

# Vers une nouvelle forme temporelle, la « cénorythmie » ? L'Agence France-Presse sur les réseaux

MAXIME FABRE

Post-doctorant

Université Bordeaux Montaigne  
Centre de sémiotique et rhétorique  
de l'Université de Liège  
France

maxime.fabre@u-bordeaux-montaigne.fr  
fabre\_maxime@live.fr



partir d'une étude sémiotique et communicationnelle<sup>1</sup> (Boutaud et Berthelot-Guiet : 2013) de l'exposition de l'Agence France-Presse sur les réseaux sociaux numériques, nous nous demanderons de quelle manière la photographie agencière a été en partie bouleversée et transformée par ces moyens de communication. Face à un nouveau rythme de publication de l'actualité, que nous proposerons d'appeler la *cénorythmie*<sup>2</sup>, nous montrerons comment l'Agence s'est à la fois adaptée et a en même temps métamorphosé ses moyens et codes de diffusion, jusqu'à la construction énonciative d'un « *Nous ensemble et maintenant* » de ses réseaux. L'AFP a donc du même coup fait évoluer ses pratiques représentationnelles tout en préservant ses stratégies éditoriales. En cela, il s'agit avant tout d'une mutation\*, au sens où l'entend Bernard Darras, ou d'une *traduction* dans la définition donnée par la sociologie de l'acteur réseau (Callon, 2013 : 267-276). Pour autant, notre objectif n'est pas d'étudier les transformations inhérentes aux pratiques professionnelles des photojournalistes de l'AFP, la négociation de l'image au sein des *desks*, par exemple (à ce propos, voir Grossi, 2018). Mais plus simplement d'analyser, à partir d'un corpus resserré sur les réseaux sociaux (qui ne représentent qu'une petite partie des productions de l'Agence) les ressorts de l'exposition numérique.

**Pour citer cet article, to quote this article,  
para citar este artigo :**

Maxime Fabre, « Vers une nouvelle forme temporelle, la « cénorythmie » ? L'Agence France-Presse sur les réseaux », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne, online], Vol 9, n° 1 - 2020, 15 juin - June 15 - 15 de junio.  
URL : <http://www.surlejournalisme.com/rev>

Nous proposons d'étudier cette forme temporelle baptisée la cénorythmie en trois étapes : l'étape de la *deixis*<sup>3</sup> photojournalistique mise à l'épreuve des RSN ; une deuxième étape pour la construction d'une coprésence énonciative structurant un média homochrone\* ; enfin, un troisième temps pour une étude sur l'expérience quotidienne, du banal\* du point de vue de la durée. Cependant, avant même d'envisager des hypothèses, cette problématique a d'abord orienté un questionnement d'ordre méthodologique qu'il est important d'expliquer ici.

### LE RECUEIL DES DONNÉES EN INTRODUCTION

Si, comme le préconisait Laurent Gervereau, nous ne sommes pas à l'affût d'icônes sur lesquelles « nous aurions beaucoup à dire » (Gervereau, 2001 : 128), il a fallu organiser et expérimenter un protocole qui, dans un premier temps, n'orienterait aucune hypothèse, mais se « contenterait » d'un recueil systématique et préalablement réglé d'unités textuelles à partir de la lecture flottante. Pour cela, la fabrique du protocole a suivi une méthode que l'on peut qualifier de sémiotique et communicationnelle, à la croisée de l'observation participante préconisée par Valérie Jeanne-Perrier dans *Journalisme en ligne, pratiques et recherches* (Degand et Grévisse, 2012 : 278-280), et de l'approche sémiotique conduite par Julia Bonaccorsi dans le *Manuel d'analyse du web* (Barats, 2016 : 133-155). Cette méthode nous a permis de sélectionner et découper un corpus, mais à condition – comme nous avertit Roland Barthes – « que l'on veuille bien lire dans le corpus le corps » (Barthes, 1975 : 193), ou plutôt *les corps*, dans la mesure où les figures de l'énonciation numérique sont hétérogènes et soumises à une mutabilité constante. Ces corps sont donc ceux des « réseaux sociaux ». Ces outils-marques\* (Jeanneret, *op. cit.* : 13) dont « l'expression désigne dans l'actualité médiatique [...] un ensemble de sites ayant pour vocation de proposer des espaces de mises en relation sur Internet à partir de l'établissement d'une identité bâtie sur des interfaces dessinant un profil » (Degand

et Grévisse, *op. cit.* : 134). Dans ce contexte, des individus privés aussi bien que des organisations publiques, des marques ou des journaux peuvent créer « un [ou des] profil[s] » sur ces réseaux. C'est le cas de l'Agence France-Presse sur Facebook dès 2010, Twitter et Google+ en 2011, Tumblr et Pinterest en 2013, et enfin Instagram en 2014. Chacun de ces outils-marques ayant ses caractéristiques propres, l'observation a été opérée sur chacun d'eux – à l'exception de Pinterest et Google+ dont le contenu n'était pas actualisé à l'époque du recueil dans le premier cas, et tout simplement abandonné par l'AFP en septembre 2016 dans le second.

