à causer, aujourd'hui, sur la mort, 15 ans après le travail de fond des photojournalistes pour nous montrer ce qui se passe, du drame d'un enfant qui est mort et qui s'est échoué sur une plage

Mais il y en a qui passent et on en connaît, comme **Olivier Jobard** [NDLR : photographe documentariste français. Il a travaillé pour l'agence photographique Sipa Press de 1991 à 2011. Il est aujourd'hui représenté par l'agence photographique Myop] pour reprendre un nom. C'est quelqu'un, ça fait 15 ans qu'il travaille sur les routes des migrations, qu'il parle de ce drame qui s'amplifie depuis des années, déjà, aussi, pour essayer de comprendre. Où est-ce qu'on en est ? Et bien voilà, on en est à causer, aujourd'hui, sur la mort, 15 ans après le travail de fond des photojournalistes pour nous montrer ce qui se passe, du drame d'un enfant qui est mort et qui est retrouvé échoué sur une plage.

comprendre, pour absorber l'actualité, parce qu'on en voit des choses horribles aussi, c'est notre métier, on l'a choisi, personne ne nous l'a imposé. Mais aujourd'hui, on essaie de lisser l'information et ça se transforme en communication.

...il faut assumer un parti-pris

Mais en fait, il faut assumer un parti-pris. Pourquoi on décide ou non de publier une image? Pourquoi on décide de raconter ou non une histoire? Et c'est ça aussi qui est très important. À partir du moment où l'on fait ce travail d'affirmation, pas pour dire « *on est les*



meilleurs » mais juste pourquoi on fait les choses, et bien on peut espérer que le public à qui on s'adresse peut faire preuve de discernement.

## Apprendre à comprendre

... manque d'éducation à l'image

Et ça commence par les journaux. Enfin ça passe par les journaux et ça commence à l'école. Jean-François qui organise au moment de chaque édition de son festival « *Visa pour l'image* » à Perpignan ; il y a une semaine qui est dédiée aux écoles et les enfants viennent, malgré des sujets très difficiles, essayer de comprendre, de voir, et, avec les professionnels, de décrypter ce qu'ils ont pu photographier, ce qu'ils ont pu vivre et pourquoi ils l'ont fait et ça, et ça c'est essentiel. On a un profond manque d'éducation à l'image alors qu'on est tous submergés d'images au quotidien.

**Gérard Bardy** : Que faut-il dire de spécifique aux enfants Jean-François Leroy? De quelle façon faut-il les initier à la photo, au poids de la photo, de l'image? Que faut-il leur dire pour les mettre en garde?

... l'importance de la légende

**Jean-François Leroy** : L'importance de la légende. Moi c'est ce que j'essaie de leur faire comprendre priorité. C'est vrai qu'on est envahis par les images. Les réseaux sociaux, les Smartphones, les tablettes... on voit je ne sais combien de centaines ou de milliers d'images par jour. J'essaie de leur montrer que la photo, c'est différent d'une photo de qualité. Je sais que ça a l'air crétin à dire comme ça, mais une photo et une photo de qualité, ce n'est pas pareil. Aujourd'hui, je suis d'accord avec vous. L'amateur,...

... photo d'amateur

La photo la plus célèbre d'amateur, on le sait, c'est **Zapruder** [*Abraham Zapruder*] et son assassinat de Kennedy à Dallas, qui est sans doute une des photos d'amateurs les plus connues au monde, extraite d'un film d'ailleurs [*Abraham Zapruder (15 mai 1905 - 30 août 1970) est un fabricant de vêtements pour dames de Dallas au Texas devenu célèbre pour avoir filmé l'assassinat du président John F. Kennedy, le 22 novembre 1963. Zapruder filma la scène avec sa caméra personnelle, une Bell & Howell, modèle 414 PD 8 mm Zoomatic série « Director » qu'il avait achetée un an plus tôt. Son film, probablement le film amateur le plus célèbre de tous les temps, est connu sous le nom de Film Zapruder.*]. Mais pourquoi?

...rencontre de hasard ou rencontre provoquée avec l'info

Qu'est-ce qui fait la différence entre l'amateur et le professionnel ? C'est que l'amateur rencontre une photographie, j'allais dire, toujours par hasard. Alors que le professionnel, il a travaillé pour provoquer cette rencontre. Et cette réflexion, on parlait du petit Aylan, mais il y a à l'**AFP** un photographe turc qui s'appelle **Bülent Kilic**. Ce garçon travaille et fait des photos absolument extraordinaires à la frontière entre la Turquie et la Syrie. Il en a fait beaucoup, mais il a fait une série en particulier, vers le 15 ou 17 juillet, qui est tout à fait remarquable, qui a eu tous les prix du monde etc, etc. Et bien voilà, lui, **il a été à la rencontre de l'info. Il a travaillé son sujet et ça, ça fait la différence entre une photo accidentelle et une photo travaillée** sur un sujet, comme tu disais « *préparée* », qui nécessite le temps de la réflexion, le temps de l'enquête. Et moi, j'essaie de montrer aux gamins et aux gamines que je reçois à Perpignan

avec les photographes, de leur faire comprendre que ça, c'est une photo qui est importante, intéressante. La nécessité d'une légende

...La nécessité d'une légende

Une légende peut très bien changer le sens d'une image, corriger. Je me souviens d'une photo chez *Sipa*, de Helmut Kohl qui avait été visiter François Mitterrand à Latche. Le photographe de *Sipa* avait fait une photo d'Helmut Kohl dans un champ avec un âne et la photo, qui avait été primée, était légendée au dos de la photo « *Messieurs Mitterrand et Kohl ont passé un moment délicieux à Latche* ». *Rires*.

...de l'importance de la légende

Je vous raconte une histoire, elle ne prend pas longtemps, mais j'adore cette histoire.

## Photojournalisme : de l'information à la manipulation

**Gérard Bardy** : Je vais me tourner vers Patrick Eveno et revenir à notre thème « *Photojournalisme : de l'information à la manipulation* ». Est-ce à dire qu'il n'y a jamais manipulation ou tentative de manipulation ? Parce que tout de même, il y a des cas où ça ne semble pas très clair, la façon dont une photo nous est livrée, nous est resservie en permanence, en boucle.

...ce qui pose problème, c'est toutes les photos manipulées que les gens prennent pour argent comptant

**Patrick Eveno** : Oui. Je crois que ce n'est pas la photo type Aylan qui pose problème de manipulation. C'est une photo-choc, certes, mais on peut la publier, ne pas la publier, le recadrage il est finalement... on peut discuter sur le fait que, dans l'autre photo, on voit qu'il y

L'importance de la légende. Il y a 15 ans, 20 ans, *VSD* demande à l'agence *Rapho*\* une photo d'illustration de quelqu'un qui mange en terrasse dans un café parisien. Donc, l'agence envoie *Jean-Christophe Bourcart*. Jean-Christophe, pour une photo comme ça, qui a peu d'importance, demande à un de ses copains et lui dit « *viens bouffer une salade niçoise en en terrasse* ». Il fait 10 photos et les photos partent chez *VSD*. Évidemment, pour une photo comme ça, l'agence ne contrôle pas l'utilisation qui va en être faite, parce que on ne risque, a priori, pas grand-chose... Le papier sort, la photo en demi page, avec le mec parfaitement identifiable et le titre de l'article c'est « *Manger trop vite rend impuissant* ». *Rires*. Inutile de vous dire que le copain du photographe était moyennement content.

a des pêcheurs derrière, mais on ne sait pas bien s'ils regardent ou s'ils ne regardent pas... Ce qui pose problème, c'est effectivement toutes les photos manipulées que les gens prennent pour argent comptant. Il y a la fameuse histoire de cette photo, qui est un tweet avec une photo, où l'on voit un cheik, je ne sais plus s'il est du Qatar ou d'Arabie Saoudite et d'ailleurs ça n'a pas d'importance, et le tweet dirait « *ce n'est pas la peine que l'on prenne des réfugiés, on a assez d'esclaves comme ça* », enfin je ne sais plus exactement, bref. C'est une photo, la photo elle-même est authentique, le tweet est un fake [NDLR : terme anglais signifiant « contrefaçon », « faux », « imitation », « imposture » (en parlant d'une chose) ou « imposteur » (en parlant d'une personne)]. C'est extrait d'un site algérien parodique, le *Gorafi* algérien qui s'appelle *Al Manach* [NDLR : *El Manchar*], qui fait des sites parodiques et qui a mis ça [<https://el-manchar.com/2015/09/03/lemir-du-qatar-a-propos-de-laccueil-des-refugies-syriens-nous-avons-assez-desclaves-comme-ca/>]. Et il y a un certain nombre de gens

qui l'ont pris, volontairement ou involontairement, je ne sais pas, pour argent comptant et qui l'ont rediffusé en disant « voyez, on va nous donner tous les réfugiés du monde en Europe et les Arabes, les qataris, etc., ils n'en veulent pas eux-mêmes ». Donc là, on a une manipulation derrière.

...les légendes urbaines sont démultipliées.

« *Les gazettes survivront en ce qu'elles feront taire les faux bruits* »

Le problème, c'est aussi la légende. Dans un tweet, vous avez une photo dans un tweet ou dans Facebook, il y a aussi souvent une légende. D'où ça provient, qui envoie, à qui, quand et comment ? Bref, les légendes urbaines sont démultipliées. J'ai souvent cité la phrase de **Théophraste Renaudot** en 1632, lorsqu'il réfléchit un peu sur *La Gazette* qui n'a qu'un an, la célèbre Gazette de Théophraste Renaudot [NDLR : 1586 -1653, journaliste, médecin et philanthrope français. Il est le fondateur de la publicité et de la presse française par ses deux créations du Bureau d'adresse (1629) et de la Gazette, journal hebdomadaire (30 mai 1631). Médecin ordinaire du roi, il fut nommé « commissaire aux pauvres du royaume ».]. Il dit « *les gazettes survivront en ce qu'elles feront taire les faux bruits* ». On dirait « *des rumeurs* » maintenant. 1632, ça ne nous rajeunit pas, pour ceux qui étaient là à l'époque. Les légendes urbaines, on les appelle comme ça maintenant, ce sont des rumeurs, sont évidemment très facilement transportables et encore plus facilement transportables par les réseaux sociaux.

...les fakes vite identifiés

**Jean-François Leroy** : Oui mais en même temps, je suis complètement d'accord. En même temps, si vous voulez, c'est vrai qu'une image manipulée avec justement cette rapidité de diffusion dont on parlait tout à l'heure, elle est aussi très vite identifiée comme « *bidon* ». C'est beaucoup plus difficile aujourd'hui de truquer une image sans être dévoilé, démasqué, que ça

ne l'était il y a 50 ans. Enfin, moi j'en suis convaincu.

... vérification de l'information et réflexion éditoriale

**?? Dimitri Beck** : Et puis, il y a quelque chose qu'il ne faut pas oublier. On voit tout et n'importe quoi sur les réseaux sociaux et sur le Web. Il n'y a pas de garantie de déontologie, de vérification de l'information. Aujourd'hui encore, la plupart des grands médias font ce travail quand même. Il y a des erreurs. Ils peuvent se planter, mais ça reste quand même assez fiable. Donc, quand un journal comme *Le Monde*, *Le Figaro*, peu importe, décident de mettre en Une, une image comme celle d'Aylan, il y a, a priori, je dis bien a priori, une vérification de l'information et une réflexion, a priori aussi, éditoriale.

