

Une madone à Fukushima

La condition numérique du portrait de presse

ADELINE WRONA

Professeur des universités
Université Paris Sorbonne
GRIPIC

adeline.wrona@celsa.paris-sorbonne.fr



e la Une de *Paris Match* à celle du *Nouvel Observateur*, des salles d'une exposition consacrée par la BNF à *La Presse à la Une* aux sites semi-professionnels d'analyse des images, d'un festival de photojournalisme à un séminaire de recherche organisé par une université tokyoïte : il était difficile, au lendemain du tsunami survenu au Japon en mars 2011, d'échapper à l'emprise exercée par une image devenue le symbole de la catastrophe. Communément désignée sous le titre « *la madone des décombres*¹ », la photographie représentant en mars 2011 une jeune femme rescapée, entourée d'une couverture et le regard perdu sur un paysage d'apocalypse, a littéralement fait le tour du monde, plusieurs fois, et sans doute dans plusieurs sens.

Que la représentation d'un événement se cristallise sur une image emblématique, il n'y a là rien de nouveau en soi, et sans doute toute l'histoire de l'image en occident est-elle jalonnée de ces phénomènes de stéréotypages visuels. Les travaux de l'anthropologue Hans Belting analysent les ressorts de cette croyance collective en l'image, pour lui fondamentalement paradoxale, puisqu'on croit d'autant mieux à la *vérité* d'une représentation visuelle (la « vraie image ») qu'elle s'inscrit dans une filiation figurative faisant fi de la singularité événementielle².

Que cette image emblématique appartienne à la tradition du portrait, et plus particulièrement

Pour citer cet article

Référence électronique

Adeline Wrona, « Une madone à Fukushima. La condition numérique du portrait de presse », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne], Vol 3, n°1 - 2014, mis en ligne le 15 avril 2014. URL: <http://surlejournalisme.com/rev>

du portrait féminin, voilà encore un trait familier aux observateurs de la culture visuelle occidentale. « En 50 ans de World Press », reconnaît sans plus de détour le directeur du festival *Visa pour l'image*, Jean-François Leroy, membre du jury décernant ce prix de photojournalisme, « on a toujours récompensé des images de femmes qui pleuraient, des images de femmes avec un enfant, ou des images de femmes seules abandonnées se protégeant, avec une couverture ou autre chose³ ». Le précédent le plus récent, et sans doute le plus comparable, d'une telle association entre événement dramatique et visage douloureux d'une victime féminine se trouve dans le cas de la « madone d'Hocine », « de Benthala » ou la « *pietà* algérienne » – cette femme explorée, photographiée par un journaliste de l'AFP au lendemain du massacre perpétré au sud d'Alger, en septembre 1997.

La photographie de presse, comme le montre l'analyse proposée par Dominique Ducard de ce dernier exemple, exploite les ressorts du sens « obvie », selon l'expression de Roland Barthes, pour mobiliser, de reprise en citation, de désignation en requalification, un « savoir partagé », une « intention de signification » qui garantit en quelque sorte la circulation efficace d'une image adaptée à tous supports médiatiques⁴. À mesure que les médias se mondialisent, cette circulation s'intensifie, tandis que la numérisation tend à imposer une rhétorique de l'image renouvelée, adaptée à une nécessaire polyvalence en termes de supports éditoriaux.

La photographie que nous allons analyser ici relève d'une tradition iconographique bien attestée ; elle confirme, s'il en était besoin, que le photojournaliste ne promène pas son objectif tel un miroir le long de la route chaotique de l'événement quotidien, mais se déplace bien avec un musée imaginaire, qui surdétermine la représentation de la réalité, aussi extraordinaire et dramatique soit-elle. « Il faut être allé cent fois au Louvre avant de devenir un grand photographe », avait coutume de dire Roger Théron, directeur de *Paris Match*⁵. La « madone de Fukushima » confirme bien ce fonctionnement en « gigogne » des photographies de presse, qui selon le photographe Gilles Saussier « se donnent pour une condensation de l'événement lui-même, un concentré de signification historique, alors qu'elles sont des condensés iconographiques réalisés au prétexte de l'information⁶ ».

Dans le cadre d'un dossier consacré aux nouvelles formes de l'image d'actualité, cet article souhaiterait analyser les facteurs contemporains, à la fois techniques, organisationnels et sémiotiques, qui rendent possibles ou nécessaires ces phénomènes de stéréotypie visuelle. Il ne s'agira pas, comme cela

a déjà été fait, de pointer l'homogénéisation des représentations de l'événement, par-delà les contextes historiques, géographiques ou médiatiques. L'objectif consiste plutôt à mettre en lumière l'incidence exercée sur la représentation elle-même par des dispositifs de diffusion et d'édition de l'image, ainsi que par les réorganisations professionnelles qui leur sont associées. Quand Frédéric Lambert renvoie la photographie de presse à un fonctionnement « mythographique » – y voyant « un des lieux privilégiés où la société représente sa culture, répète ses croyances, s'adonne à des cultes et à des sacrifices⁷ » – nous poserons la question suivante : à quels types de protocoles professionnels doit-on les « mythographies » contemporaines ?

Le cas que nous analysons suscite en effet des interrogations de différents ordres ; il révèle le fonctionnement intégré et optimisé du marché de l'image de presse, qui va bien au-delà des simples contextes nationaux. Les nouveaux rythmes et circuits du photojournalisme déstabilisent les frontières de la culture visuelle, imposant peut-être des codes figuratifs eux aussi mondialisés. Aussi serait-il utile d'analyser les incidences sémiotiques de la numérisation des images, et de l'extension internationale du marché de l'information photographique.

Cet article propose d'observer ces phénomènes en couplant l'analyse de la circulation d'une photographie devenue emblématique, à une observation *in situ* des modes de fabrication de l'image d'actualité dans les bureaux de l'agence de presse française, l'AFP⁸. L'enjeu de cette réflexion consiste à mesurer les modes d'intervention concrète d'un marché mondialisé de l'image, qui impose certaines normes figuratives, parmi lesquelles, peut-être la prédominance des représentations individuelles.