Mais au sein de ces corps, s'opère ensuite une seconde ségrégation, par « profils ». Pour Instagram et Tumblr, la question est simple puisque l'AFP ne possède qu'un seul compte par réseau. Pour Facebook et Twitter en revanche, des critères de « non-sélectivité » (Bardin, 2007 : 127) ont été appliqués au recueil, tout en continuant de préserver la règle d'exhaustivité des documents. Sur Facebook, c'est donc le profil en langue anglaise @AFPnewsenglish qui a été sélectionné – selon un critère d'internationalité et de prolifération des contenus. Sur Twitter, c'est le « fil » principal @afpfr qui est resté au cœur de l'observation, pour des raisons à la fois linguistiques (observer un « profil » en langue française cette fois) et de représentativité (@afpfr condense en son sein l'hétérogénéité des autres « fils », en republiant quasi systématiquement les contenus de ces derniers).

La capture de ces photographies, parce qu'elles sont continuellement publiées sur les réseaux sociaux et qu'elles semblent intimement liées à un processus d'information au quotidien – et non d'élection symbolique comme la « collection » –, a demandé une réflexion particulière quant à la temporalité du recueil des données. Pour des questions à la fois de quantité d'images et de représentativité sociale, c'est le mois de février 2016 qui a été retenu pour délimiter la durée de la saisie (du 1<sup>er</sup> au 29 février). À cette démarcation, que l'on peut qualifier de

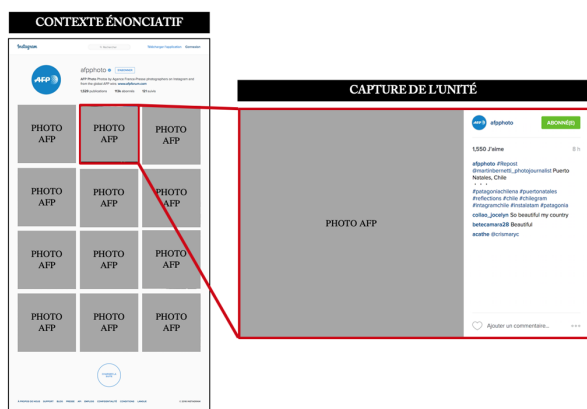
**Figure 1** : Les espaces de l'observation participante

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

« macro », s'ajoute une contrainte « micro », celle de recueillir les informations à divers moments de la journée en alternant les périodes. Par exemple, commencer le recueil un lundi matin, le finir un vendredi après-midi, puis inverser ces moments la semaine suivante. La problématique de la temporalité est liée à celle de l'observation participante, chercher la synchronie (technique, sociale) au dispositif, tout en préservant une posture distanciée, inhérente à celle du chercheur.

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

Figure 2 : Les niveaux de capture d'écran



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

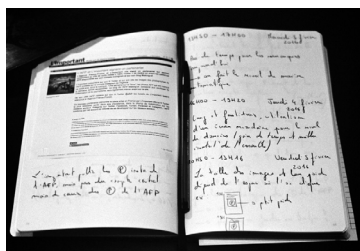
Cette disposition mécanique nous permet d'obtenir des *corpora*, mais sans organisation éditoriale, ils ne forment pas encore un corpus stable. En observant le travail visuel opéré par l'historien de l'art Aby Warburg, dans le traitement de la quantité par l'organisation en « tables d'images » à travers l'*Atlas Mnémosyne* (Warburg, 2015), il est alors apparu qu'au-delà du simple « *Imp[rimer]Ecr[an]* » (Gomez-Mejia, 2011 : 19), il est crucial de produire des *machines de lecture* laissant à l'observateur la possibilité d'élaborer, à partir de celles-ci, ses propres cristaux de lisibilité\* (Didi-Huberman, 2011 : 15).

Ces « machines » ont été élaborées de manière à ce que le lecteur puisse retracer la quotidienneté du protocole d'observation et donc, en creux, de l'expérience concrète des images de presse ainsi capturées dans le dispositif.