... il n'y a pas obligation de publier

Et que certains journaux, en France, parce qu'on parle une fois de plus de cette photo, étrangement, et d'ailleurs les responsables photos en France ne savent pas pourquoi, certains à qui j'ai posé la question, mais je ne suis pas le seul, on est passés à côté. Et ce qui a fait réagir les médias français en particulier, c'est le fait de ne pas avoir publié cette image-là et qu'elle fasse le buzz sur les réseaux sociaux et que partout ailleurs en Europe et même après sa traversée, enfin c'est allé plus loin, beaucoup de journaux majeurs ont décidé, eux, de publier l'image. Donc ça fait un buzz incroyable et finalement on était... Un journal a le droit de ne pas la publier. Dans ce cas là, qu'il explique au bout d'un moment pourquoi il a décidé de ne pas la publier, parce qu'on va l'interroger sur la raison d'une non publication parce que tout le monde, le reste du monde, va la publier. Il a le droit, c'est son droit. Il n'y a pas d'obligation non plus. Et là aussi c'est important, c'est un choix éditorial. Un journal, un média, et ils ont droit aussi à ce parti pris. Il doit être honnête et

expliquer la raison pour laquelle... et c'est d'ailleurs la place, entre autres, de l'éditorial.

...débat et progressivité dans la publication

**??Gérard Bardy** : Si ma mémoire est bonne et vous me corrigerez autour de moi. Il me semble qu'il y avait eu des mêmes débats et la même progressivité dans la publication de cette photo, absolument légendaire, de cette petite Vietnamiennne nue qui court sur la route après un bombardement au napalm.

**Salle** : à Trang Bang

**Jean-François Leroy** : Exact. *[Photo de la "petite fille au Napalm", prise le 8 juin 1972, à Trang Bang, pendant le sanglant conflit vietnamien. Auteur : Nick Ut Cong Huynh, photographe de l'agence Associated Press. La petite fille qui court ainsi toute nue, le regard hagard, hurlant de douleur, vient d'être grièvement brûlée dans un bombardement au napalm. Elle s'appelle Kim Phuc. Elle a neuf ans. Nick Ut réalise plusieurs clichés de la scène avec son Leica M équipé d'un 35 mm Summicron. Puis, assisté d'un autre photoreporter, tente de soulager les souffrances de la fillette en lui versant de l'eau sur ses brûlures. Les deux hommes la conduisent ensuite à l'hôpital de Cu Chi, situé à mi-chemin entre Trang Bang et Saïgon. Après 17 interventions chirurgicales et 14 mois d'interventions, les médecins parviendront à sauver la petite Kim Phuc.]* À

l'époque je rappelle juste que, quand même, **Horst Faas**, qui était le patron du bureau **AP** *[Associated Press]* à Hanoi, a dû se battre pour que la photo soit diffusée. Parce que le bureau new-yorkais d'AP ne voulait pas la diffuser.

**Dimitri Beck** : Oui, oui, c'est ce que je dis. Il y a eu débat et après la presse était divisée. Il y a eu des débats sans fin.

**Gérard Hardy** : On va peut-être passer à autre chose à autre chose ?

...savoir pourquoi ça fait débat

**Dimitri Beck** : Ce qui est important, c'est de savoir pourquoi ça fait débat. Il y a des raisons politiques mais il y a des raisons, aussi, culturelles. Le **New York Times**, par exemple, qui a été le premier à diffuser cette image-là. Et bien : 1. ça parle des Américains, les conséquences de la politique des États-Unis dans un pays étranger et ensuite, on a une jeune fille qui est nue en première couv, enfin au premier plan, pardon. Donc ça aussi, ça fait partie des questionnements, des réflexions, de décider de publier ou non.

## Echanges avec la salle

**Gérard Bardy** : Oui, on peut commencer les questions.

...un temps magique où il y avait, dans tous les cas, des rédactions derrière les photos

**Pierre Géraud** [Rédacteur en chef / Responsable du service culturel France 2]: Vous parlez d'un temps magique où il y avait, dans tous les cas, des rédactions derrière les photos pour savoir si on les éditait ou non. Aujourd'hui, on est confrontés au fait que, bien souvent, il n'y a pas de rédaction. En clair, il est souhaitable qu'il y en ait une, mais quand il n'y en a pas, ce qui est le cas des réseaux sociaux où on voit tout et n'importe quoi...

...photos truquées sur le web

On n'a même pas évoqué les photos truquées, parce qu'il y a des photos truquées sur le Web. Il y a des photos célèbres. Une dernière où l'on voyait une série de femmes voilées faisant la queue et il y avait un panneau où il était marqué « Caisse d'allocations familiales de l'Oise » alors qu'en fait, c'est une photo prise devant une mosquée à Londres. Il y a ce problème là, auquel on est sans arrêt confrontés.

...gendarmes et voleurs

D'autre part, on assiste un peu à la course entre gendarmes et voleurs sur le Web. C'est-à-dire que c'est vrai que, on le découvre aussi, il y a des gens qui s'en occupent, mais ils truquent de plus en plus. Il y a des sites qui vous disent « attention, cette photo là, c'est n'importe quoi, elle vient d'ailleurs, elle a été prise il y a 20 ans, etc », mais les autres truquent de mieux en mieux. Donc, on est quand même confrontés à

ça. Et puis, je voudrais rappeler que c'est évidemment un problème pas neuf.

...Omayra Sanchez



Moi je viens de la télé, donc de la photo animée, mais je voudrais rappeler que la petite Omayra, par exemple,

vous vous souvenez de ça j'imagine. [Omayra Sanchez, victime de l'éruption du volcan Nevado del Ruiz, Armero, Colombie, novembre 1985, aura éternellement 13 ans. Les images ont fait le tour du monde. Chacun a assisté, impuissant, à la lente agonie de l'enfant et à ses adieux à sa mère, murmurés face caméra. Prisonnière des débris charriés par le courant de boue, les jambes coincées sous l'eau, entre le cadavre de sa tante et la structure en ciment du toit de sa maison, la jeune Colombienne aux grands yeux noirs est décédée quelques heures après la photo prise, le 16 novembre 1985 par Frank Fournier. La catastrophe fera plus de 20.000 morts]. A l'époque, je n'étais pas rédacteur en chef, j'étais tout jeune, mais j'avais quand même des petites responsabilités déjà.

**Jean-François Leroy** : Au cas où vous ne le sauriez pas, c'est une enfant qui avait été prise dans un glissement de terrain et le film la montrait en train de s'enfoncer.

**Pierre Géraud** : Alors, elle était bloquée à genoux parce qu'elle avait les jambes bloquées par une plaque de ciment, elle avait de l'eau jusqu'au menton. Elle se tenait à une espèce de poutre qu'on lui avait mise, de traverse, et ça se passait dans un trou du cul du monde...

**Jean-François Leroy** : à Romero en Colombie.

« est-ce qu'on diffuse ou non ? »

**Pierre Géraud :** Et il n'y avait pas de moyen de levage suffisant pour enlever la fameuse plaque de béton et la libérer. Donc, quand on a tourné, les journalistes sont arrivés les premiers, les moyens de levage sont arrivés les derniers, c'était il y a longtemps et on n'a pas pu la sauver. Mais la question s'est posée dans les télévisions, et celle où je travaillais à l'époque, qui était TF1 service public, « est-ce qu'on diffuse ou non ? ». Moi, ce qui est important à mes yeux, c'est qu'il y ait un débat. Alors, après, moi je suis d'accord, on diffuse ou on ne diffuse pas, faut assumer, c'est la responsabilité des uns et des autres. L'important c'est qu'il y ait un débat entre gens, disons raisonnables, responsables, qui ont un minimum de déontologie et de morale. Après, la décision a été prise de diffuser, je le rappelle... pour la petite Omayra. Avec toutes sortes de précautions, mais on a quand même diffusé.

**Dimitri Beck :** Ça avait quand même été sérieusement contesté.

**Pierre Géraud :** Absolument, il y a eu tout un débat autour de ça.

**Dimitri Beck :** Parce qu'on voyait la petite fille mourir, en direct, hein.

**Jean-François Leroy :** Il y avait la photo de la même petite fille faite par Franck Fournier. Donc, vous étiez à côté de lui certainement. Il a fait la photo. Et il racontait, parce qu'il a été traité de vautour, de chacal, de raclure... Il a été insulté, pourri, etc. Et il racontait exactement ce que vous dites. Il est resté 24 ou 48 heures à côté de cette gamine. Et en fait, il a fait la photo pour montrer que, à un moment où on était déjà capable d'envoyer l'homme sur la lune, on n'était pas foutus d'amener une grue pour sauver cette gamine.

...c'est clair, il faut une rédaction derrière la parution de photos qu'elles soient fixes ou animées

**Pierre Géraud :** Donc ça été ça, le débat. C'est un vieux débat. Pour en revenir à aujourd'hui, c'est clair, il faut une rédaction derrière la parution de photos qu'elles soient fixes ou animées. Le défi que nous posent Internet et le Web, c'est qu'on peut diffuser des photos sans que personne ne contrôle quoi que ce soit.

...Les films envoyés par Daech

**Gérard Bardy :** Actuellement, pour être en plein dans l'actualité, ce qui pose problème aux rédactions et ce qui, ce n'est plus mon cas, mais ce qui me poserait un problème personnel si j'avais à arbitrer, c'est les films qui sont envoyés par Daech montrant des gens décapités, des gens humiliés, etc.

**Salle :** On s'interdit de diffuser.

...Convention de Genève

**Gérard Bardy :** On s'interdit de les diffuser, mais ça tourne en boucle sur Internet. Vous avez des dizaines et des dizaines de sites c'est on ne peut plus trash et tout. Ça pose un problème. Il y avait, il y a toujours d'ailleurs, la convention de Genève qui interdisait de montrer le visage de prisonniers de guerre. Aujourd'hui, c'est à peine respecté, y compris d'ailleurs dans beaucoup de médias.

**Jean-François Leroy :** Il y a que ce n'est plus respecté du tout ; parce que quand on voit... Moi je me souviens très bien l'année dernière, dans un numéro de « *Sept à Huit* », l'interview d'un soldat irakien, prisonnier, qui parle avec ses gardiens derrière. Le mec, il n'est absolument pas flouté, et, évidemment on lui dit : « *alors, comment vous êtes traité ?* ». Le mec il a ses deux gardiens derrière : « *il est très, très bien, je n'ai absolument rien à reprocher à mes gardiens qui me traitent avec toute l'humanité du monde* ». Comment, enfin excusez

moi, comment une grande chaîne, comment une grande rédaction comme celle de TF1, peut-elle se laisser embobiner?... Non, non, moi j'avais trouvé que c'était, enfin je ne sais pas, que c'est juste complètement irréflecté!

**Gérard Bardy :** Vous vouliez ajouter quelque chose?

**Dimitri Beck :** Il y a quelque chose qu'il ne faut pas...

**Gérard Bardy :** Je voudrai qu'on donne la parole à la salle, après.

...on est confronté à des gens qui achètent

**Dimitri Beck :** Oui, pardon. Là on est entre nous, mais il faut qu'on arrête de se regarder. Il y a une réalité aussi, c'est qu'on essaie de faire notre métier convenablement. On n'en a pas toujours les moyens, d'ailleurs on en a rarement les moyens, du moins autant qu'on le souhaiterait, mais, derrière, on est confronté à des gens qui achètent, soit physiquement le journal, qui nous écoutent à la radio ou qui vont allumer la télévision et qui vont se mettre sur la bonne chaîne... Et derrière, qui est-ce qui achète ? C'est les publicitaires. Donc, c'est faux. Il ne faut pas oublier ça, cette réalité-là.