Les trois âges d'une image : un trajet mythographique

Les trajets éditoriaux suivis par cette photographie donnent à lire un parcours à double sens, du Japon à la France et aux États-Unis, et retour, qui s'inscrit dans une temporalité combinant les délais raccourcis de l'information à chaud, et ceux, plus longs, de la commémoration. Cette épaisseur géographique et chronologique rend compte du statut particulier de cette photographie. Trois âges peuvent être distingués dans les usages de cette image, qui sont autant de métamorphoses du matériau visuel initial ; d'étape en étape, le contenu informatif se modifie, sous l'effet de ces rééditions successives. De l'Histoire collective à l'histoire individuelle, c'est tout un trajet de sens qui se donne à lire, transformant la représentation de la catastrophe en narration biographique.

UN PAYSAGE DE DÉCOMBRES À L'ÉPREUVE D'UNE
CIRCULATION MONDIALISÉE

Le premier état de la photographie que nous avons pu identifier renvoie à l'image telle qu'elle est enregistrée sur le logiciel *Symphonia*, outil d'édition et de transmission des photographies de l'Agence France Presse (AFP). Dès ce stade, l'image est d'emblée calibrée pour une diffusion mondiale; de fait, toute une chaîne d'acteurs collabore à un ensemble de tâches dont il est difficile de décider si elles se réduisent à transmettre la photographie, ou bien à l'adapter aux conditions de commercialisation qui sont celles des clients anticipés.

La photographie représente à ce stade un paysage de décombres, en plan relativement large, qui pourrait être qualifié de plan d'ensemble (fig. 1). Au milieu d'un cadre urbain dévasté, devant un tas informe d'objets, où l'on reconnaît débris de voiture, branches d'arbres, morceaux de bois, déchets métalliques, se tient une femme, de trois quarts, serrée dans une couverture claire, le regard perdu vers le photographe.

La photographie circule escortée par une série d'informations renseignant les cases prévues en marge de l'image, sur la droite: objet du document (ici: *Japan quake*), date de création (2003-03-13), crédit (AFP), source (ici *YOMIURI SHIMBUN*), auteur (de nouveau *YOMIURI SHIMBUN*), poids du fichier, en pixel et dpi. Sont aussi cochées des cases indiquant les zones commerciales concernées par l'image, qui correspondent aux continents irrigués par l'agence française.

Cette fiche d'identité, véritable passeport pour une circulation internationale, est complétée par un court descriptif rédigé en anglais; ce texte ne mentionne, à la date du 13 mars 2011, ni le nom de la personne figurant au centre de l'image, ni celui de l'auteur du cliché. À ce stade, donc, le document porte l'empreinte forte d'un marché dominé par une collaboration d'ordre institutionnel. Il résulte d'une transaction entre deux organismes médiatiques d'ampleur internationale: d'une part, le *Yomiuri Shimbun*, quotidien japonais dont les tirages, supérieurs à 10 millions d'exemplaires, en font le journal le plus lu au monde; il est le titre phare d'un important groupe médiatique, comprenant aussi une chaîne de télévision, un quotidien sportif, plusieurs quotidiens régionaux, et surtout, socle financier majeur de l'ensemble, la principale équipe de base-ball nipponne. De son côté, l'AFP fonctionne depuis sa refondation au lendemain de la seconde guerre mondiale sur un modèle d'organisation à la fois internationalisé et diversifié sur le plan médiatique: un système de 5

pôles « régionaux » lui permet de couvrir des zones géographiques particulièrement vastes, par un maillage à deux détentés. Dans un premier temps, les informations sont produites localement dans les 200 bureaux qui couvrent 150 pays du monde, puis sont adressées dans un second temps au pôle régional concerné – pour la zone Asie-Pacifique, le bureau de Hong-Kong. Cette centralisation prévaut depuis plus d'un demi-siècle: elle est déjà analysée par Michael Palmer et Olivier Boyd-Barrett dans leur ouvrage de 1981, qui note que « le centre régional de Hong-Kong », établi depuis 1972, « est surtout un centre de transmission et de traduction plutôt qu'un centre de contrôle rédactionnel⁹ ». La nouveauté de cette organisation tient à son extension du texte à l'image, qui est devenue pour l'AFP une ressource majeure en termes de production de contenu et de revenus financiers: plus de 40 % du chiffre d'affaires de l'agence sont désormais liés à ce secteur d'activité, développé pourtant seulement depuis 1985. L'importance stratégique de la photographie se décline en termes organisationnels: chaque pôle régional comprend une direction bicéphale, constituée d'un rédacteur en chef et d'un responsable photo, qui gère l'équipe des photographes locaux et prend en charge le cas échéant le travail d'édition nécessaire à l'entrée en circulation des documents retenus.

L'AFP et le *Yomiuri Shimbun* ont noué des accords de syndication de contenu, comme c'est le cas dans plusieurs pays du monde, avec des partenaires multiples. De ce fait, l'agence française bénéficie de la force de frappe du *Yomiuri*, dont les équipes se tiennent prêtes, en permanence, face à la menace de risque naturel ou industriel. Au lendemain du tsunami, l'agence française achète donc au quotidien japonais plusieurs images de la catastrophe, parmi lesquelles, la photographie qui nous intéresse. La transaction se fait sans exclusivité: l'image est aussi acquise, dans les mêmes journées de mi-mars 2011, par l'agence américaine *Associated Press* et son homologue britannique, *Reuters*.