L'image est ainsi réinscrite dans sa temporalité (aussi bien de publication que de capture) et reproduite dans la *séquentialité* propre aux réseaux sociaux. Grâce à ce dispositif, nous essayons de recueillir le plus grand nombre d'informations : de la reproduction de la légende, à l'auteur des photographies en passant par les « mots clés » (ou « hashtags ») ainsi que les « likes » et les « commentaires » associés aux publications. La mise en place de ces machines a aussi pour intérêt de permettre une lecture à la fois factuelle et analogique. Factuelle dans la mesure où c'est la « *grégarité de la répétition* » (Barthes, 1978 : 15) qui prime. Analogique ensuite, parce que cette mise en visibilité produit nécessairement (et chez chaque lecteur) des associations textuelles entre les différentes unités représentées. Le recueil des données nous a donné des lignes de fuite\* Deleuze et Guattari, 1980 : 264), et nous devons assumer une démarche, puis une interprétation, forcément « *lacunaire, parfois complétée par des trouvailles aléatoires* » (Gomez-Mejia, *op. cit.* : 21). La machine de lecture est un *objet cosmopolite*, dans le sens que lui donne Georges Didi-Huberman : « c'est un montage d'hétérogénéités culturelles, culturelles et temporelles » (Didi-Huberman, *op. cit.* : 42-43). C'est le geste interprétatif du chercheur qui détermine un sens (une direction, puis une signification) à l'ensemble de ces paquets signifiants\* (Véron, 1978 : 12). C'est la mise en évidence de cristaux de lisibilité qui nous a ensuite mené vers ces « lignes ». Ce qui veut dire qu'à partir de ce corpus, d'autres hypothèses et fondamentalement d'autres thèses, sont possibles (en sociologie par exemple, voir Grossi, *op. cit.*). Le recueil des données répond donc à un principe de « *latitude méthodologique* » (Jeanneret, 2008 : 232-236), avec « *des libertés, et des exigences* » (*ibid.*). Afin d'éviter un effet d'accumulation d'exemples au cours de l'analyse, cet article ne reprendra donc qu'une infime partie de ces captures, à titre démonstratif en premier lieu.

Enfin, le montage des « paquets » est soutenu par le point de vue analytique. Un carnet exploratoire a en effet été nécessaire pour pallier la labilité et le « *fatras* » (Després-Lonnet, 2004 : 33-42) des écrits d'écran, en notant les métamorphoses, les contraintes, les régularités/irrégularités auxquelles la collecte des données nous a quotidiennement engagé.

Figure 3 : Extrait du carnet exploratoire



Nous faisons l'hypothèse que les médias informatisés\* instituent un cadre expérientiel au carrefour d'une trajectoire temporelle multifactorielle, où se conjuguent le temps photojournalistique, le temps du dispositif et le temps de lecture. Ce qui se joue à travers cette proposition, c'est la construction d'un chronotope\* totalisant. Autrement dit, l'espace d'inscription des discours harmonise des temporalités traditionnellement distinctes les unes des autres, où la quotidianisation de l'expérience médiatique s'opère à travers la standardisation d'un « schème organisateur »<sup>4</sup> (Flon et Jeanneret, 2010 : 4) commun aux dispositifs d'exposition : le « fil d'actualité ».

Pour Yves Jeanneret en effet, un *chronotope* (Jeanneret, 2014 : 497) est un « univers d'espace et de temps qui est développé par une forme médiatique et par les textes que celle-ci propose » (*ibid*). Au sein de ce chronotope, « la rubrique "dernière heure" des journaux imprimés » (*ibid*) par exemple, se structurent des « schèmes organisateurs » qui assurent « un lien entre les dimensions technique, sémiotique et phénoménologique de la représentation, définissant ainsi certaines conditions déterminantes de la construction du sens des informations au sein d'un dispositif » (Flon et Jeanneret, *op. cit.*).

#### LE SCHÈME ORGANISATEUR DU « FIL D'ACTUALITÉ »

Si les dispositifs d'exposition numérique conditionnent les discours qui s'y inscrivent, ils en structurent aussi la temporalité. Dans ce contexte, on peut se demander dans quelle mesure les dispositifs bouleversent le temps médiatique. Plus concrètement encore, quelles sont les transformations observables du point de vue de l'Agence France-Presse ? Pour Camille Laville en effet :

« Le journalisme qui prédomine dans les vingt premières années de l'agence est un journalisme que l'on peut qualifier d'événementiel, c'est-à-dire une forme du journalisme qui privilégie l'événement à la description du contexte et à l'explication de l'événement » (Laville, 2010 : 187).

Une première transformation est observable à partir des années 1990, à travers le passage d'un journalisme événementiel à un « journalisme situationnel » (*ibid*), qui consiste à rendre l'information « vivante » (*ibid*) en y ajoutant plus de « détails, d'explications et d'éléments contextuels » (*ibid*). Ce qui force cette rupture, selon Camille Laville, c'est « le développement des techniques de distribution des informations, l'apparition de nouveaux supports (Internet, téléphone portable, canaux d'information en continu, etc.), l'intensification de la concurrence et la diversification des intérêts de la clientèle » (*ibid*). Mais ces transformations concernent d'abord les « contenus »<sup>5</sup> vendus par l'Agence à ses clients, qu'ils soient des journaux, des sites internet ou encore des applications pour téléphones mobiles. Ce qui nous intéresse à présent, c'est la construction d'une événementialité propre à l'exposition numérique des images sur les réseaux sociaux. Pour comprendre ce bouleversement-ci (de la publicisation à la remédiation des photographies agencières), nous proposons de recourir à la notion de deixis en linguistique, terme désignant « l'action de montrer », et la *référenciation* (Bertrand, *op. cit*) propre à la situation d'énonciation des images.