...faire, peut-être, de moins en moins bien notre travail, c'est ce qui se produit depuis de nombreuses années

#### Les moyens

C'est que nous, on est confrontés à faire, peut-être, de moins en moins bien notre travail, et c'est ce qui se produit depuis de nombreuses années. Je ne suis pas un vétéran dans le métier, mais je l'ai découvert et j'ai vu les choses changer à mon petit niveau. Et bien cette réalité-là, aujourd'hui, moi je suis soucieux de vendre notre magazine. Et bien, on voudrait payer mieux les photographes. On voudrait faire plus et passer plus de temps à l'investigation et donner les moyens à un photographe de se

donner le temps de rapporter de meilleures images, des sujets plus construits, plus pertinents. Mais malheureusement, on n'a pas assez les moyens. Et ça, c'est comment fait-on pour trouver d'apporter des moyens, la liberté à un journaliste de terrain de faire son métier et ensuite de vérifier l'information, parce que ça aussi ça passe par là. Et bien ça, c'est les grandes questions que le ce que l'on se pose tous les jours.

... la vérité et l'objectivité n'existent pas

**Patrick Eveno :** Je voudrai juste ajouter pour répondre. Il faut il ne faut pas séparer la photo, la vidéo, du texte. C'est l'information qui, de toute façon, est manipulable. Il y a toujours eu, depuis que les journaux existent, des gens qui, dans des articles, ont tenté de manipuler, de bidouiller, de dire des choses fausses, d'oublier une partie de la... bon, la vérité et l'objectivité n'existent pas. C'est peut-être quelque chose que l'on pourrait avoir comme objectif suprême, mais c'est l'honnêteté, et l'honnêteté de la photo, l'honnêteté de la vidéo, l'honnêteté de l'article, c'est ça le fondement même de tout ce qui est la déontologie de l'information.

**Gérard Bardy :** La parole est à la salle. Qui veut poser une question ?

...même quand on a fait la photo, décider de ne pas la publier

**Cyr-Marc Koutékissa** [*journaliste, Africa Week, basé à Grenoble, écrivain et patron de Cyr éditions*] : Alors, moi j'ai été confronté à une situation, notamment au Congo Brazzaville, pendant qu'il y avait la guerre. Je voulais parler un peu au niveau de la photo. Est-ce qu'on ne peut pas évoquer la clause de conscience quand on se rend compte que la situation est tellement grave et horrible, qu'on n'ait pas le courage de se dire, même quand on a fait la photo, de décider de ne pas la publier. Voilà

**Gérard Bardy :** Qui veut répondre ?

**Jean-François Leroy** : Mais ça arrive très souvent, qu'un photographe fasse des photos qu'il décide de ne pas montrer. Moi je peux vous en citer des tonnes. Que ce soit après le tremblement de terre en Haïti, que ce soit des photographes qui ont fait des photos absolument épouvantables qu'ils ont refusé de montrer, ils les ont faites mais ils ne les ont pas montrées. Moi je sais que, à Perpignan, il m'arrive régulièrement, je ne m'en cache pas, de refuser de montrer des images qui sont trop violentes. Ce n'est pas parce qu'elles sont trop violentes que je ne les montre pas, parce que je pense que l'on peut tout montrer. Mais c'est vrai que dans une exposition de 40 ou 45 photos, si je montre une photo extraordinairement violente, les gens vont ne retenir que celle-là et ne vont pas voir le reste. Ça, c'est un choix que j'ai fait ; mais encore une fois chacun pousse de son curseur là où il veut

**Dimitri Beck** : Il y a plusieurs filtres. Déjà, il y a le photographe sur le terrain. Déjà, il y a une personne, un photographe, c'est quelqu'un qui tient un appareil photo, mais déjà, il y a quelqu'un qui décide de prendre la photo ou non. Il y a plein de photos qui n'ont pas été prises parce que le photographe n'était pas capable de prendre l'image à ce moment-là. Et d'ailleurs, on a même posé la question. On a fait un papier sur les images de ce qui s'est produit au Bataclan, enfin bref à Paris le 13 novembre, et bien il y a des photographes qui pourtant couvraient des conflits habituellement, qui n'étaient pas capable de sortir et d'aller photographier ce qui se passait « *en bas de chez eux* ». Ils ne pouvaient pas. D'un seul coup, il y avait une autre violence. Et pourtant ils l'ont côtoyée. Ce n'est pas un manque de courage dont ils font preuve dans d'autres situations.

Donc, il y a quelqu'un d'humain, qui décide. Ensuite, il a la photo, ou elle. Et bien de la faire passer ou pas, de la donner à une rédaction ou pas, et d'ailleurs pas forcément à n'importe quelle rédaction, parce que dans certains cas ils vont s'adresser à un éditeur photo parce que il y a une confiance... Ils veulent avoir cet échange,

ils veulent passer quelque chose, parce qu'ils ont besoin d'avoir un retour.

Et ensuite, autre responsabilité, l'éditeur. Oui, non, pas publié. Et après, effectivement, il faut s'attendre dans ces quelques cas-là d'avoir une réaction du public aussi et c'est ça qui est important et donc se préparer. Ensuite, le journal a finalement son médiateur, intégré ou pas, de réagir face au courrier des lecteurs parce que on se doit de répondre et d'expliquer pourquoi, quand quelque chose est inhabituel, choquant, quelle que soit la forme de ce que l'on montre, et bien il faut s'attendre à une réaction. Et d'ailleurs je dirais « *tant mieux* », c'est important.

**Salle** : Le problème c'est l'argent. L'argent est le vrai problème parce que...

**Gérard Bardy** : Question plutôt...

...l'argent et la concurrence entre les médias

**??** : Oui. Non, mais ce que je veux dire c'est « *la concurrence* ». Quid de la concurrence aujourd'hui? Parce que le vrai problème qui est posé aujourd'hui c'est la concurrence entre les médias. Je veux dire, l'idée qui est répandue dans les rédactions « *si nous, on ne le fait pas, d'autres rédactions vont le faire. Et en le faisant, ils vont vendre, alors que nous on ne vendra pas, ou moins, ou on sera plus ou moins regardés* », s'agissant de la télé par exemple. La vraie question, est-ce que ce n'est pas l'argent, je veux dire ? Parce que, il peut manquer d'argent pour payer les gens, mais là aussi ça peut jouer un rôle, quelqu'un il a besoin de gagner sa vie, il faut bien qu'il vende les photos. L'éditeur il se dit « *il faut que je vende mon journal, ou il faut que j'ai de l'écoute pour avoir de la pub* ». On est dans un système comme ça. C'est peut-être là où il faut s'interroger.

...La tranche info « *ça ne rapporte pas* »

**?? Dimitri Beck** : La complexité dans ce métier est pour les plus gros médias et pour les moins



gros. Il y en a un qui n'a pas les moyens parce que, bah voilà, comme il n'est pas important, il n'y a pas assez d'argent pour vérifier l'information, tout au moins être initiateur de l'information. Et ensuite, pour les plus gros, parce qu'ils représentent beaucoup, qu'il y a une très grosse valorisation, et bien il y a plein de prédateurs autour parce qu'on peut faire de l'argent sur leur dos aussi. Et nous, journalistes, on est... par exemple pour une chaîne de télévision ; la part d'informations sur le temps de diffusion d'une chaîne quelle qu'elle soit quand elle tourne 24 heures sur 24 ; le temps consacré à l'information, il est minime. C'est une fenêtre ou quelques fenêtres dans un espace-temps, et tout autour, on fait du brial ??  
**entertainment** [Amusement, distraction, détente, récréation.] [ ??Branded entertainment : Contenu dérivé de l'industrie du divertissement (TV, musique, cinéma, jeux vidéo, etc.) dans lequel une marque est impliquée, soit dans la création, soit dans le financement. Ce contenu peut prendre les formes vidéo (film, série, ou programme court), audio, événement sportif, multimédia, jeu vidéo ou autres.]  
comme on dit en américain. Donc, le divertissement, l'amusement et ainsi de suite.

Et il y a la tranche d'information. Et cette tranche là, et bien elle est différente de toutes les autres. Elle a besoin de beaucoup d'informations et elle a des règles strictes, complexes. Et on est pris en étau de « *on coûte pour faire notre métier convenablement* » et à côté de ça on nous donne de moins en moins d'argent parce qu'en plus on nous dit « *ça ne rapporte pas* ». Vous mettez la guerre en couverture d'un magazine comme *Match*, ses ventes baissent. Et les moins bonnes ventes, c'est quand ils mettent un sujet « *les migrants* » à la rentrée.

**Salle :** Le numéro « *Spécial migrants* », ça a été une catastrophe en termes de ventes

**Dimitri Beck :** Voilà. Vous mettez le mariage ou la mort d'une grande célébrité ; et bien là, sur le coup, on multiplie par deux les ventes.

**Salle :** C'est la réponse apportée à la remarque de....

...pour produire de l'information de qualité,  
comment fait-on ?

**Dimitri Beck :** Donc, Il faut vivre avec ça. Ce n'est pas qu'il ne faut pas publier de photos people. C'est des choix, c'est une ligne éditoriale, c'est un parti pris, il y a un public pour ça. Il y a à respecter cela. Moi je ne critique pas ça. En revanche, pour produire de l'information de qualité, comment fait-on, c'est la difficulté aussi. Après, on peut se poser la question de savoir si on peut publier ou pas une photo compliquée à regarder ?

**Salle :** C'est pour ça que les reportages, comme vous le disiez tout à l'heure, sont beaucoup mieux payés, il y a beaucoup plus d'argent aller chercher les jumeaux du prince Albert de Monaco...

...aujourd'hui, le problème, c'est qu'on  
ne fait plus que du people et  
de moins en moins d'actu

**Jean-François Leroy :** L'histoire, si vous voulez de cette question people. Tout le monde parle du mythique « *Life magazine* » dans les années 40, 50,60. Reprenez les numéros de *Life*. Il montrait Lauren Bacall, il montrait Humphrey Bogart, mais à côté il montrait la guerre du Vietnam ou de Corée, voilà. Aujourd'hui, le problème, c'est qu'on ne fait plus que du people et de moins en moins d'actu. Enfin moi c'est mon souci aujourd'hui. Le people, moi, qu'on mette Grace de Monaco à côté d'un reportage formidable sur la guerre du Vietnam et si c'est Grace de Monaco qui fait vendre mais que, donc, le lecteur se retrouve confronté au Vietnam, je trouve ça pas mal. Je n'ai rien à dire contre. Le problème c'est quand on ne montre plus le Vietnam.

...messieurs les journalistes, s'il vous plaît, arrêtez de vous plaindre tout le temps de l'argent

**Patrick Eveno** : Mais il faut... Enfin, écoutez, je ne suis pas journaliste, mais messieurs les journalistes, s'il vous plaît, arrêtez de vous plaindre tout le temps de l'argent. L'argent et le journalisme, c'est aussi vieux que le journalisme. C'est-à-dire que depuis plus de deux siècles, on est dans cette tension permanente ou le journalisme, les journalistes, sont d'une manière ou d'une autre les salariés d'entreprises et au service d'un public qui sont les clients et d'autres. Donc on est obligé de tenir compte de l'argent qui circule. Et s'il n'y avait pas d'argent, il n'y aurait pas de journalistes.