La transaction commerciale impose à la fois un tarif – le montant de l'achat sera rendu public très peu de temps après la publication – et des normes techniques, qui produisent un premier effet d'hybridation de l'image. La condition numérique de la photographie de presse renvoie ainsi d'abord à ce jeu de facteurs polymorphes, qui correspondent à ce qu'Emmanuel Souchier appelle l'énonciation éditoriale: en assurant une médiation entre ses partenaires commerciaux et ses clients, en France et à l'étranger, l'AFP exerce inévitablement une action de conditionnement éditorial.

Le premier âge de cette photographie met de fait en évidence les normes éditoriales qui président

traditionnellement au fonctionnement de l'agence, qu'il s'agisse de contenus textuels ou iconiques : les architextes informatiques (ces cadres à remplir pour toute transmission d'image) transposent dans le contexte photographique les normes textuelles définissant, depuis son invention au milieu du XIX^e siècle, la dépêche d'agence et le style *télégraphique*. Ces normes articulent l'exhibition des renseignements renvoyant à la source de l'information, à sa datation et à son origine géographique, et l'escamotage de l'énonciateur, dans une aspiration à la neutralisation de l'informateur. Au 13 mars 2011, l'image est livrée aux clients de l'AFP sans nom d'auteur ; le court descriptif, en anglais, qui l'accompagne à ce stade consigne la présence d'une jeune femme, anonyme elle aussi, au milieu des décombres d'une ville identifiée comme celle d'Ishinomaki.

Il faudra peu de temps pour que ces données se modifient, sous l'effet de nouveaux acteurs médiatiques.

**DU PLAN D'ENSEMBLE AU PORTRAIT :
UNE LOGIQUE EMBLÉMATIQUE**

En une semaine, la photographie d'Ishinomaki connaît un succès éditorial phénoménal. Le tsunami a eu lieu le vendredi 11 mars 2011 ; la photographie, prise le samedi 12 mars, entre dans les logiciels de traitement de l'AFP et des principales agences mondiales, le dimanche 13 mars. Le lundi 14 mars, l'image fait la Une de dizaines de quotidiens dans le monde entier, depuis le Koweït jusqu'au Royaume-Uni (*The Daily Telegraph*), d'Australie (*The Courier Mail*) jusqu'au Brésil (*O Estado de Sao Paulo*), du Portugal (*Publico*) jusqu'en Pologne (*Gazeta*), de la République Tchèque jusqu'en Finlande, d'Allemagne (*Der Tagesspiegel*) en Italie (*La Stampa*) ; elle est reprise tout au long de la semaine par les publications hebdomadaires, sans compter les innombrables parutions en ligne.

Cette prolifération mondiale de la même image, s'imposant peu à peu comme emblématique, devient en soi un événement médiatique : dès le 18 mars 2011, l'AFP enregistre le phénomène comme devant faire l'objet d'une dépêche à part entière. C'est ce dont atteste la page Facebook encore disponible au compte de l'agence, portant ce titre : « L'icône anonyme d'Ishinomaki devenue la photo emblématique d'un séisme ». Archivant le texte d'une dépêche parue sur le fil traditionnel de l'agence, cette page décrit le sort particulier subi par cette photographie, et décompose le mécanisme de sa production — depuis le prix d'achat de l'image (« 300 dollars, un prix habituel qui correspond au prix d'une journée de travail

d'un photographe »), jusqu'au nom du responsable photo pour l'Asie, Éric Baradat. On y découvre, pour la première fois du côté de l'AFP, le nom du photographe à l'origine du cliché : Tadashi Okubo.

L'intensivité des reprises éditoriales a provoqué une série de métamorphoses, qui modifient la nature même de l'information photographique : si l'image se doit désormais d'être accompagnée d'un nom d'auteur, c'est qu'elle a changé de statut, passant du paysage au portrait. En se mondialisant, la photographie s'est aussi reconfigurée : les décombres sont passés au second plan, et la figure féminine occupe le centre de l'image. Ce recadrage est aussi rapide que majoritaire : le 17 mars 2011, les trois principaux hebdomadaires d'information français ont fait le même choix — celui d'un resserrement de la photographie sur le personnage de la jeune femme, saisie en plan moyen en couverture du *Nouvel Observateur*, en plan rapproché par *Paris Match*, enfin en gros plan en Une du *Point* (fig. 2).

Attardons-nous un instant sur cette métamorphose ; à proprement parler, la photographie change ici de propos, et c'est l'information elle-même qui se voit modifiée. Dans le premier cliché, d'orientation horizontale, la figure féminine est porteuse de ce que les analyses classiques du photojournalisme désignent comme « l'effet de réel¹⁰ ». La présence d'une rescapée authentifie et actualise l'événement, donnant sens aux décombres qui occupent l'essentiel de l'image. Sans cette silhouette saisie dans le moment de la catastrophe, il serait difficile par exemple de différencier cet amas de voitures et de débris d'un paysage de décharge urbaine. Par ailleurs, la dimension collective du drame est suggérée par la présence, en arrière-plan, d'un autre personnage, sur la gauche de l'image originale.

Devenue un portrait, la photographie se renverse pour susciter une lecture verticale, entièrement centrée sur la silhouette féminine, qui fait à elle seule événement. On le voit, la logique informative évolue avec les changements de supports et les contraintes économiques qui sont celles de la presse imprimée ; inscrite dans une temporalité plus lente — celle du quotidien puis celle de l'hebdomadaire — l'image trouve sa pertinence dans un processus d'incarnation et d'exemplification qui suppose l'identification des acteurs engagés dans la représentation. De ce fait, les codes visuels sollicités s'éloignent progressivement de ceux qui présidaient au cliché d'origine. S'il y avait bien une figure féminine dans l'image achetée au *Yomiuri Shimbun*, on peut estimer qu'il ne s'agissait pas, alors, d'un portrait : car il faut un nom pour faire d'une représentation individuelle un portrait, et celui-ci manque à cette figure longtemps restée anonyme. De surcroît, le cadrage organise

une focalisation du regard et de l'interprétation fondamentalement différenciée, selon que la figure occupe ou non l'essentiel de l'espace visible.