En l'occurrence, la situation d'énonciation est dominée par le dispositif en amont qui détient, selon la formule de Valérie Jeanne-Perrier, un « pouvoir exorbitant » (Jeanne-Perrier, 2006) sur l'écriture : il ordonne, agence, standardise et contrôle les modalités de publication des « contenus ». Si l'analyse de Valérie Jeanne-Perrier concerne les CMS à proprement parler, le cas des réseaux sociaux est d'autant plus significatif que la textualisation en est d'autant plus contrainte par le dispositif : il n'est possible de modifier ni la typographie de la légende, ni le cadre qui entoure l'image, ni la mise en page de celle-ci. En revanche, il est obligatoire de se conformer aux formats et aux signes produits par l'architecte lui-même, jusqu'à la temporalité pluri quotidienne suggérée par la pratique du numérique. On l'observe clairement dans le corpus étudié, selon des modalités différentes (mais toujours standardisées) en fonction des dispositifs. Si l'AFP privilégie par exemple un format d'image carré pour ses publications sur Instagram, c'est pour mieux répondre à l'implication de communication « mobile » du support, dont la taille de l'écran favorise la visibilité des photographies de ce type. Mais dans tous les cas, c'est le mode de réception de la liste déroulante qui domine et qui met les publications de l'Agence à disposition des usagers, selon des contraintes très similaires d'un support à l'autre, de la typographie imposée au cadrage régulé des images, comme nous pouvons le constater dans le tableau récapitulatif ci-dessous :

**Figure 4 :** La représentation des photographies de l'AFP dans les différents « fils d'actualité » des dispositifs du corpus

	FACEBOOK	TWITTER	INSTAGRAM	TUMBLR
<b>Format d'exposition imposé</b>	Liste déroulante <sup>6</sup>	Liste déroulante	Liste déroulante	Liste déroulante
<b>Taille constatée<sup>7</sup></b>	1000 x 700, rapport 3/4	1000 x 700, rapport 3/4	Carré	1200 x 800 ou 1000 x 700, rapport 3/4
<b>Nombre d'images par publication</b>	Majoritairement une. Quand il y en a plusieurs, l'architecture agglomère les photographies sous la forme synoptique	Majoritairement une. Quand il y en a plusieurs, l'architecture agglomère les photographies sous la forme synoptique	Une	Une
<b>Cadre</b>	Liseré très fin, bords carrés	Liseré très fin, bords arrondis	Liseré très fin, bords carrés	Naturel, la scène représentée tranche avec le fond bleu du support (couleur du logotype de la marque Tumblr)
<b>Typographie de la légende</b>	Unique	Unique	Unique	Unique
<b>Interactions possibles avec l'image</b>	Réactions pathémiques stéréotypées (les émoticônes), le commentaire, le partage	Un seul jugement pathémique (le consentement du « j'aime » par l'émoticône du pouce bleu), le commentaire, le partage	Un seul jugement pathémique (le consentement du « j'aime » par l'émoticône du cœur), le commentaire, l'enregistrement (possibilité de revoir la photographie « enregistrée »)	Un seul jugement pathémique (le consentement du « j'aime » par l'émoticône du cœur), le commentaire, le partage (à la fois <i>dans</i> et <i>vers</i> d'autres dispositifs)
<b>Mise en page</b>	Polyphonie énonciative, la liste dispose les publications des « abonnements » et les hiérarchise en fonction de leur « actualité »	Polyphonie énonciative, la liste dispose les publications des « abonnements » et les hiérarchise en fonction de leur « actualité »	Polyphonie énonciative, la liste dispose les publications des « abonnements » et les hiérarchise en fonction de leur « actualité »	Polyphonie énonciative, la liste dispose les publications des « abonnements » et les hiérarchise en fonction de leur « actualité »
<b>Publicité</b>	Entre les publications	Entre les publications	Entre les publications	Entre les publications