...aujourd'hui la plupart des journaux sont dirigés par des banquiers et des entrepreneurs

**Jean-François Leroy** : Non, là je suis un peu en désaccord avec vous par ce que, moi, quand même, alors ça, quand j'ai commencé dans ce métier, la plupart des journaux était tenue par des journalistes, était dirigée par des journalistes. Aujourd'hui la plupart des journaux sont dirigés par des banquiers et des entrepreneurs. C'est quand même une grosse, grosse, grosse différence.

... l'argent n'est pas un souci en soi

**Dimitri Beck** : Et surtout, on ne parle pas des mêmes choses, excusez-moi Patrick. Là, on n'a pas de problème avec l'argent. Justement on souhaite avoir de l'argent pour faire notre métier de journaliste. On n'est pas là pour cracher sur l'argent et dire une vision très, « voilà, d'un côté il y a l'argent et de l'autre côté il y a les bons journalistes porte-drapeaux ». Non, pour continuer à faire ce travail et correctement, on est en attente que, derrière, il y a un journal qui se positionne pour que ce travail puisse se faire et pour que les

journalistes puissent faire leur métier. Ce n'est pas un souci en soi.

**Gérard Bardy** : Yves Gacon [journaliste à l'AFP depuis 40 ans, directeur de la documentation et de l'édition à l'AFP] cherche désespérément intervenir.

**Yves Gacon** : Ah pas du tout, j'ai tout mon temps. Non simplement, je ne vais pas revenir sur Aylan, sur la petite Omayra, la photo de Nick Ut, etc. Les photos d'enfants, j'ai bien regardé, il y en a quand même pas mal qui ont été publiées sur les 15, 20 dernières années, notamment sur les conflits en Afrique où il y a des photos très, très fortes aussi. Vous devez vous rappeler de cette photo d'un petit enfant avec un vautour en ligne de mire. Enfin c'est plutôt le vautour qui a l'enfant en ligne de mire...

**Gérard Bardy** : Photo de Kevin Carter.



[Photo d'un enfant soudanais affamé, guetté par un vautour qui valut à Kevin Carter en 1994 un prix Pulitzer et un suicide 3 mois plus

tard. Sud-Africain, Kevin Carter avait 33 ans. Photoreporter, notamment au sein du Bang-Bang Club, association de quatre photographes qui ont documenté la transition de l'Afrique du Sud à la fin de l'apartheid, il se rend au Soudan en mars 1993, avec Joao Silva, pour enquêter sur la guerre civile et la famine qui frappe le pays. Dans le village d'Ayod, il croise cet enfant squelettique qui se traîne péniblement jusqu'au centre d'approvisionnement alimentaire voisin. Le 26 mars 1993, Le New York Times publie la photo et l'impact de l'image est immédiat. Le 27 juillet 1994, il se suicide. Il incarne le paradoxe du photoreporter : observer immobile l'horreur pour mieux la combattre]

...ce genre de photos, est-ce qu'on la montrerait dans les mêmes conditions si c'était un enfant européen, voire français, voire parisien

**Yves Gacon** : Oui voilà, Kevin Carter. Et il y en a eu d'autres des photos comme ça aussi. Donc,

ça a provoqué des débats peut-être, mais ça a quand même été publié. La question que je me pose, c'est un peu ce qu'a évoqué Jean-François, je crois, dans *Le Monde du dimanche*, de ce dimanche. Ce genre de photos, on la montre parce que c'est un petit syrien, c'est une petite colombienne, c'est une vietnamienne, c'est un enfant africain... Est-ce qu'on la montrerait dans les mêmes conditions si c'était un enfant européen, voire français, voire parisien ? Première chose, j'aimerais bien votre avis là-dessus.

....cadrage et contexte

Je voudrai aussi votre avis, de professionnels, sur la question du cadrage. Que ce soit la photo qui a été publiée, du petit Aylan, ou la photo d'Omayra faite par Fournier, c'étaient des cadrages assez serrés. Il n'y avait pas beaucoup de contexte. Moins vrai pour la photo de Nick Ut, où on voyait tout un environnement.

**Dimitri Beck :** Elle était recadrée. D'ailleurs on l'a publiée, nous, les deux photos dans le dernier numéro de *Polka*.

**Yves Gacon :** La première version est beaucoup plus large, on voit plus de soldats. La deuxième, moins. J'aimerais votre avis sur le cadre. Deuxième point que je voudrai aborder, c'est la question de la manipulation. Je suis assez d'accord avec Dimitri. Les professionnels de la photo, on peut regretter qu'il y ait de moins en moins d'éditeurs photos dans les journaux

**Salle :** et dans les agences.

...dans les journaux, il n'y a plus d'iconographes, c'est regrettable

**Yves Gacon :** Et dans les agences, non mais il y en a encore dans les agences. Mais dans les journaux, il n'y a plus d'iconographes. C'est des secrétaires de rédaction qui sont chargées de faire le titre, le texte et de chercher la photo. Ils prennent la photo, presque au dernier moment, celle qui arrive au moment. Il n'y a plus les

iconographes comme il y avait à une époque, ça on peut le regretter. Donc je pense que globalement les gens font assez bien, les professionnels, font assez bien leur travail de vérification, comme dit Dimitri. De temps en temps, ils se font avoir, mais relativement peu.

...la manipulation, c'est la photo publiée réutilisée à d'autres fins

En revanche, ce qui touche à la manipulation de la photo, c'est lorsqu'elle a été publiée et qu'après elle est réutilisée à des fins commerciales, marketing, politiques, artistiques... Rappelez-vous il y a quelques années, il y a un bouquin formidable qui est paru sur les détournements des photos dans tous les domaines, y compris artistique. Des peintres qui ont réutilisé des photos de presse, des trucs comme ça. Et je pense que la manip, elle est beaucoup plus..., les manipulations elles viennent plus derrière et pour des raisons...

**Gérard Bardy :** Elles sont postérieures à la première publication.

**Yves Gacon :** Oui, elles sont postérieures. Et politiques aussi. Je vous rappelle récemment une photo de la SP qui a été détournée dans des conditions que je ne vais pas trop décrire par le maire d'une ville célèbre, d'un village, d'une ville du Midi. Bon, ben là c'est le type de manipulation classique après publication, qui n'a plus rien à voir avec la photo telle que diffusée. Et tout à fait d'accord avec Jean-François, la légende est très importante, notamment qu'on dise dans quel contexte cette photo a été prise, si c'est une photo d'archives ou si c'est une photo d'illustration.

**Salle :** Les deux mon général

**Gérard Bardy :** Bien

**Dimitri Beck :** Il y a beaucoup à répondre. Bien reprenons un par un si on y arrive. Et vous allez nous rappeler les différents sujets. Par exemple cette photo qui a été utilisée par la mairie de Béziers, donc Robert Ménard, il faut dire les

choses. Et bien oui, il y a un détournement de l'image. Voilà.



[Robert Ménard, maire de Béziers a utilisé un grossier détournement d'une photo AFP pour illustrer un dossier sur l'accueil des migrants en France, et dans sa ville. L'ancien patron de Reporter Sans Frontière, proche du Front National, a dans l'édition du 9 septembre du Journal de Béziers, l'hebdo municipal, fait sa Une avec un

montage exploitant un cliché AFP de juin, montrant des familles de réfugiés qui montent dans un train en Macédoine ajoutant des pancartes "Béziers 3865 km" ou "scolarité gratuite, hébergements et allocations pour tous" aux fenêtres du train. Aucune indication de traitement de la photo créditée "Afp, Robert Atanasovsky" alors qu'il n'y a aucun abonnement autorisant son exploitation]

...l'importance de l'éducation à l'image pour le discernement

Et c'est là, j'en reviens aussi à l'importance de l'éducation à l'image, de pouvoir faire du discernement, pour éviter, pour à un moment donné, d'avoir une petite alarme quand il y a un détournement, quand il y a une manipulation. Parce que, arrêtons nos grands discours, mais quand vous avez des millions, des milliards de gens qui voient une image seuls, confrontés que ce soit sur un Smartphone, sur Internet, dans un journal, ils sont seuls face à une image.

... il y a d'abord quelqu'un seul face à l'image

Avant qu'il y ait décryptage, avant qu'il y ait conversation et surtout débat, comme éventuellement on a aujourd'hui, et bien, il y a quelqu'un seul face à l'image. Que ce soit devant la télévision, devant son journal ou d'ailleurs à entendre quelqu'un la radio. Et ça, ça s'appelle l'éducation. Et pour pouvoir réagir « *Il raconte des bobards. Ce qu'il me raconte là*

*est-ce que c'est bien correct ?* ». Ce n'est pas forcément douter de tout, mais d'avoir des réflexes de questionnement et l'esprit critique. Et ça, je crois que c'est fondamental, parce qu'on est tous confrontés à être manipulés. Nous les premiers.

...on est tous confrontés à être manipulés

Moi, il y a des moments où je tombe dans le panneau, moi aussi. Ben et alors, j'y ai le droit, on n'est pas parfaits du tout. Mais notre métier, le savoir-faire, nous aident à nous poser des questions assez rapidement. Des questions pertinentes, parce que c'est notre métier concernant l'image, ou d'écouter, d'en parler aussi entre nous. Il y a des moments où on se pose la question, moi il y a des moments où je ne sais pas je vais me tourner vers un Jean-François Leroy je vais lui demander conseil « *tu en penses quoi ?* ». On doit faire ceci on ne doit pas rester seul. Et c'est ça qui est très important. Et de mettre les choses sur la table. Au moins pour répondre à cette photo-là.

...cadrage, force de l'image

Et après histoire du cadrage, nous on a publié les deux images. Ce n'est pas forcément de la manipulation, je pense, dans la publication de la photo prise par Nick Ut avec cette jeune fille qui vient, comme d'autres civils, leur village vient de se faire bombarder au napalm. C'est avoir une meilleure lecture, aussi, de l'image et donc de l'information. C'est donc de la force de l'image. Pareil pour la photo d'Aylan.

...le conditionnement, parent pauvre de la manipulation

**Gérard Bardy** : Oui, à côté de la manipulation, il y a aussi le conditionnement, hein, qui est quand même son parent pauvre. On pourrait dire que tel ou tel homme politique, on ne va pas citer de noms, mais qui fait 2, 3, 4 manifestations tous les jours, tous les jours, tous les jours, avec toutes les télévisions sur ses

basques et avec son image qui passe en boucle, enfin c'est

**Jean Miot** : Ça peut être une femme politique aussi.

**Gérard Bardy** : Oui, ça peut être une femme politique aussi. Quand je dis un homme je parle aussi des femmes, on est là quand même dans le conditionnement. On n'est pas loin d'une certaine forme de manipulation. Oui, on tombe dans la communication.

**Salle** : La communication, c'est de la manipulation.

**Gérard Bardy** : Oui, mais ce sont des journalistes qui se prêtent à cette communication d'une certaine façon. Une question oui ?

....si les spécialistes sont dépassés,  
comment fait-on ?

**Georges Mongin-Vincent** [*Directeur général, MGVP studio, MGVTv, Mag People, Faaaace Photographe, Haute Couture, Glossy, Sooooo Chic!!!, Pop Art*]: Bonjour, Georges MGVTV. Face à la problématique de la manipulation, de la récupération, de la déontologie, de l'information en elle-même, en général. J'ai le regret de constater, en fonction de ce que vous êtes aujourd'hui, les spécialistes de l'information, que vous êtes dépassés. Alors moi-même qui suis un journaliste, je me demande comment je peux faire si vous-même êtes dépassés par ça.