Devenue le seul objet du regard, la jeune femme adresse au spectateur, en gros plan, l'expression de sa détresse, comme un appel à la compassion. Le rapport à l'événement se singularise, en même temps qu'il met en place un autre régime de temporalité : non plus celle de l'accident industriel majeur, mais de l'intemporelle souffrance féminine, si fondatrice dans l'imaginaire visuel occidental. L'interprétation du drame se modifie sous l'effet de ce recentrement sémiotique : puisqu'on ne saurait expliquer l'inexplicable — les catastrophes naturelles et les risques technologiques vertigineux auxquels condamnent des choix industriels présentés comme irrévocables — peut-être trouvera-t-on une consolation collective dans le resserrement autour d'un destin individuel, et d'un récit biographique.

ILLUSION BIOGRAPHIQUE ET MANIPULATIONS NUMÉRIQUES

Le troisième âge de cette photographie correspond à une nouvelle étape dans la réécriture de l'image initialement mise en circulation. On peut situer avec une relative précision ce « moment biographique » qui donne naissance à de nouvelles énonciations éditoriales : il se joue entre les mois d'avril 2011 et de mars 2012, au moment où le temps de l'événement laisse place à celui de la commémoration.

C'est un autre récit informatif qui se déploie autour de ces images : il s'agit désormais d'identifier ce visage, et de transformer l'individu en événement. Qui est cette jeune femme ? Que regarde-t-elle ? L'enquête qui s'ouvre répond à ces questions, en faisant jouer pleinement l'illusion biographique, telle que la définit Pierre Bourdieu : une « sorte d'artefact socialement irréprochable », « série unique et à soi suffisante d'événements successifs sans autre lien que l'association à un sujet » reposant sur le « postulat du sens de l'existence racontée¹¹ ». À cette tâche s'emploient différents médias français, auxquels *l'AFP* va céder la place, avant de devoir à son tour obéir à une logique emblématique.

Dès le mois d'avril 2011, la jeune femme anonyme est identifiée dans un quotidien japonais (le *Daily Yomiuri*), qui signale brièvement la présence de ces photos dans « les principaux quotidiens étrangers¹² ». En France, le magazine *Paris Match* lui emboîte le pas, quelques jours plus tard ; le numéro paru la semaine du 21 avril 2011 annonce par-

mi les titres de couverture, au-dessus des portraits photographiques d'Alain Delon et des « femmes de sa vie » : « On a retrouvé les héros du pays meurtri ». Un dossier spécial est consacré à ces rescapés du tsunami : on y découvre leurs photographies, et parmi elles, celle de « Yuko Sugimoto, l'icône du Japon meurtri », aux côtés de son fils Raito. Les clichés inédits de la jeune femme proposés par l'hebdomadaire (signés Joe Iwasa) prennent toute leur valeur de la confrontation avec la première image, reproduite à plusieurs reprises dans ce numéro : sur la première page du dossier, figure la reproduction en médaillon de la Une du 18 mars 2011, où la photographie était recadrée en pied. À la victime hagarde, enveloppée dans une couverture beige, répond une jeune mère souriante, son enfant serré contre elle. La page suivante, qui montre de nouveau le couple mère-fils tout sourires, reprend, sans mentionner de crédit photographique, la photographie non recadrée du *Yomiuri*.

Un trajet biographique se dessine donc ici — dans les quelques jours qui séparent deux portraits, selon le schéma classique avant/après — organisant le récit de la catastrophe autour d'une figure exemplaire, d'autant plus iconique que pour elle, tout s'est finalement bien terminé : « Ce 13 mars, Yuko était face à l'école de Raito, qui, maculée de boue noire et dévastée, avait toutes les apparences d'un tombeau » ; après deux jours de recherche, elle apprend « enfin la vérité », avec son mari Harunori sain et sauf lui aussi : « les enfants sont tous sauvés », « les professeurs ont réussi à hisser leurs petits protégés sur le toit¹³ ».

La dimension réparatrice de cette « vie exemplaire » repose sur un jeu de déplacement et de réénonciation de la photographie du 12 mars 2011. Le phénomène s'intensifie à la rentrée 2011, à l'occasion d'un événement médiatique français : le « Festival international du photojournalisme *Visa pour l'image* », qui se tient annuellement à Perpignan, décide de faire de Yuko Sugimoto son invitée d'honneur. Partenaire du festival depuis sa fondation en 1989, le magazine *Paris Match* est à l'initiative de cette invitation, qui suscite un regain de ferveur autour des images de la jeune femme.

L'ensemble des productions photographiques survenant lors de cette troisième vie de l'image obéissent à une logique bien différente de celle qui caractérisait le circuit médiatique originel : si la photographie mise en circulation le 13 mars 2011 répondait à un principe d'escamotage de l'énonciation, qui allait de pair avec l'anonymat de la figure représentée, les images publiées après septembre 2011, et jusqu'en mars 2012, répondent à un impératif inverse, et mettent en œuvre une héroïsation

en miroir — de la victime identifiée, et de l'auteur de la photographie. Si bien que la représentation de l'événement se voit peu à peu éclipsée par la mise en récit du geste même de la capture d'image ; personification de l'image et tropisme métadiscursif vont de pair, selon un processus que Louis Marin analyse, dans *Le Portrait du roi*, comme un double « retour du sujet » : sujet de l'histoire, et sujet énonciatif, « roi-acteur de l'histoire » et « historien narrateur du récit¹⁴ ».