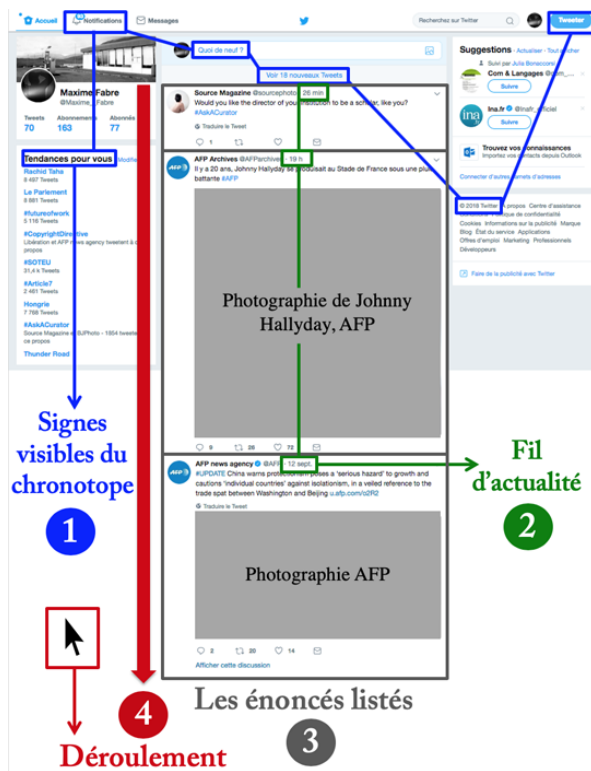
C'est donc la standardisation des publications qui semble marquer la transformation du régime temporel des photographies de l'AFP. La situation d'énonciation journalistique ne dépend plus d'une institution médiatique identifiée (qui jouait le rôle de référent), mais d'un architecte qui agglomère et standardise des discours aux origines et contextes variés, dans sa prétention à l'horizontalité des échanges entre les acteurs.

Même si le « fil » de ces réseaux peut correspondre en un sens au traditionnel « fil agencier », le rythme de

production de l'AFP est différemment mis à l'épreuve (du fait des contraintes imposées par l'architecte), et le formatage « calculé » de ses contenus (Tétu, 2011 : 61) se calque à présent sur le modèle imposé par le dispositif et les pratiques qu'il autorise. Si l'on prend l'exemple du profil Twitter ci-dessous capturé le 13 septembre 2018, on constate que l'architecte définit concrètement un type de rapport spatio-temporel entre l'objet représenté et le sujet percevant (les encadrés en bleu dans l'illustration), un chronotope rendu visible par les signes injonctifs du conditionnement temporel, et adressés à l'usager : « quoi de neuf ? », « tweeter »,

« tendances pour vous », « 93 notifications », « voir 18 nouveaux tweets », stabilisés ensuite par l'énonciation éditoriale du dispositif et la signature du copyright « © 2018 Twitter ». Ce rapport est construit dans le dispositif par un schéma organisateur, la réalisation formelle du « fil d'actualité » (les encadrés en vert dans l'illustration) qui structure la lisibilité des publications sur le support en fonction du temps de lecture de l'utilisateur : il y a « 26 min » pour la publication de *Source Magazine*, puis « 19 h » pour celle de l'AFP représentant le chanteur Johnny Hallyday, jusqu'à la datation absolue et journalière : le « 12 sept » pour une autre information publiée par l'Agence et concernant les relations économiques entre la Chine et les États-Unis. Le fil d'actualité est ensuite organisé sous la forme d'une « liste » (les encadrés en gris dans l'illustration), où les énoncés se « suivent » et ne sont visibles que par un geste de « déroulement » opéré par l'utilisateur (les encadrés en rouge dans l'illustration) et matériellement appliqué par la souris informatique dans le cadre d'une lecture par ordinateur, ou le doigt dans le cadre d'une lecture sur téléphone mobile.

Figure 5 : Le chronotope, l'exemple du fil d'actualité de Twitter



Source : Capture d'écran du 13 septembre 2018, fil d'actualité Twitter, @Maxime\_Fabre.

La liste convoque une symbolique particulière, de « l'actualisation », du « neuf », du « temps réel » et du « direct », où chaque nouvelle publication relaye verticalement la précédente au « bas » de la liste, et où

« l'actualité » est en fait tributaire du nombre d'informations textuellement présentes dans le « fil » de l'utilisateur. La liste est un schéma de l'organisation chronologique, une *chronoscription\** (Candel et Chasseray-Peraldi, 2016 : 5), *fantasmagorique\**, qui matérialise la deixis numérique : je ne « vois », ici et maintenant, que ce qui fait référence à un moment « T » de ma lecture sur le dispositif. Les « publications récentes » relèguent les « anciennes » aux « archives ». L'icéité\* de l'information repose sur un marquage temporel, selon un principe de distance à l'actualité médiatique. « Maintenant » symbolise la synchronie de l'information au temps de lecture de l'utilisateur – « *l'homochronie médiatique* » selon Philippe Marion (Marion, 1997 : 83) –, il est relayé ensuite par « il y a 30s », « il y a 13 heures », « il y a 2 jours », jusqu'à la datation absolue, « 9 août 2017 », « *valeur d'archive du contenu* » (Candel et Chasseray-Peraldi, *op. cit* : 6). On vient de l'observer sur Twitter, mais c'est aussi le cas de Facebook :

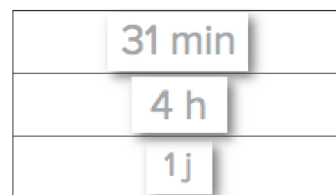
Figure 6 : Facebook



Source : Capture d'écran du 13 septembre 2018 à partir du recueil des données du corpus Facebook.