...Facebook véhicule tout et n'importe quoi,  
comment freiner ça ?

Je vais prendre l'exemple de Facebook, puisque aujourd'hui tout le monde utilise Facebook. L'information, qu'on le veuille ou non, c'est la réalité d'aujourd'hui, Facebook est, aujourd'hui, le plus gros moteur social de l'information. La bonne, la mauvaise ? Maintenant, c'est à nous de savoir laquelle on va choisir. Ils véhiculent tout et n'importe quoi et ils sont les plus gros

véhiculeurs de mensonge et personne n'arrête ça. Comment faire pour régler ce problème ? Ça c'est ma première question.

...le massacre de Saint-Denis négocié aux chaînes à 50, 100 ou 200€ par des petites frappes

Juste finir sur ce que j'ai à dire par rapport à la réalité du terrain aujourd'hui. Tout ce qu'on voit sur Facebook, le terrorisme. Alors je me pose la question sur Facebook est-ce que Facebook n'est pas le porte-voix officiel du terrorisme et personne n'intervient. Je regrette, c'est ce que je constate. Tout le monde le constate. Comment intervenir pour freiner cette problématique en sachant que n'importe quel développeur peut bloquer ce problème là. Je veux finir sur ce que j'ai à dire par rapport aux attentats qu'il y a eu. Je prends l'exemple de Saint-Denis. Nous avons eu des intervenants de toutes les presses du monde, de toutes les télévisions du monde, et quand j'ai regardé la télévision ou sur Facebook, ou partout, je constatais que les journalistes attirés, professionnels, de *1 télé* et de toutes les chaînes du monde entier étaient là. Et ils achetaient à n'importe qui des vidéos. C'est visible, on peut le voir n'importe où. Des vidéos à n'importe quel petit bandit, des frappes, peut-être de futurs petits terroristes, qui étaient là-bas en train de revendre des vidéos pour 50 €, 200 €, 400 € ou 100 €. Et dans le monde entier, on voyait ça, c'était filmé. Et les chaînes de télévision reprenaient ça, ce qu'on voyait là, pour les diffuser, comment est-ce possible ? Mais comment en est-on arrivé là ? La question : pourquoi en est-on arrivé là ? On ne peut pas freiner cela ? C'est inadmissible.

**Pierre Géraud** : Je comprends bien ce qu'il vient de dire. C'est-à-dire que, à un moment donné, dans les banlieues, ça s'était mis à brûler. Vous vous souvenez ? Les voitures brûlaient et venaient à la rédaction, de France 2 en l'occurrence, des jeunes gens qui nous amenaient des images, qu'ils ne vendaient pas bien cher d'ailleurs, 50,100 euros.

**Salle :** Ils avaient encore les mains qui sentaient le pétrole ?

...ils mettaient le feu pour pouvoir filmer ça  
et nous le vendre

**Pierre Géraud :** Voilà. C'est eux-mêmes qui mettaient le feu. On a découvert ça au bout d'un petit moment. Ils mettaient le feu pour pouvoir filmer ça et nous le vendre. On s'en est aperçus assez vite, mais voilà....

...Facebook, c'est le Café du Commerce

**Patrick Eveno :** Oui mais ça, c'est un cas. Ce que dit monsieur, c'est qu'on est face au fait que, encore une fois, il y a des témoins qui sont là avant les journalistes. Donc, on a ce genre de choses. Le problème de Facebook, il est qu'il faut effectivement que les journalistes professionnels soient aussi sur Facebook. Il faut aussi que tout ce qui est fait comme travail par les décodeurs, les observers, etc., maintenant de plus en plus de rédactions ont ce genre de cellules qui démontent un peu tout ça de... Maintenant, les gens qui croient aux rumeurs, il n'y a pas pire sourd que celui qui ne veut pas entendre et pire aveugle que celui qui ne veut pas voir. Vous le savez très bien. C'est-à-dire que, avant, c'était dans le secret des consciences ou au Café du Commerce qu'on disait ces choses-là. Maintenant, on le dit sur Facebook, mais c'est exactement de même nature.

...il faut qu'on montre bien que les  
rédactions professionnelles apportent une  
plus-value

Il ne faut pas stigmatiser Facebook. Facebook est par ailleurs un instrument tout à fait intéressant. Facebook, Twitter, Internet, tout ça. Mais c'est sûr que, effectivement, il faut qu'on montre bien que les rédactions professionnelles, je dirai, plus que les journalistes professionnels, apportent une plus-value, apporte une garantie, apporte une

source, apporte une vérification, apporte toute une série de choses qu'on ne trouve pas ailleurs.

...combat pour l'information, depuis 1631

Et donc, il y a là un combat pour l'information qui se joue, mais ce n'est pas nouveau. C'est ce combat auquel Théophraste de Renaudot appelait dès 1631.

**Gérard Bardy :** Encore une ou deux questions.

**Salle :** Pardon, je voudrai juste dire une chose, j'ai répété ce qu'a dit Dimitri tout à l'heure, c'est un problème d'éducation parce que je suis d'accord avec vous, que tout tourne sur Facebook. Mais sur Facebook se tourne si on est éduqué, ou sur Twitter, moi je suis branché sur le compte de l'*AFP*, d'*AP*, du *New York Times*, du *Washington post*, donc je sélectionne mes sources, et donc ça c'est une question d'éducation. Parce qu'a priori, quand l'*AFP* m'envoie un tweet, je sais que l'info est vérifiée, sauf cas très exceptionnel. Sauf la mort de Bouygues par exemple. *Rires.*

**Salle :** Vous parlez des enfants, mais c'est la problématique, l'éducation ce n'est pas qu'un problème de responsabilité parentale.

**Salle :** Si. Ca c'est un problème de responsabilité parentale, quand même.

**Salle :** Mais quand on ne peut pas gérer le flux d'informations, ou que les informations ne sont pas bien gérées, ça ne peut pas être qu'un problème de responsabilité parentale ; on ne peut pas éviter que ça parte en live...

...une émission consacrée à la photo ?

**Gérard Bardy :** Justement, à propos des enfants, existe-t-il à la télévision, en France en tout cas, une émission consacrée à la photographie ? Je ne sais pas.

**Dimitri Beck :** Non et d'ailleurs on voit, même à la radio ce n'est pas ...

**Gérard Bardy** : Et pourquoi pas, à la radio c'est un peu plus compliqué...

**Dimitri Beck** : *Match* l'a fait à un moment donné, ça ne marche pas. Il y a eu d'autres initiatives, ça ne prend pas. Voilà, il y a eu *Pascal Delannoy sur France Info*. Moi, voilà, j'y suis, enfin pas que moi, il y a *Alain Genestar* quand même aussi. On est quelques-uns quand même, ...

**Gérard Bardy** : Là, on est sur une réflexion autour de la photographie. C'est la télé, l'outil pour parler de la photo.

...un bon orateur, il vous donne à voir

**Dimitri Beck** : Il y a *France Inter* aussi, c'est un très bon outil. D'ailleurs, c'est merveilleux la voix. Quand vous écoutez Jean, et bien un bon orateur, il vous donne à voir. Quand vous écoutez les photographes et bien ils ont des histoires incroyables et des moments très forts à vous faire vivre aussi, uniquement par la parole. Donc voilà, ça existe.

...aujourd'hui on est face à des outils qui sont mondiaux et oui, ça nous dépasse

Maintenant, une fois de plus, Facebook, il ne faut pas forcément... ça, ce sont des combats d'arrière-garde de dire « *Vade retro Satanas* », parce qu'il y a tout et n'importe quoi. Et bien, les choses, on se rend compte, dans la presse, ... vous allez dans des pays... Vous connaissez en Europe un quotidien qui fasse là Une avec un fait divers et qui vous montre des gens qui sont morts dans des conditions atroces tués par des cartels de drogue ? Non. Et bien au Mexique, c'est presque le quotidien, c'est fréquent. Donc aussi il y a des approches culturelles qui sont différentes.

...la puissance des outils

Aujourd'hui on est face à des outils qui sont mondiaux et oui, ça nous dépasse. Et moi en tant que journaliste, je reconnais, et j'assume le

fait d'être dépassé. Pas par les événements, mais par la puissance des outils. Mais au bout d'un moment, on s'assoit, on se pose, et on se dit « *on fait quoi, on fait comment, nous, individuellement, notre métier* » et on y réfléchit éventuellement ensemble.

...aujourd'hui, l'information est produite et existe grâce à des milliers de journalistes qui sont seuls

Et ce qui est important, tout à l'heure on parlait de rédactions, certes, il y a des rédactions. Là où on peut avoir des débats et faire mieux ensemble notre travail. Mais je peux vous dire : aujourd'hui, l'information, elle est produite et elle existe grâce à des milliers de journalistes qui sont seuls, parce qu'ils sont free-lances, ils sont pigistes et, peut-être, ils travaillent au coup par coup. Peut-être que la plupart d'entre vous, ici, sont pigistes, vous collaborez à plusieurs médias. Et bien, vous ne seriez pas là, il y a beaucoup de contenus qui n'existeraient pas dans aucun des grands médias qui existent encore aujourd'hui.

**Gérard Bardy** : Une question encore

**Cyr-Marc Koutékissa** : Ce n'est pas la mienne mais c'est la question de Yves [Gacon] je crois. Vous n'avez pas répondu à sa question. J'attendais cette réponse sur les images. Est-ce que s'il s'agissait d'un enfant européen, français, parisien, est-ce qu'on aurait publié ces images ? J'attendais cette réponse de impatiemment.

...quand le 11 septembre 2001, je ne vois pas une photo de victimes au World Trade Center, je me dis « comment on informe ? ».

**Jean-François Leroy** : Bien. Moi, si vous voulez, je n'ai pas jugé utile d'y répondre parce que, pour moi, j'ai fait la réponse tout à l'heure, quand j'ai parlé de la couverture de *Match* et que j'ai fait la réponse sur cette femme. Je

pense effectivement qu'un gosse tué au Bataclan ou sur la terrasse du Petit Cambodge, je ne sais pas si elle [La photo] aurait trouvé une publication. Je ne sais pas. Mais en même temps, c'est ce que je disais tout à l'heure, je me pose des vraies questions parce que, quand le 11 septembre 2001, je ne vois pas une photo de victimes au *World Trade Center*, je me dis « *comment on informe* ». Je n'ai pas la réponse.

**Gérard Bardy :** Oui, mais ça c'est assez américain quand même. On n'a pas vu un tué pendant la guerre du Golfe. Toutes les images étaient bien filtrées et allez trouver, je parle de la première [*guerre du Golfe*], allez trouver une photo d'une victime sur la guerre du Golfe alors que tout était contrôlé par l'état-major américain, sur place, c'est impossible. Vous n'en trouverez pas.

**Dimitri Beck :** C'est la raison pour laquelle on a besoin de cette diversité de la presse.

...les drames propres, c'est peut-être la raison de l'accoutumance

**Jean-François Leroy :** On est sur des drames propres, et sans la vue du sang. C'est peut-être une des raisons de l'accoutumance à ces grands drames. C'est que on n'a pas la mort, on n'a pas le sang qui vous saute au regard.

**Dimitri Beck :** Monsieur, pour répondre à votre question, il est important qu'il y ait cette diversité de la presse, et pas uniquement dans notre pays, la France. Parce que, on est un petit pays dans le monde, mais qu'il y ait des médias indépendants, des journaux indépendants. Et si la France décide peut-être de ne pas publier pour ses propres raisons ; et bien l'Allemagne le fera peut-être. Le Congo Kinshasa fera peut-être la Une dessus, l'Indonésie,... Bref, on fera peut-être, on peut montrer des choses ailleurs.