Yuko Sugimoto ne fait pas seule le voyage de Tokyo à Perpignan — trajet d'autant plus spectaculaire, et digne de récit, que « la jeune femme n'avait quitté qu'une seule fois le Japon, pour un voyage en Corée ». À l'aéroport Charles-de-Gaulle, rapporte *Paris Match* le 5 septembre 2011, elle fait « enfin la connaissance de Tadashi, l'homme qui l'a rendue mondialement célèbre » : les nouveaux portraits de Yuko Sugimoto intègrent le visage du photographe qui est à l'origine des premières images de la rescapée d'Ishinomaki. Une photographie publiée par l'hebdomadaire à l'occasion de *Visa pour l'image* synthétise l'ensemble de ce parcours de sens : on y voit la jeune femme et son fils Raito, entourés de deux photographes — Tadashi Okubo, auteur des clichés du 12 mars 2011, et Joe Iwasa, celui qui a « retrouvé » Yuko en avril 2011 ; surtout, Yuko tient à la main l'exemplaire de *Paris Match* daté du 18 mars 2011, celui dont la couverture la représente en plein cadre, anonyme encore, en plan rapproché. Peu importe que les prénoms de ces héros du jour soient plus ou moins écorchés — Tadashi devient Tadash, et Joe, Jo ; peu importe que la photo soit datée du 13 mars 2011, et non du 12 : l'essentiel du message réside ici dans la familiarité rassurante acquise avec ces personnages, désormais désignés par leurs prénoms, qui rendent presque acceptable un drame échappant aux catégories de compréhension ordinaires.

Mise en abyme de la photographie initiale, héroïsation de la figure de la victime, et de celle du photjournaliste auteur de l'image emblématique : ces trois traits se retrouvent avec une grande constance dans une série de publications médiatiques qu'on ne saurait décrire exhaustivement. Le processus mythographique a trouvé ses marques : il se stabilise par la réécriture d'une image, désormais associée à une histoire individuelle dont on connaît l'issue. L'effet le plus manifeste de ce phénomène se trouve dans l'action exercée en retour sur les photographies mises en circulation par *l'AFP*.

Les opportunités éditoriales offertes par les outils numériques autorisent en effet la reprise de l'image d'origine, qui enregistre les répercussions de cette réinterprétation héroïsante et métadiscursive du

cliché d'Ishinomaki. Héroïsation tout d'abord : sur le logiciel *Image Forum*, qui archive pour le grand public les images mises en ligne sur l'outil interne *Symphonia*, la photographie a changé de légende : toujours en anglais, le descriptif ébauche le récit de vie de celle qui n'est plus « une jeune femme », mais « Yuko Sugimoto ». On ne trouve toujours pas de nom d'auteur pour cette image, créditée au *Yomiuri Shimbun*.

Cette héroïsation de la victime inconnue se renforce d'un processus de mise en abyme de la photographie d'origine, qui dote les images proposées par *l'AFP* d'une portée métadiscursive inhabituelle — car c'est l'origine même de l'énonciation informative qui s'y voit mise en lumière. Cette évolution dans la position éditoriale s'accompagne d'un changement de régime temporel : passant du rythme de l'information immédiate à celui de la commémoration, *l'AFP* envoie en effet, presque un an après le drame, un photjournaliste, Toru Yamanaka, sur les lieux de la catastrophe. Parmi l'ensemble des espaces portant témoignage du tsunami, deux villes sont choisies ; l'une d'entre elles est Ishinomaki.

L'agence propose alors un ensemble de productions visuelles amplement reprises par de multiples médias internationaux, et qui sont même désignées comme les « images du jour » par le *New York Times*. Il s'agit de *combos*, c'est-à-dire de montages photographiques confrontant un « avant » à un « après » : au cœur de cette série de reportages, chargés d'évaluer le travail de reconstruction, se trouve inévitablement Yuko Sugimoto (fig. 3). L'image du 12 mars 2011, unique, est reproduite par *Image forum* en miroir avec une série de portraits de la jeune femme : on la retrouve non plus drapée d'une couverture mais vêtue en trentenaire urbaine, dans la même rue d'Ishinomaki, cette fois débarrassée de tous débris ; surtout, seul un des 7 clichés proposés la représente seule à l'image. Les six autres font figurer à ses côtés, lui tenant la main ou bien accroché à son épaule, son fils Raito, au charmant sourire désormais édenté. Les portraits se déclinent en trois niveaux de cadrage, saisissant le couple en pied, en buste, ou en plan rapproché.

La vie a repris son cours à Ishinomaki : les voitures en morceaux du 11 mars 2011 ont laissé place à un véhicule qui s'éloigne sans heurt dans le dos de Yuko et Raito. Cette histoire de réparation est aussi celle d'une virtuosité technique, et d'un engagement journalistique très chargé d'affectivité. De fait, les portraits de la « madone des décombres » contrastent efficacement avec ceux de la « mère à l'enfant ». Ils s'enrichissent encore d'une nouvelle histoire : celle de l'auteur de cette deuxième série d'images.

On trouve en effet dans les pages *Facebook* de *L'AFP* un article réservé au photographe Toru Yamanaka, sous le titre : « Toru Yamanaka immortalise le Japon détruit par le tsunami ». L'article rapporte par le menu un autre « avant/après », vu du côté de l'auteur de la représentation. Un intertitre annonce un programme narratif éprouvé : « Retrouver la jeune mère d'Ishinomaki » ; on y lit ce témoignage émouvant : « J'ai essayé d'imaginer les prises de vues que nous, photographes, choisirions pour montrer le lendemain d'un tsunami », « mais souvent j'ai simplement suivi mon instinct pour revenir là où j'étais passé ».

MUTATION ET MONDIALISATION DES CODES VISUELS

Dévoilement des coulisses de la fabrication de l'information, mise en lumière des acteurs de la représentation, enregistrement des effets d'une logique affective, voire dramatisante : tels sont quelques-uns des effets d'un marché mondialisé de l'image de presse.

Qu'elle soit textuelle ou iconique, l'information issue des agences de presse tire sa valeur de son respect d'un principe de neutralité énonciative – par définition, le photographe ne figure pas sur la photographie, pas plus que l'auteur de la dépêche ne fait irruption dans un texte dont le « je » est absolument banni. Or les aléas de l'image ici analysée font de l'identification du photographe un enjeu informatif à part entière.