Instagram :

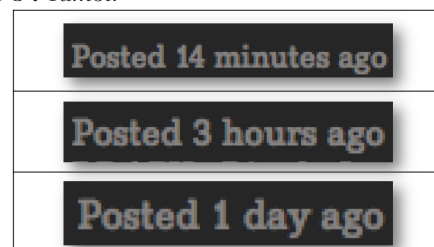
Figure 7 : Instagram



Source : Capture d'écran du 13 septembre 2018 à partir du recueil des données du corpus Instagram.

Et Tumblr :

Figure 8 : Tumblr



Source : Capture d'écran du 13 septembre 2018 à partir du recueil des données du corpus Tumblr.

La chronoscription valorise le « maintenant » de la communication, référent auto-institué du mode de réception temporelle des informations exposées. En cela, la deixis propre à l'image photographique (la date de prise de vue) peut être écrasée par le dispositif, ou tout simplement réactualisée. Dans l'illustration du chronotope, l'image représentant le chanteur Johnny Hallyday est une photographie d'archive, « il y a 20 ans, Johnny Hallyday se produisait au Stade de France sous une pluie battante » explique la légende de l'AFP. Pourtant, le chronotope reclasse l'image dans le dispositif. Cela fait peut-être « 20 ans que Johnny Hallyday se produisait au Stade de France », mais cela ne fait que « 19 h » que l'icône est exposée sur le réseau.

Autrement dit, le « maintenant » de la forme listée peut rendre présent un « ça-a-été » (Barthes, 1980) de l'acte d'image, en l'inscrivant dans le temps énoncé du support numérique. Cela explique la formation d'un chronotope multifactoriel, où les temporalités disjointes se conjuguent pourtant à la durée du « fil d'actualité » du dispositif. Chemin faisant, la photographie est à son tour imprégnée du schème de l'actualité, ce qui éclaire la relecture événementielle de l'urgence dans les pratiques professionnelles à l'AFP, comme l'explique Camille Laville :

« Dans certains bureaux, comme celui du Caire par exemple, les journalistes sont équipés d'une console AFP à leur domicile, qui leur permet non seulement de surveiller l'actualité mais aussi de se mobiliser si l'actualité l'exige. [...] Par ailleurs, l'accroissement de la concurrence et les avancées des techniques de transmission ont renforcé l'exigence de l'agence en matière d'urgence et de volume des dépêches » (Laville, *op. cit.* : 63).

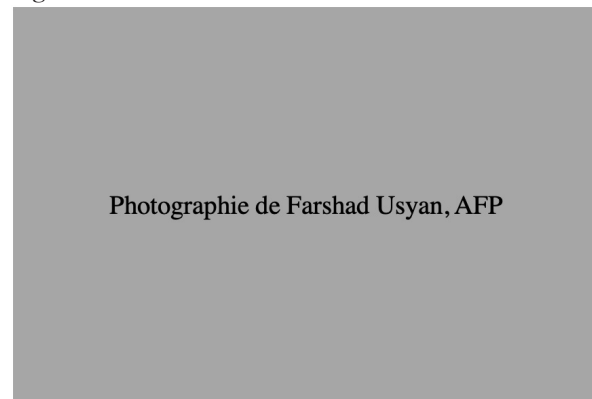
Michael Palmer le constatait d'ailleurs déjà dans son article sur « Les journalistes-agenciers et les normes langagières de l'ubiquité : les urgences des produits éphémères » (Palmer, 1999 : 199) :

« Agence de presse ou news agency, les "grandes" agences sont conscientes d'être de véritables entreprises transnationales de l'information dont le métier évolue pour tenir compte de la concurrence dont la vigueur leur fait obligation, aujourd'hui plus qu'hier, de soigner leur image de marque. L'évolution des techniques et des marchés modifie en effet la donne informationnelle mondiale entre l'offre et la demande et elle fait émerger de nouveaux acteurs (tels CNN ou Bloomberg) et de nouvelles configura-

tions géo-informationnelles (tel l'ex-URSS). [...] Les flux quotidiens d'information que recueillent, traitent, produisent et diffusent les agences mondiales telles que l'AFP, l'américaine AP et Reuter dépassent l'entendement : plusieurs millions de mots, lesquels ne sont qu'un des éléments de leur production (chiffres, sons, images). Attardons-nous un instant sur cette métaphore récurrente que cette notion de "flot" et de "circulation" : l'imagerie informationnelle est liquide, aquatique, sanguine, nourricière ("sources" cristallines et pures des «flots» de nouvelles, irriguant des "canaux" que traitent - selon la sociologie américaine des journalistes - des "éclusiers" ou gatekeepers ; "flux verbal" dit-on aujourd'hui) ».