...seul le Stern a publié des photos de l'intérieur du Bataclan

Le seul média, à ma connaissance, pour l'instant, qui a publié une photo de l'intérieur du Bataclan avec des corps au sol qui baignent dans leur sang, on n'a pas l'origine de la photo, qu'il a pris et ainsi de suite ; en publication papier, je crois que c'est le Stern, quand même, voilà, qui a décidé, lui, de le publier. En France, tout le monde s'est interdit. Nous, on a fait une interview. J'ai interviewé la plupart des responsables photos des grands médias français, tous se sont dit, et d'ailleurs c'étaient un papier un peu d'analyse, de décryptage, de pourquoi cette photo qui circule assez librement sur les réseaux sociaux, très facilement vous pouvez la trouver, et bien les magazines papier ont décidé de ne pas la publier. Il y a leur explication et la raison pour laquelle. Et on apprend des choses aussi comme ça.

**Gérard Bardy :** Et si nous disions, en conclusion, que c'est tout à l'honneur de la presse française de ne pas publier ces photos qui sont par trop agressives. Le drame se suffisant en lui-même. Je vous remercie de votre intervention, Patrick Eveno, Jean-François Leroy et Dimitri Beck. Je pense que cet échange a été fructueux et nous a permis d'en savoir un peu plus. Merci à vous d'être venus. Je vais faire comme les télévisions, je vais dire : je vous signale la publication du dernier numéro de *Polka* « *Chaque photo a son histoire* ».

**Dimitri Beck :** D'ailleurs, on a une interview dedans d'un spécialiste qui revient finalement un petit peu sur ces questions et ces questionnements de la part d'un philosophe, avec les deux photos : la photo du petit Aylan et la photo prise par Nick Ut en 1972, dans leur intégralité et avec leur recadrage.

**Patrick Eveno :** Et n'oubliez pas d'aller sur le site de l'Observatoire de la Déontologie de l'Information, *odi.media*

**Jean-François Leroy :** Et rendez-vous à Perpignan, première semaine de septembre



?? : C'est de l'information ou c'est de la communication tout ça ?

**Jean Miot** : Et n'oubliez pas le prochain rendez-vous de notre association qui comme vous

pouvez le voir renaît de ses cendres. Il y aura prochainement, je pense dans le premier trimestre, un nouveau petit-déjeuner débat sur un des sujets qui nous préoccupent. Merci.

## Histoires d'agence

Bestiaire non exhaustif des agences citées...

**Sipa Press** est une agence française de photojournalisme qui a été fondée en 1973 par le journaliste, éditeur de journal et photoreporter turc Gökşin Sipahioğlu. Le siège de Sipa se situe à Paris dans le 16<sup>e</sup> arrondissement. Gökşin Sipahioğlu a vendu son agence en 2001 à Sud Communication, le groupe de médias de l'industriel français Pierre Fabre. Il a quitté la présidence de Sipa en décembre 2003. Le 21 mai 2007, Philippe Warrin, de Sipa, réalise la photographie officielle du président de la République française, Nicolas Sarkozy. En 2013, le réseau de Sipa Press compte 12 000 photoreporters. Sipa distribue en 2014 environ 12 000 photos par jour dans plus de quarante pays. L'agence bénéficie de liens privilégiés avec l'agence de presse Associated Press. En 2011, Sipa Press est cédée à la nouvelle agence de presse allemande Deutscher Auslands-Depeschendienst (DAPD), Mais fin 2012, il y a eu dépôt de bilan de la société. De nouveaux dirigeants et actionnaires sont à la tête de cette entreprise depuis début 2013. <http://www.sipa.com/fr>

**Sygma** est une agence photographique française fondée en 1973 et disparue en 2010. Elle a été une des principales agences internationales des années 1970 à 1990 avec Gamma et Sipa Press. L'agence de presse Sygma est fondée sur le rachat de l'agence APIS le 14 mai 1973 par Hubert Henrotte à la suite de la scission survenue entre les actionnaires de l'agence Gamma Presse Images, dont Hubert Henrotte, photographe au Figaro, a été le fondateur avec Hugues Vassal, Léonard de Raemy, Gilles Caron, Raymond Depardon et le commercial Jean Monteux venu de l'agence Reporters Associés. En 1992, Sygma possédait deux bureaux importants aux États-Unis (Los Angeles et New York), un bureau à Londres et un à Budapest. Des investissements dans le monde de la télévision et des filiales médiocres entraînèrent l'agence photo vers la cessation de paiements. En juillet 1987, Robert Maxwell acquiert 25 % puis 30 % du capital. En mars 1990, les 70 % restants sont rachetés par Oros Communication qui cède ses parts en août 1996 à Nicephore Communication, une société anonyme à conseil d'administration, dont le président est Jean-Marc Smadja et l'un des administrateurs Kenneth Socha, Senior Managing Director de Perseus. En 1998, une crise dans la société aboutit au départ du fondateur, Hubert Henrotte, et de son épouse, Monique Kouznetzoff. Le nouveau président, Jean-Marc Smadja, vend ses actions (51 % du capital) à Franck Pearl, président de Perseus, qui est propriétaire de Sygma. Bill Gates rachète l'agence à Perseus en juin 1999 par le biais de sa société Corbis. En 2001, 90 personnes dont 42 photographes sont touchées par un plan social et licenciées. L'agence est mise en liquidation judiciaire en mai 2010. Sygma possédait 40 millions d'images, depuis les archives sont aujourd'hui conservées à Garnay (Eure-et-Loir). Le 29 juin 2011, une plainte pour « délit d'organisation frauduleuse d'insolvabilité, abus de bien social et abus de confiance » est déposée devant le tribunal de grande instance de Paris par cinq anciens employés de la société. Le dossier est instruit par le juge Renaud Van Ruymbeke depuis juin 2012. Un livre photo conçu par Michel Setboun, « Génération Sygma », retraçant les événements, sera présenté au festival Visa pour l'image en septembre 2013.

**Associated Press (AP)** est une agence de presse mondiale et généraliste dont le siège est aux États-Unis. Créée en 1846, c'est l'une des plus anciennes coopératives au monde. Elle a 145 bureaux aux États-Unis et 95 dans 72 autres pays. Elle compte plus de 4 000 employés dont 3 000 journalistes. Ses reportages sont publiés en cinq langues : l'anglais, le français, l'italien, l'allemand et l'espagnol. En 2009, l'AP possède le réseau de photos numériques le plus avancé de l'industrie, un service de nouvelles continues 24 heures par jour, un service de nouvelles télévisées haut de gamme et le plus grand réseau de radios des États-Unis. AP fut fondée au printemps 1846 par six journaux new-yorkais sous la forme d'une coopérative. Leur but était de mutualiser leurs efforts pour collecter des nouvelles sur l'étranger et notamment l'Europe. En accélérant la circulation de l'information, l'agence contribue à l'Histoire des bourses de valeurs, avec la croissance rapide de Wall Street et de la Bourse de San Francisco, puis d'autres marchés en Europe et en Asie, AP s'affirmant comme une agence mondiale, qui profite de l'interconnexion des marchés financiers leur ouvre des horizons commerciaux. Entre 1901 et 1903, AP réussit une brillante expansion internationale. Elle ouvre quatre bureaux en Europe, à Londres, Berlin, Rome, Paris alors qu'elle ne disposait jusque-là que d'un correspondant à Londres. En 1985, après vingt années de succès du concurrent Reuters dans l'information financière en direct, les concurrents réagissent: Dow Jones and Company, qui est associé à l'Associated Press, prend 32 % de Telerate, pour 285

millions de dollars, puis réinvestit 415 millions de dollars pour monter à 56 % en septembre 1987, juste avant le krach boursier d'octobre 1987, puis encore 148 millions de dollars l'année suivante pour monter à 67 %<sup>2</sup>. Les besoins des traders ou des gérants de portefeuille utilisant les produits « Reuters » ou « Dow Jones Telerate » sont cependant négligés par leurs fournisseurs. En plus de ces outils informatiques complexes, ils manquent de logiciels et de contenus, un créneau sur lequel l'agence d'informations financières Bloomberg LP va capitaliser une forte croissance dans les années 1990. Telerate est alors peu à peu marginalisée et ses services sont intégrés à ceux de Dow Jones, au sein de la filiale Dow Jones Newswires. Depuis le 21 juillet 2014 Associated Press utilise des robots pour rédiger les bilans de certaines entreprises. Ces contenus sont édités par le logiciel Automated Insights. Selon le directeur de la publication, un robot peut rédiger un article au même rythme qu'un journaliste. L'agence pourra multiplier par plus de dix la production de contenus pour atteindre 4 400 articles par mois d'ici à la fin 2014 (contre 300 en juillet 2014).

**Gamma** est une agence de photographie fondée le 14 novembre 1966 par Hubert Henrotte, Raymond Depardon, Léonard de Raemy et Hugues Vassal. Ils furent rejoints par Jean Monteux puis Gilles Caron. L'agence Gamma, devenue plus tard Gamma Presse Images, a diffusé le travail d'environ 6 000 photographes depuis sa création. Parmi eux, on peut retenir Gilles Caron, Raymond Depardon, Jean-Claude Francolon, Françoise Demulder, Marie-Laure de Decker, Catherine Leroy, William Karel, André Perlstein de 1972 à 1976, Georges Méryllon, Alexis Duclos, Emanuele Scorcelletti, Michel Laurent, Hans Bollinger, Thierry Secretan, Michel Folco, Daniel Simon, Gilbert Uzan, Patrick Aventurier, Jean Michel Turpin, François Lochon, Ulf Andersen, Raphaël Gaillarde, Éric Bouvet, William Stevens, Pierre Hounsfield, Frédéric Souloy, Rafael Wollman, Arnaud de Wildenberg, Francis Apestegey ou Rémi Bénali. De plus, beaucoup de photojournalistes ont contribué au prestige de l'agence Gamma qui fut la pépinière de grands noms de la photo comme Abbas, Jean Gaumy, Sebastião Salgado, David Burnett ou encore Gianni Giansanti. Six hommes en particulier ont marqué l'agence et furent présents dès sa création: Hubert Henrotte : Il dirigea l'agence de 1966 à 1973, avant de créer sa propre entreprise, Sygma, laquelle fut longtemps concurrente de Gamma. Raymond Depardon : cinéaste et photographe. Gilles Caron : Photographe de légende, qui s'illustra durant la guerre des 6 jours, le conflit du Biafra, et les événements de mai 68. Il disparut au Cambodge en 1970. Hugues Vassal : photographe d'Édith Piaf et de la royauté d'Iran. Jean Monteux : commercial, puis PDG de 1977 à 1993. Leonard de Raemy : photographe. Il convient de mentionner le nom de Floris de Bonneville qui, de 1968 à 1996, dirigea les rédactions et organisa le réseau de diffusion à l'étranger, réseau qui longtemps allait être le meilleur de toutes les agences du marché. Dans son film Reporters, Raymond Depardon suit plusieurs photographes de Gamma dans leur activité, pendant le mois d'octobre 1980. Le film montre que les photographes traitent de l'actualité sérieuse, voire tragique (attentat antisémite contre la synagogue de la rue Copernic, qui tue quatre personnes) ainsi que de l'activité de paparazzi photographiant les people (Richard Gere notamment), ou encore Jacques Chirac, alors maire de Paris, que l'on retrouve à plusieurs reprises dans le film. À la fin des années 1990, à la suite de conflits sociaux sans fin, de blocages internes refusant les nouvelles technologies numériques, l'agence Gamma est rachetée par le groupe Hachette Filipacchi Médias, dont le pôle « Image » est dirigé, depuis décembre 2005, par Bertrand Eveno, énarque, ancien président-directeur général de l'Agence France-Presse. Elle est ensuite cédée à Green Recovery. Le dernier repreneur continue de diffuser les images de Gamma par l'intermédiaire de la société Eyedea Presse, filiale du groupe Eyedea. Le 23 juillet 2009, Stéphane Ledoux, Pdg du groupe Eyedea déclare l'agence en cessation de paiement. Le groupe Eyedea a déposé le bilan de sa filiale Eyedea Presse (et donc Gamma) au tribunal de commerce le 28 juillet 2009. Ainsi, le groupe Eyedea est en redressement judiciaire devant ce même tribunal de commerce de Paris. François Lochon, photographe et ancien actionnaire de l'agence Gamma se voit attribuer par le Tribunal de commerce de Paris la reprise du Groupe Eyedea. L'agence Rapho, une légende du monde de l'image figure dans le panier des agences du groupe. Robert Doisneau, Édouard Boubat et Willy Ronis sont diffusés par la nouvelle entité, qui prend le nom de « Gamma-Rapho » ainsi que les archives des agences Keystone, Explorer, HoA Qui et Stills également incluses dans ce fonds d'archives.