Par ce jeu de reprises et de citations, la masse des images en circulation à l'échelon mondial tend à se réduire à un très petit nombre de photographies devenues emblématiques, qui acquièrent une durée de vie considérablement modifiée : circulant à une vitesse accrue dans un espace éditorial phénoménalement étendu, elles bénéficient aussi des ressources du recyclage et de la rééditorialisation, effets attestés des médias informatisés¹⁵. La frontière entre l'archive et l'actualité se fait plus fragile, à mesure que l'information s'écrit sur plusieurs supports à la fois, en recourant à plusieurs régimes de temporalités. Cette perméabilité constitue sans doute une des perspectives de développement pour des agences d'information internationales soumises à rude concurrence : le nouveau système de production de *L'AFP*, IRIS, en cours de mise en place depuis 2008, entend renouveler l'ensemble du système rédactionnel de l'agence, en exploitant un nouveau protocole de transmission, qui permettra d'harmoniser et donc de monétiser plus efficacement textes, photos, vidéos et infographies.

Le cas de la « madone des décombres » illustre ces circulations intensifiées des images d'actualité,

qui associent le processus mythographique à un jeu de matérialités techniques très particulier. Car la mutation des codes visuels va au-delà de la personification de la capture photographique, qui enjoint au journaliste de dévoiler son identité, et même son visage. La sélection, parmi toutes ces images de la catastrophe, d'une photographie se prêtant à un recadrage en portrait de madone, souligne l'imposition d'un mécanisme de reconnaissance culturelle marqué par les standards occidentaux à un contexte géographique qui leur est traditionnellement particulièrement éloigné.

Tout visiteur occidental des musées japonais ne peut qu'être frappé par le faible nombre de portraits conservés dans les collections nationales ; en dehors des représentations allégoriques des divinités shintoïstes, ou des figures de Bouddha, l'art japonais privilégie les représentations de la nature, ou du lien entre l'homme et l'animal. L'histoire du portrait au Japon révèle deux caractéristiques majeures pour analyser la place de la représentation individuelle dans l'imaginaire collectif : d'une part, comme l'expose Jean-Claude Hein dans le doctorat qu'il a consacré à ce sujet, le portrait au Japon occupe une fonction sociale radicalement différente de celle que lui réservent les pratiques occidentales. « Au Japon », note-t-il, « le portrait n'est pas destiné à être vu par le plus grand nombre » : « Peintures et sculptures ont souvent été conservées dans des lieux peu accessibles ou tenues volontairement à l'écart. Certaines œuvres ne sont même visibles que quelques jours par an et d'autres, secrètes, jamais montrées¹⁶ ».

Si le portrait peint ou sculpté conquiert peu à peu une nouvelle visibilité dans le champ artistique japonais, c'est notamment sous l'influence des échanges commerciaux noués dès la Renaissance avec l'univers européen : un événement fait date en ce domaine, choisi par Jean-Claude Hein comme borne chronologique ultime de son étude. Il s'agit de la présentation à la cour du Shogun du premier portrait sculpté d'Érasme, en 1600 ; or cette œuvre n'est autre que la proue du premier navire des Provinces-Unies ayant accosté sur les côtes japonaises, le *Liefde*, qui avait quitté en 1598 le port de Rotterdam.

Circuits commerciaux et évolution des standards visuels vont de pair, on le voit, produisant de curieux phénomènes d'hybridations culturelles. Les jeux de manipulation numérique enregistrés par la photographie d'Ishinomaki ne font pas exception à cette règle. Au Japon, certes, Yuko Sugimoto n'est jamais devenue une icône. Mais l'image du 12 mars 2011 doit peut-être aussi son succès mondial à son adaptation aux normes d'un double marché médiatique, japo-

nais et occidental : vue en plan large, drapée dans un tissu qui lui couvre l'ensemble du corps, et le visage de trois quarts, l'image de la jeune femme anonyme hérite des codes artistiques propres au portrait japonais. La sélection de ce cliché parmi des centaines d'autres doit être ainsi rapportée à la présence centrale du tissu couvrant le corps de la rescapée, qui produit un effet de syllepse visuelle : élément déno-

tant la seule survie pour un regard occidental, cette couverture dans son plissé tombant jusqu'aux pieds charrie avec elle l'héritage des portraits de femmes dont le kimono constitue, depuis l'époque Edo, le morceau de bravoure¹⁷.

NOTES

¹ Cette désignation est employée pour la première fois le 14 mars 2011 par le journaliste Gilles Klein, sur le site *Arrêt sur images*.

² Belting, 2007.

³ Jean-François Leroy cité dans une dépêche de l'agence AFP du 18 mars 2011.

⁴ Ducard, 2010.

⁵ Saussier, 2001 : 309.

⁶ *Ibid.*

⁷ Lambert, 1986 : 11.

⁸ La recherche dont rend compte cet article a été menée avec le concours de Jacques Demarthon, photojournaliste à l'AFP ; nous le remercions chaleureusement pour son aide et ses précieuses explications techniques.

⁹ Boyd-Barrett et Palmer, 1981 : 512.

¹⁰ Voir sur ce point Almasy, Lambert et alii, 1993, et en particulier le chapitre 4, « 4 niveaux de lecture d'une image photographique de presse ».

¹¹ Bourdieu, 1986 : 71 et 69.

¹² Inoshita et Shimbun, 2011.

¹³ *Paris Match* du 21 au 26 avril 2011, n° 3231, p. 58.

¹⁴ Marin : 97 et 55.

¹⁵ Jeanneret et Tardy, 2007.

¹⁶ Hein, 2009 : 20.

¹⁷ Voir notamment Shimuzu, 2001 : 302 et sq.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Almasy, P., Lambert, F. et alii, 1993, *Le Photojournalisme : informer en écrivant avec des images*, Paris, éditions du CFPJ.

