

Du rôle anthropologique de la photographie à l'heure du mix-média

Comme la plupart des matrices d'information, la photo n'a cessé de développer ses techniques et supports de reproduction au cours de son histoire, et notamment à la faveur de la révolution numérique de ces dernières décennies. L'image a ainsi concouru, tout autant que le texte, à l'évolution accélérée des moyens de diffusion de l'information. *In fine*, la photographie a participé, sous toutes ses formes, au processus de réduction du temps et de l'espace prédit par Marshall Mc Luhan dans son « Village Global », et donc à resocialiser l'individu en lui proposant de nouveaux champs de communication.

Ce faisant, la photographie a consolidé son rôle clé dans le processus de cognition : que le média soit papier ou électronique, la lecture s'articule autour d'un dispositif modulaire interactif comprenant généralement une rubrique, un titre, des textes en volumes plus ou moins denses (gris typographique), et bien sûr, en position centrale, une ou des images et leurs légendes... autant d'éléments, de « signes », typant par leur intensité (voire leur absence) un produit éditorial.

Tout editor/designer doit aujourd'hui être interpellé par l'émergence de nouveaux « mix-médias » et réfléchir sur l'efficacité de l'image, son véritable rôle, son impact vis-à-vis du lecteur, de l'internaute, du spectateur. De cette réflexion émergent plusieurs paradoxes. Un premier paradoxe tient à la scénographie de l'image.

Explosion-fixe, l'image crée, à l'évidence plus immédiatement que le texte, un rapport de proximité avec le regard. Pourtant il n'est pas certain que les médias contemporains (presse, Web, TV) aient exploré tout le potentiel ouvert par ce rapport à l'image qu'entretient leur public. Tant de journaux qui n'associent pas de légendes aux photos, tant de programmes audiovisuels qui, eux aussi, tronquent les éléments de contexte de l'image, tant de sites enfin qui réduisent la photographie à une fonction d'accroche visuelle, de vignette décorative. Ces approches d'édition décentralisant ou dénaturant l'image, ne semblent pas en phase avec le rôle culturel et social de la photographie – le fait de témoigner – auquel le phénomène de globalisation des médias apporte pourtant de formidables opportunités.

Résurgence de *Family of Man*, l'exposition « Est-ce ainsi que les hommes vivent » le souligne : le monde contemporain et sa culture mix-média doivent amener à l'homme autant de nouvelles écritures que de nouvelles lectures.

Espace public mondial, le Web est à cet égard un champ d'expression alternatif pour la photo et s'y multiplient les galeries virtuelles, lieux où l'image trouve, comme dans les autres galeries, une plus grande liberté d'exposition, délivre une densité d'information souvent supérieure à celle de la presse, orientée vers la consommation de masse, ou de niches, et offre des options interactives intéressantes... Second paradoxe, en migrant de la galaxie Gutenberg à la galaxie Marconi et ses nouveaux espaces, la photographie risque son intégrité : la navigation Internet, nomadisme virtuel, met le spectateur en mouvement, démultiplie tellement espaces et vitesse de déplacement que l'internaute peut oublier de s'arrêter pour contempler et s'interroger. L'offre photographique sur la toile - à 72 dpi ou hélas trop rarement en haute définition - ne doit ainsi pas se limiter à des volumes et temps d'accès, elle doit, comme dans la presse, réussir à trouver des modes de traitement favorisant la qualité de

regard, l'efficacité du message... sans tomber dans une esthétique de l'émotion que Christian Caujolle a qualifiée¹ à raison de « télévision imprimée ».

L'image, c'est toi, c'est l'autre (« cet autre qui te nourrit » dicit Levinas). Le réseau planétaire signifie plus d'énergie personnelle dans un plus vaste collectif (même si, comme l'a noté Gilbert Simondon, l'individu se dilue en devenant élément fonctionnel du système, en l'occurrence le milieu informationnel). L'image, miroir de soi, affranchie du temps (image-mémoire) et de l'espace (signe universel) est une sorte de bio-info que les rédactions doivent maîtriser (sélectionner, calibrer, scénographier, diffuser) comme icône stratégique du discours à une communauté. Attention, et cet autre paradoxe n'est pas des moindres, l'image n'a pas qu'une fonction historique (rendre prégnante la mémoire, par ce que Didi-Huberman appelle l'« acte de regard ») ou sociale (vecteur démocratique d'information, seuil de découverte de l'altérité) : réorientée artificiellement, elle peut servir à codifier des modes (moteurs actifs de l'économie de marché)... ou favoriser des logiques totalitaires.

Aussi, en devenant un flux planétaire, grâce au Web mais aussi à grâce à la production de tant de reporters et d'agences françaises de photojournalisme, auxquelles l'histoire rendra grâce, la photo doit trouver dans sa scénographie future (incluant textes, sons, mouvements) d'affirmer ses fonctions premières. L'image doit entrer en résistance, profiter des dynamiques et supports cross-culturels pour s'affirmer comme un des vecteurs premiers de « bio-info », permettre de codifier l'universalité, d'être la preuve plus que l'épreuve de l'Humanité.

Nata Rampazzo
Janvier 2006

¹ « Presse et photographie, une histoire désaccordée » in *Le Monde Diplomatique*, septembre 2002