**L'Agence de Presse internationale catholique (APIC, en allemand : Katholische internationale Presseagentur, KIPA)** est une agence de presse catholique bilingue (français et allemand) en Suisse. Elle a été fondée en 1917 par un journaliste, Ferdinand Rüegg. Organisme privé à l'origine, elle se transforme en société anonyme en 1932, puis après 1955 devient une société coopérative de droit suisse, avec égalité entre les différents coopérants<sup>1</sup>. Elle a son siège à Fribourg en Suisse. La rédaction germanophone est basée à Zurich, et la francophone à Fribourg. La rédaction se présente comme indépendante. Elle est soutenue par l'Association de la presse catholique Suisse (en allemand : Schweizerischer Katholischer Presseverein, SKPV), dont le secrétariat (Secrétariat de la presse catholique suisse, allemand : Schweizerische Katholische Pressesekretariat) lui sert aussi sur le plan administratif à Fribourg. Elle travaille en collaboration étroite avec les agences de

presse allemande Katholisch Nachrichten Agentur (KNA, fondée en 1952) et autrichienne Kathpresse (fondée en 1946, voire romaine Centrum Informationis Catholicum.

**Rapho** est une agence photographique française fondée en 1933. Rachetée par Hachette Filipacchi Médias en 2000, elle a été cédée au fonds d'investissement Green Recovery en décembre 2006, qui a regroupé Rapho, Gamma et d'autres fonds d'images dans une holding appelée Eyedea. En 2010 après le dépôt de bilan de la holding Eyedea, François Lochon a racheté les actifs et a créé une nouvelle société Gamma-Rapho pour relancer l'activité. Rapho est fondée en 1933 par Charles Rado - un émigré juif hongrois qui s'installe ensuite aux États-Unis - avec les photographes Émile Savitry, Ergy Landau, Ylla et Brassai. C'est ainsi la plus vieille agence de photojournalisme en France. Réactivée en 1946 sous l'impulsion de Raymond Grosset, elle regroupe de jeunes photographes qui travaillaient déjà pour des magazines : Robert Doisneau, Jean Dieuzaide, René Maltête, Janine Niepce, la suisse Sabine Weiss et Willy Ronis, qui vont produire une photographie humaniste, qui fera la réputation de l'agence. Un temps, Denis Brihat, encouragé par Robert Doisneau, collabore avec l'agence, avant qu'il ne se retire en Provence, pour se consacrer à son œuvre personnelle. Édouard Boubat, Jean-Philippe Charbonnier et d'autres encore, rejoindront l'équipe en 1977 après le rachat de l'agence Top par l'agence Rapho. Par la suite, Roland et Sabrina Michaud, Georg Gerster, Hans Silvester, François Le Diascorn, Jean-Marc Zaorski, Hervé Gloaguen, Marc Paygnard, Philippe Pache, Jean-Christian Bourcart, Gérard Uféras, Valérie Winclker, Françoise Huguier, Jean-Claude Coutausse, Jean Noël de Soye, Michel Baret, Lily Franey ou encore Véronique Durruty rejoindront l'équipe Rapho et poursuivront l'œuvre de leurs aînés, toujours dans cette veine humaniste. Quelque temps après la mort de Raymond Grosset (le 6 avril 2000), Rapho est rachetée le 30 décembre 2000 par le groupe Hachette Filipacchi Médias (HFM), qui crée une nouvelle structure, Hachette Filipacchi Photo, regroupant Rapho et les différentes agences rachetées par le groupe, dont l'Agence Gamma, dont la direction est confiée à Bertrand Eveno, ancien P-DG de Havas Éducation et Référence (qui regroupe, notamment les maisons d'édition, Larousse, Nathan, Bordas, Le Robert) et ancien président de l'Agence France-Presse (AFP). En 2006, Hachette Filipacchi Photo, qui était le seul pôle européen d'images face aux groupes américains Getty Images (Image Bank, Tony Stone, Pix et Photodisc) et Corbis (Sygma, Saba, Outline, Kipa, Tempsport et Stockmarket), est vendue à Eyedea, holding détenue par le fonds d'investissement Green Recovery. En 2009, l'Agence Rapho est menacée de disparition à la suite du dépôt de bilan de Eyedea. Le 6 avril 2010, le tribunal de commerce de Paris attribue à François Lochon, ancien photographe et ancien propriétaire de l'agence Gamma, la reprise du groupe Eyedea (Gamma-Rapho-Keystone, etc.) en redressement judiciaire depuis juillet 2009. Celui-ci crée une nouvelle société, dénommée « Gamma-Rapho » afin de relancer l'activité des anciennes agences du groupe Eyedea, dont la liquidation judiciaire est prononcée.

**L'Agence France-Presse (AFP)** est une agence de presse mondiale et généraliste chargée de collecter, vérifier, recouper et diffuser l'information, sous une forme neutre, fiable, et utilisable directement par tous types de médias (radios, télévision, presse écrite, sites internet) mais aussi par des grandes entreprises et administrations. Réalisant la moitié de son chiffre d'affaires commercial à l'étranger, l'AFP est implantée dans environ 150 pays avec 200 bureaux. Elle assure depuis 1957 une couverture complète de l'actualité mondiale, dans tous les domaines et sous toutes ses formes : photographie, infographie, vidéo et texte dans six langues. Comme sa concurrente américaine l'Associated Press et à la différence de son lointain ancêtre Havas, l'AFP n'a pas d'actionnaire. Son conseil d'administration est composé majoritairement d'éditeurs de presse, à l'instar de l'Associated Press et de Reuters jusqu'en 1984. Pour garantir son indépendance, la loi exige qu'elle équilibre son budget, après amortissement comptable des investissements, l'AFP ayant de plus accès aux marchés financiers pour emprunter. Six langues diffusées et 150 pays couverts par 80 nationalités. Siège de l'AFP place de la Bourse à Paris. Basée à Paris, l'AFP couvre 200 pays, grâce à 150 bureaux, 50 correspondants locaux et cinq centres régionaux : Washington DC (Amérique du Nord), Hong Kong (Asie-Pacifique), Montevideo (Amérique latine), Nicosie (Moyen-Orient), Paris (Europe et Afrique). L'AFP affirme employer 3700 collaborateurs de 80 nationalités différentes, dont bon nombre de pigistes. Elle informe en six langues (français, anglais, espagnol, allemand, portugais et arabe), 24 heures sur 24, et a lancé en 2010 des pages officielles sur Facebook, en français et en anglais. Au début du XXI<sup>e</sup> siècle, l'étranger représente la moitié des ventes commerciales et les abonnements aux ministères, préfectures, ambassades, agences et services publics pèsent pour 40 % du chiffre d'affaires. L'AFP est gouvernée par un conseil d'administration de 16 membres : 8 représentants des directeurs de journaux quotidiens, 2 représentants du personnel de l'AFP élus à bulletins secrets, 2 représentants de la radio et de la télévision française, 3 représentants des services publics : le premier ministre, le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie et le ministre des affaires étrangères nommant chacun un représentant. le président directeur général (PDG), choisi par le conseil d'administration en dehors de ses membres, élu par au moins 12 voix sur 16, pour un mandat de 3 ans renouvelable. Une commission financière composée de deux membres de la Cour des comptes française et d'un expert désigné par le ministre de l'économie et des finances surveille sa gestion financière. La loi

de 1957 a également institué un conseil supérieur de 8 membres, inspiré par le modèle du Reuters Trust, qui veille au respect par l'AFP de la mission impartie par ses statuts, et reçoit les plaintes des usagers ou des professionnels. Généralement qualifié de juridiction administrative spéciale (Jean Waline) ou d'autorité administrative indépendante (Rapport 2001 du Conseil d'État), il peut sanctionner le PDG. Le 10 décembre 2014, l'Assemblée nationale examine une proposition de loi prévoyant de modifier en profondeur la composition du conseil supérieur, notamment avec l'arrivée d'un député et d'un sénateur, ce qui n'est pas prévu dans le Reuters Trust. Depuis 2008, la privatisation de l'agence est un sujet récurrent. L'AFP et l'information gratuite sur Internet : L'AFP ne diffuse normalement pas ses informations, photos et vidéos auprès du grand public. Ses centaines d'abonnés médias paient en fonction de leur taille, un système imaginé pour favoriser la création de nouveaux médias et encourager la diversité de la presse magazine et régionale, deux industries très développées en France. Mais s'ils rediffusent gratuitement sur Internet des dépêches, l'AFP les facture plus cher. L'information rediffusée gratuitement par les sites Internet des grands abonnés de l'AFP fragilise en effet la presse écrite dans son ensemble, même quand elle dispose de ses propres sites gratuits, car les lecteurs quittant le papier pour Internet rapportent dix fois moins de publicité et souvent aucun abonnement. Sur 2 milliards d'euros de dépenses publicitaires en France sur Internet, 800 millions vont à Google et 420 millions aux PagesJaunes. L'AFP a gagné en 2006 un procès contre Google, qui diffusait gratuitement les informations de l'AFP sur Internet. L'AFP et les réseaux sociaux. En septembre 2010, une cellule réseaux sociaux a été créée à la rédaction en chef centrale de l'agence à Paris. Cette cellule, qui n'était constituée que d'une seule personne à l'origine, en comptait quatre fin 2013 (trois journalistes francophones et un anglophone). Cette cellule a deux missions principales : assurer la présence de l'AFP sur les réseaux sociaux ; former et accompagner les journalistes de l'agence à la pratique et à l'usage des réseaux sociaux. Ceux-ci, particulièrement Twitter, sont quotidiennement utilisés par les journalistes. Fin 2013, l'AFP est présente sur Twitter en français, anglais, espagnol, allemand et arabe, ainsi que sur Facebook, en français et anglais. L'agence compte également deux pages Google+ en français et anglais, un Tumblr qui met en avant le travail de ses photoreporters et une page Pinterest mettant également en valeur la production de ses photographes à travers le monde. Le 27 novembre 2014, l'AFP a annoncé sur son site le lancement d'un blog dédié à la sécurité. Le blog est destiné aux correspondants de l'agence et aux départements de l'information et rédactions en chef des grands médias qui envoient du personnel sur le terrain. Il traitera de la sécurité des journalistes en temps de crise en proposant diverses recommandations, mises en garde et conseils aux envoyés spéciaux sur le terrain<sup>91</sup>. Présidents : Les dix premières années de son existence, l'AFP n'avait qu'un directeur. À partir de 1957, un président est élu pour trois ans. Cinq des dix présidents de l'AFP ont fait plus d'un mandat. Henri Pigeat est resté 7 ans, tandis que Jean Marin, le président à l'origine du statut d'indépendance et de neutralité, 21 ans, soit sept mandats consécutifs. L'élection en 1978 de Roger Bouzinac, ancien des cabinets ministériels et premier non-journaliste à la tête de l'entreprise, avait provoqué la démission d'Hubert Beuve-Méry, patron du Monde pour dénoncer « le fait du prince » : le gouvernement avait d'abord envisagé de nommer un ambassadeur de France, puis des administrateurs représentant des médias publics s'étaient alliés à une partie des éditeurs de presse. C'est le seul PDG à n'avoir pas fini son premier mandat, avec Eric Giuly, victime d'une motion de défiance des salariés, sur une question de déontologie. Henri Pigeat est parti après une grave crise financière et politique, sur fond de dumping de l'agence concurrente, United Press International, disparue peu après. 1944 - 1945 : Martial Bourgeon - 1945 : François Crucy - 1945 - 1947 : Maurice Nègre - 1947 - 1950 : Paul Louis Bret - 1950 - 1954 : Maurice Nègre - 1954 - 1975 : Jean Marin - 1975 - 1978 : Claude Roussel - 1978 - 1979 : Roger Bouzinac - 1979 - 1986 : Henri Pigeat - 1987 - 1990 : Jean-Louis Guillaud - 1990 - 1993 : Claude Moisy - 1993 - 1996 : Lionel Fleury - 1996 - 1999 : Jean Miot - 1999 - 2000 : Éric Giuly - 2000 - 2005 : Bertrand Eveno - 2005 - 2010 : Pierre Louette - depuis le 15 avril 2010 : Emmanuel Hoog, réélu pour 3 ans le 4 avril 2013