Belting, H., 2007, *La Vraie image. Croire aux images ?*, Gallimard.

Bourdieu, P., 1986, « L'illusion biographique », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 62/63.

Boyd-Barrett, O. et Palmer, M., 1981, *Le Trafic des nouvelles : les agences mondiales d'information*, Paris, Alain Moreau éditions.

Ducard, D., 2010, « Stéréotypage discursif d'une image de presse », *Communication & langages*, n° 165, septembre, pp. 3-14.

Hein, J.-C., 2009, « Le portrait japonais du VIII^e au XVI^e siècle. Étude des représentations artistiques et des sources historiques », Université Paris 4 Sorbonne.

Inoshita, H., Shimbun Y., 2011, « Mother smiles again after being reunited with son », *Daily Yomiuri online*, site du *Daily Yomiuri*, article daté du 16 avril.

Jeanneret, Y. et Tardy, C., 2007, *L'Écriture des médias informatisés, espaces de pratiques*, Paris, Hermès.

Lambert, F., 1986, *Mythographies. La photo de presse et ses légendes*, Paris, Edilig.

Marin, L., 1981, *Le Portrait du roi*, Paris, Minuit.

Saussier, G., 2001, « Situations du reportage, actualité d'une alternative documentaire », *Communications*, vol. 71, n° 1.

Shimuzu, C., *L'art japonais*, Flammarion, 2001.

Figure 1

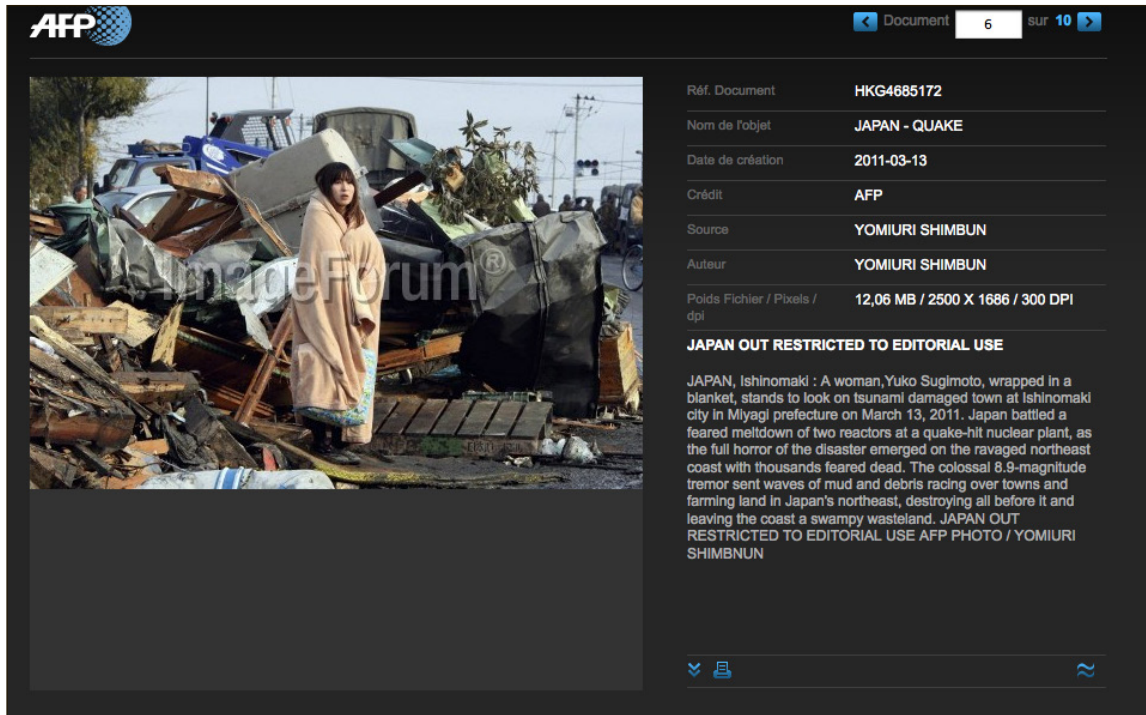
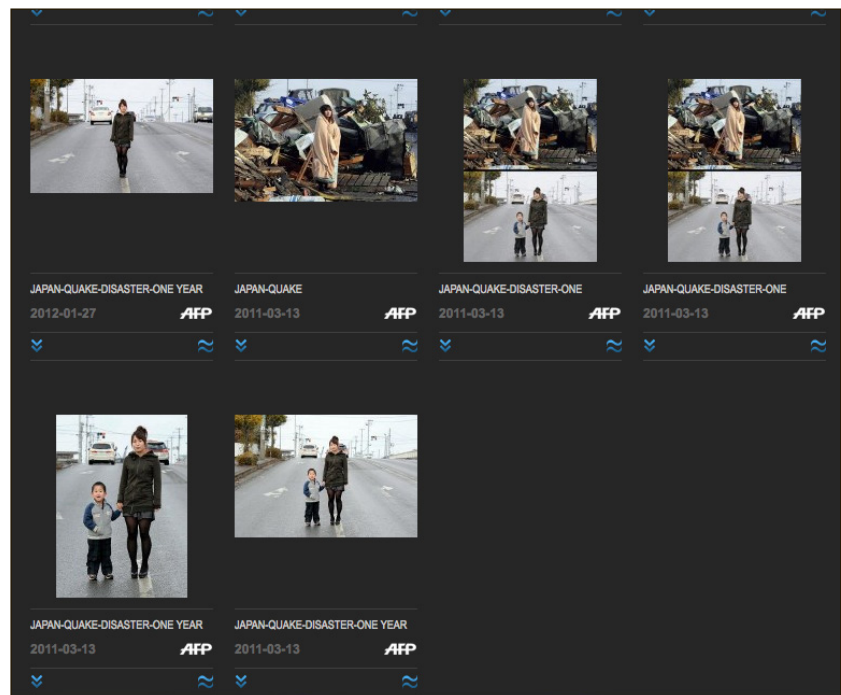