Ce que les dispositifs d'exposition réalisent, c'est la jonction de la temporalité médiatique et du temps socialement vécu – autrefois bien distincts (Tétu, *op.cit.* : 53). Les « harmoniques du Web » (Jeanneret, 2011 : 31-44) – pour reprendre la formule d'Yves Jeanneret – font plus qu'agencer les temporalités entre elles, elles organisent une rythmique de la quotidienneté et de la quotidiannisation, de l'homochronie de l'expérience vécue et de l'icéité architextuelle. On le constate concrètement dans notre corpus : l'AFP a pris la mesure de cette homochronie en développant elle-même un format propice à la ritournelle numérique. Le 3 février 2016 par exemple, l'Agence publie une photographie avec la légende suivante : « #instantané Un jeune vendeur de ballons à Mazar-I-Sharif en Afghanistan, par @Farshadusyan ».

Figure 9 : L'AFP à l'heure des RSN : l'« #instantané »

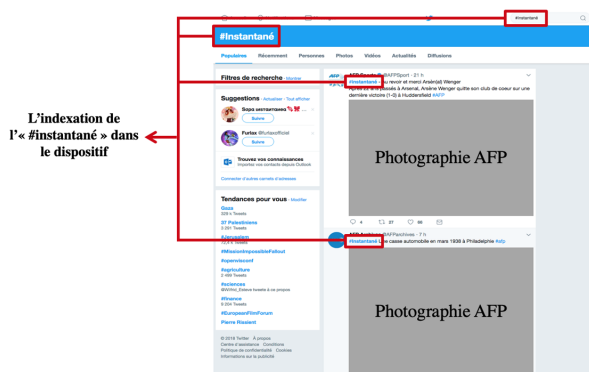


Source : Capture d'écran du 03 février 2016, Twitter @afpfr, Farshad Usyan/AFP.

Pas de lien hypertexte renvoyant à un article sur le site d'un journal informatisé, juste une photographie banale (un enfant portant des ballons),

une très courte légende sur le lieu de la prise de vue, le nom du photographe présent sur Twitter (« @Farshadusyan »), le logo identifiant l'AFP et la formule « #instantané ». Par cette formule, l'AFP combine un format (la vignette) et un genre (la vie quotidienne). Ensemble, ils s'inscrivent dans cette consommation de l'actualité comme *artefact fictionnel* (Tétu, *op. cit.* : 65), ils jouent de l'implication spatio-temporelle du chronotope numérique en textualisant justement cette implication. Car si l'on ne sait rien de la date de la prise de vue du photographe AFP Farshad Usyan, on sait *a contrario* (et grâce au dispositif) que cette publication a été diffusée « il y a deux heures » par rapport au moment de son visionnage effectif par l'utilisateur. Plus spécifiquement, à travers le *hashtag* devant la formule (« # »), « l'instantané » s'indexe dans le support par un processus de référentialisation intra-discursif. Plus que simplement « s'indexer », la formule « # » vise à institutionnaliser ce format-genre au sein du dispositif : on le retrouve et re-visionne grâce à l'outil « recherche » dans la barre en haut à droite de l'architexte (et visible dans l'illustration ci-dessous). Les résultats de la « recherche » de l'« #instantané » présentent d'ailleurs majoritairement les publications diffusées par l'Agence, preuve que le format-genre est bien représenté sur le réseau social.

**Figure 10 :** La référentialisation intra-discursive : la recherche de l'« #instantané »



Source : Capture d'écran du 14 mai 2018, recherche du format-genre l'« #instantané » de l'AFP sur Twitter.

« L'instantané » est à la fois une manière d'inscrire ce nouveau format-genre numérique dans le temps long du photojournalisme, tout en l'ajustant au chronotope des dispositifs d'exposition, valorisant les différentes formes de l'actuel et de la quotidienisation d'une « *information qui, demain, fera attendre celle du jour suivant, et ainsi de suite* » (Tétu, *op. cit.*).

Si l'actualité est fondamentalement l'essence des médias journalistiques, les dispositifs d'expo-

sition revalorisent cette conception en densifiant considérablement le présent, en lui offrant un plan de manifestation symbolisée par la « liste », qui structure et régit un ordre du temps : il structure la distance plus ou moins étendue entre le « maintenant » de la situation d'énonciation et la datation des énoncés déjà passés, épuisés par la réactualisation constante de la liste. Comme le constate Luiz C. Martino :

« La synchronisation du temps social réalisée par les moyens de communication conduit à un élargissement et à une densification du présent. [...] Les moyens de communication ouvrent une dimension dans laquelle la vie sociale vient s'inscrire en tant que culture du présent » (Martino, 2019 : 44).