# Notes

A consulter sur <http://www.arretsurimages.net/breves/2015-09-03/Aylan-Kurdi-photo-recadree-id19204>



**De l'importance du recadrage.** La photo reprise par la presse internationale, qui pourrait bien "faire bouger les consciences" du réfugié syrien, Aylan Kurdi, mort sur les côtes turques, a été recadrée. De *The Independent*, dont la une a été particulièrement reprise sur les réseaux sociaux, au *Monde* ce matin, les journaux ont tous relayé cette image d'un garde côte, seul face au corps d'Aylan Kurdi.



Le cadrage retenu est pourtant différent de celui du cliché original de la photographe turque Nilüfer Demir, où l'on voit deux autres personnes, dont un garde côte muni d'un appareil photo sur la droite, comme le note l'enseignant chercheur en culture visuelle à l'EHESS André Gunthert. En France, seul le site de France Info a diffusé le cliché dans son intégralité.



Ce n'est pas la première fois qu'une photo devient iconique après resserrement de son cadrage. Comme le note Gunthert, la célèbre photo de la "petite fille au Napalm" de 1972, reprise à l'époque par une grande partie de la presse, avait été recadrée de la même manière, faisant identiquement disparaître du champ...un preneur d'images.

## Essai de synthèse :

### Place et poids de l'image dans l'information aujourd'hui

#### La rectitude photojournalistique est-elle la bonne question ?

C'est une vague qui a ramené le petit Aylan Kurdi sur une plage de Bodrum en Turquie. C'est la photo prise par la journaliste Nilüfer Demir, le 2 septembre 2015, qui a soulevé une vague d'émotion, vecteur de communication essentiel aujourd'hui. La photo n'est pas la première sur les drames des migrants, mais cet enfant de 3 ans, échoué tandis que « les nôtres » rentrent en classe, a relancé le débat sur l'accueil des réfugiés de la guerre civile syrienne. Injuste, forcément, indécent pour tous ceux qui sont morts dans la plus parfaite indifférence.

A l'UPF, des professionnels journalistes et éditeurs ont voulu poser une frontière entre véracité et manipulation et ont questionné le photojournalisme sur sa rectitude. Le débat a essentiellement mis en lumière le dévoiement, non du photojournalisme, mais des médias où l'inféodation est de moins en moins à l'information. Question de moyens, de choix, d'audience. C'est la nature et la place de l'information et ceux qui en décident qui ont été discutés. Car « il y a quelqu'un qui fait, ou non, la photo, quelqu'un qui décide, ou non, de la proposer et quelqu'un d'autre qui décide, ou non, de la diffuser » résume D. Beck.

#### **Place et poids de l'image dans la société**

Dans une société d'images où tout va (trop ?) vite, on ne s'adresse plus à l'entendement mais à l'émotion, outil et matière de communication. « L'image, elle va plus vite, elle va plus fort, elle cogne au plexus[...]. C'est l'émotion » décrit l'universitaire Patrick Eveno. Une émotion si manipulable qu'elle est devenue l'outil préféré et affiné à l'extrême des communicants et propagandistes de tout poil, y compris amateurs sur les réseaux sociaux. Depuis janvier et les attentats « signés » Daech, un tsunami d'images anxigènes en boucle a ouvert la voie aux lois liberticides, plus sécuritaires que sécurisantes, et à l'état d'urgence. Pourtant, Daech existait avant. De même pour la photo d'Aylan et la problématique des migrants. Question de perméabilité sincère de l'opinion ou stratégie ?

## **Le photojournalisme**

Si l'image est première, les photojournalistes sont pourtant en difficulté. « L'instantanéité sans temps de réflexion », « des budgets divisés par huit ou dix en 20 ans » pose Jean-François Leroy (Visa pour l'image). « Une presse dirigée par des entrepreneurs, non journalistes », aux préoccupations marketing « une non- vision journalistique, des rédactions réduites, sans iconographes », explique en substance Dimitri Beck (Polka). Des médias qui recourent trop souvent aux photos d'illustration, voire aux photos fournies par les staffs de communicants, à sémiologie positive pour leurs clients....

La photo journalistique n'est pas une photo ordinaire. Elle possède sa sémantique qui fait sens, témoigne d'une réalité, d'instantanés capturés tels qu'ils surviennent. Elle est encadrée de proscriptions (mises en scène, corrections infographiques, reconstitutions), de codes de déontologie et de règlements (prix et festivals du Pulitzer à Visa pour l'image,..) où valeurs esthétiques et éthiques sont clairement définies. Toute altération ou manipulation annule la qualité de photographie documentaire d'actualité. Cette photo journalistique, à la rectitude encadrée, peine à se différencier dans le flux continu d'une profusion d'images manipulées, traitées, détournées et dévoyées. Communicants, politiques et même médias se préoccupent de moins en moins de véracité et exploitent des photos « à destination » à bas coût.

## **Place de l'information**

A époque schizophrène, débat schizophrène. S'interroger sur la destination du flot d'images auquel nous nous soumettons avec peu de retenue pose la question de la définition de l'information aujourd'hui et de ce que l'on en attend. Témoigner par l'œil pour toucher au cœur, la vraie question n'est pas l'intention mais la destination. Si le choix des éditeurs est plus celui de l'émotion, monnayable, la rectitude photojournalistique avec sa déontologie, son éthique et sa définition morale de l'image de presse, a-t-elle encore sa place ?

## **Le journaliste barrage**

Les barrages contre la manipulation se nomment « information » et « discernement ». Des barrages que les journalistes et aux avant-postes les photojournalistes, preux défenseurs de l'information la plus brute, celle de l'image-témoin, devraient défendre ? Un positionnement simpliste visant à dire que les soldats font ou défont les guerres et non les financeurs et les stratèges. L'information a toujours été outil de pouvoir, rappelle P. Eveno qui dénonce le récurrent larmolement des journalistes sur les moyens octroyés. Pourtant, c'est bien sur les moyens octroyés à l'information avérée, tant en termes de monétisation que de pouvoir, que s'est toujours posée la question.

## **Monétisation, mort-kilomètre, quelle civilisation ?**

Concrètement, le choix des moyens alloués fait en soi office de réponse. On « achète cher » les jumeaux d'Albert de Monaco ou des images amateurs du 13 novembre ou « pas cher » des voitures brûlées, à dessin, des banlieues... On diffuse des photos d'enfants martyrs d'ailleurs en vertu du « mort-kilomètre » (le syrien Aylan , la « petite fille au napalm » de Tran Bang, Omayra en Colombie,...), mais on s'épargne l'image de nos propres douleurs que l'on veut propres (pas une victime pour le World Trade Center, la guerre du Golfe ou le Bataclan...). Ce que cela dit de notre « culture » et de la réalité de notre souci



d'information est-il grand ? Quant à la démultiplication des outils de diffusion, leur « démocratisation » avec tous les égarements des réseaux sociaux, la mondialisation effrénée qui perturbe les codes sociaux, ils ne sont simplement pas encore maîtrisés.

### **Photos manipulées, information marchandisée**

Jean-François Leroy définit l'importance de la légende, mais que pèse t'elle face à l'exploitation de montages douteux, comme le Journal de Béziers détournant une photo AFP pour de la propagande FN bourbeuse ? Nombre de médias préfèrent aujourd'hui les photos d'illustration, les photos flatteuses de politiques fournies par leur staff, ou a contrario utilisent des photos dégradantes à destination. On s'interdit les photos de cadavres, victimes de meurtre ou d'accident, de lynchages, mais Daech diffuse des décapitations sur les réseaux... L'économie des intérêts entre dignité des victimes, liberté de presse du photographe, droit de savoir du public et marchandisation s'écrit à chaque image diffusée, ou non.

### **Education à l'image**

De la semaine de la presse dans les écoles aux ateliers de Visa pour l'image, il y a des initiatives. Les grands médias ont créé des cellules de décryptage pour vérifier les informations. Des outils numériques existent, du moins pour l'image fixe. Les professionnels « concernés » ont donc les moyens de vérifier source et nature des visuels et d'identifier les « fakes », ces mensonges visuels souvent grossiers. Jean-François Leroy l'explique : si les images circulent de plus en plus vite, les images « bidons » sont de plus en plus vite débusquées aussi.

### **Plus l'information se fait émotion...**

Le contexte de production numérique exacerbée, de « malconcurrence » des réseaux sociaux, de marketing, d'économie mondialisée et aculturée, accélère la mutation des médias en entreprises surfant sur les ressorts émotionnels ordinaires. Où poser et défendre la limite entre information et communication, comment identifier la manipulation, le détournement ? On aimerait appeler Albert Londres et Moreau ou Kessel et Zucon, ou tous les Capa, Depardon, Hine, Riis, Cartier-Bresson, Estève, Pic, Freund, et autres au chevet de l'information... Mais, alors que l'image est devenue l'alpha et l'omega de notre « civilisation », c'est la place de la photographie d'information qui est en cause. Comment défendre une éthique et le refus de la falsification alors qu'il n'y a « plus de budget » et plus d'encadrement pour les photoreporters, de plus en plus free-lance sans protection ? Difficile chemin entre intégrité professionnelle et équité commerciale... Plus l'information se fait émotion, plus elle est sujette à manipulation.