Figure 2



Figure 3





Fr. Cet article analyse l'incidence des modes de circulation de l'image sur les pratiques de la photographie de presse. L'exemple choisi est celui d'une photographie qui représente une femme au milieu des décombres d'Ishinomaki, image achetée par l'Agence France-Presse (AFP) à un quotidien japonais, au lendemain du Tsunami de mars 2011. Reprise en couverture de nombreux journaux occidentaux, recadrée autour de la figure féminine, initialement saisie en plan large, cette photographie devient un portrait, rapidement désigné comme « la madone des décombres ». En décrivant les facteurs techniques, commerciaux et éditoriaux qui structurent le secteur de la photographie de presse, l'article interroge la mondialisation des standards visuels. Il s'agit de comprendre comment des phénomènes de stéréotypie visuelle apparaissent en lien avec le fonctionnement du marché de l'image numérique : l'auteur procède donc à une observation des logiciels utilisés par les journalistes de l'AFP, combinée à une analyse sémiotique des formats, légendes, commentaires sur l'image. Il apparaît que la mondialisation de la photographie de presse, qui repose sur des « syndications » internationales, modifie aussi le statut du photographe d'agence. Alors que les normes journalistiques pour le journalisme d'agence préconisent l'effacement de l'auteur, les transformations de la photographie d'Ishinomaki sont le déclenchement d'un feuilleton médiatique, sur les réseaux sociaux comme dans les magazines occidentaux, dont le photographe lui-même devient le héros. L'AFP publie une semaine après le Tsunami une dépêche concernant l'histoire de cette image, dévoilant toutes sortes d'informations qui demeurent ordinairement inconnues du public : prix de vente de la photographie, nom du chef du bureau chargé de la collecte d'informations en Asie, identité du photographe. Tous ces détails sont archivés sur une page du réseau *Facebook* consacrée à cette image : l'hybridation des standards visuels asiatiques et occidentaux se double donc d'une mutation des formes journalistiques, sous l'emprise des médias informatisés.

Mots-clés : photographie, AFP, mutation, Asie, portrait.

En. This article analyzes the impact of the means of circulation of images on the practices of press photography. The example chosen is a photograph of a woman standing in the rubble of Ishinomaki following the tsunami in March 2011, which was purchased from a Japanese newspaper by the Agence France-Presse (AFP). Originally a wide shot, the iconic so-called “Madonna of the Rubble” photo was reprinted on the cover of many Western newspapers cropped around the female figure. In describing the technical, commercial and editorial factors which define the domain of press photography, this article examines the globalization of visual standards in an effort to understand how visual stereotyping appears to be connected to the digital image market. To accomplish this, the author undertook a study of the software used by AFP journalists, together with a semiotic analysis of the image sizes, legends and comments. It would also appear that the globalization of press photography, which is based on international syndication, changes the status of the agency photographer. While journalistic standards for agency journalism normally suggest excising the author, the transformations of the Ishinomaki photograph triggered a media frenzy on social networks as much as in Western magazines – the photographer himself becoming the hero. A week after the Tsunami, the AFP published a dispatch outlining the history of the picture and revealed information that normally remains unknown to the public: e.g., selling price of the photograph, name of the bureau chief responsible for the collection of Asian news and the identity of the photographer. These details are archived on a *Facebook* page dedicated to this photograph – the hybridization of Asian and Western visual standards join the transformation of journalistic form under the influence of digitized media.

Keywords: photography, AFP, transformation, Asia, portrait.

Po. Este artigo analisa a incidência dos modos de circulação da imagem nas práticas da fotografia na imprensa. O exemplo escolhido é o de uma fotografia que representa uma mulher em meio aos escombros de Ishinomaki. A imagem foi adquirida pela Agence Française de Presse (AFP) junto a um jornal japonês no dia seguinte ao Tsunami de março de 2011. Ela foi reproduzida na capa de vários jornais ocidentais a partir de um reenquadramento que destacou a figura feminina. Inicialmente produzida num plano aberto, a fotografia evoluiu para um retrato e rapidamente passou a ser designada como a “madona dos escombros”. Ao descrever os fatos técnicos, comerciais e editoriais que estruturam o setor da fotografia jornalística, este artigo se interroga sobre a mundialização dos padrões visuais. Trata-se de compreender como os fenômenos de estereotipia visual estão relacionados ao funcionamento do mercado de fotografia digital. Nesse caso, a autora realiza uma observação dos softwares utilizados pelos jornalistas da AFP, o que é combinado com uma análise semiótica dos formatos, legendas e comentários sobre a imagem. O estudo revela que a mundialização da fotografia jornalística, que se baseia em um sistema de “syndications” internacionais, pela venda de produtos por meio de pacotes, modifica também o estatuto da fotografia produzida por uma agência. Mesmo que as normas jornalísticas aplicadas ao conteúdo das agências preconizem o apagamento do autor, as transformações da fotografia de Ishinomaki dão origem ao um folhetim midiático, veiculado tanto nas redes sociais como nas revistas ocidentais, no qual o próprio fotográfico torna-se um herói. A AFP publicou, uma semana após o Tsunami, um despacho sobre a história dessa imagem, em que desvenda todo tipo de informação desconhecida aos olhos do público: o preço de venda da fotografia, o nome do chefe do escritório encarregado pela produção de informações na Ásia, a identidade do fotógrafo. Todos esses detalhes estão arquivados na página de *Facebook* consagrada à imagem. Assim, a hibridação dos padrões visuais asiáticos e ocidentais se combina com uma mutação das formas jornalísticas, sob a égide das mídias informatizadas.

Palavras-chave: fotografia, AFP, mutação, Ásia, retrato.