Dans notre corpus, cette densification est concrètement manifestée dans les petites formes de l'actualisation (les barres circulaires ci-dessous) nécessaires au visionnage et au chargement des « *nouvelles actualités* ». Ces dernières sont hiérarchiquement premières dans la réception des images par l'utilisateur, comme nous avons pu précédemment le constater dans l'exemple du chronotope. Les plus anciennes publications sont relayées au bas de la liste, ce qui peut nécessiter un très long travail de déroulement manuel des énoncés.

**Figure 11 :** Les petites formes de l'actualisation



Sources : Captures d'écran du 14 mai 2018.

Plus encore, c'est le schème organisateur du « fil d'actualité » qui devient le référent temporel des énoncés photographiques, que l'acte d'image se synchronise *réellement* au dispositif, ou non. Car, bien que son pouvoir sur la représentation du temps médiatique soit fort, la forme-liste peut servir à réactualiser des productions photographiques plus anciennes, alors réinscrites dans le présent d'actualité du dispositif et des usagers. Pour cela, l'AFP dispose d'un compte Twitter secondaire, « @AFParchives », grâce auquel elle publie des « archives » photographiques, ensuite relayées par le compte principal « @afpfr » sous le syntagme de l'« #instantané ». La mention « archives » ne disparaît pas (elle est présente dans le corps de l'image), sa réinscription dans le format-genre de l'« instantané » la conjugue néanmoins à la deixis régulatrice du dispositif : « Mohamed Ali » a été publié il y a « 5h » (dans l'exemple ci-dessous). Ainsi, l'Agence réinstaura sa légitimité journalistique au fil du temps actualisé des médias informatisés, elle revalorise son



rôle de témoin intemporel, dans le régime indiciaire\* de la preuve photographique.

**Figure 12 :** Réinscription temporelle de la légitimité photojournalistique : l'« archive » au temps de l'« #instantané »



Source : « #instantané Mohamed Ali en octobre 1974 à Kinshasa, quelques jours avant son combat contre George Foreman #AFP », capture d'écran du 01 février 2016, Twitter @afpfr, Archives/AFP.

### CO-PRÉSENCE ET ADÉQUATION ÉNONCIATIVE : VERS LE « NOUS » ENSEMBLE ET MAINTENANT

Le chronotope numérique est formellement réglé par le schème d'organisation temporelle qu'est la liste, c'est ensuite à l'implication de communication d'opérer « *ce travail particulier par lequel les rapports communicationnels sont engagés et engage les corps* » (Jeanneret, 2008 : 155). Dans les dispositifs d'exposition, ce rapport peut être décrit en termes de coprésence des utilisateurs, mais une coprésence médiatisée par le dispositif et régissant la formalisation sémiotique des relations communicationnelles, constamment suggérées par le support :

*« Les membres inscrits dans ces communautés sont malgré eux appelés à participer à une course aux amis, dans laquelle l'objectif est de tisser le plus grand réseau de relations, sans prendre en compte la qualité du maillage obtenu, ni ses finalités. Toute la réception est organisée autour de ce thème : construisez votre réseau, ajoutez vos amis, partagez votre vie avec vos amis [...]. Tous les outils mis à disposition, les services proposés, sont fondamentalement ancrés dans cette optique : la mise en relation d'acteurs entre eux »* (Massetot, 2012 : 66-67).

L'exposition numérique se caractérise par la *reliance* (*ibid*) (vécue, agie) comme implication de communication, comme mise en relation des présences textualisées par l'architecte, et comme parcours croisé du temps actualisé entre les utilisateurs. La reliance vise ensuite à la constitution d'une « communauté », mais une « communauté AFP » qui partagerait, à travers le dispositif, une passion et un temps commun de l'image. C'est pourquoi on peut observer, dans notre corpus, que l'Agence travaille cette reliance, qu'elle s'exprime pour la consolider, pour la nourrir, à la manière d'un « Community Manager » (Galibert, 2014) – ou « gestionnaire de communauté » –, « *qui se présente aujourd'hui comme l'un des facteurs structurants de la socialisation électronique* » (*ibid*) et dont le rôle consiste à animer et gérer une communauté (de loisirs, de marques). À diverses reprises, l'AFP reprend les codes du « community management » pour « remercier » ses abonnés sur son compte Instagram à travers Twitter, ou encore se « féliciter » du nombre d'adhésions à ses contenus à travers la publication de Grégoire Lemarchand, « *responsable de la cellule réseaux sociaux à l'Agence France-Presse* ». Il s'agit pour l'Agence, aujourd'hui comme hier, de « *soigner [son] image de marque* » (Palmer, *op. cit.*).

**Figure 13 :** La « communauté AFP »



Sources : À gauche : « Vous êtes désormais plus de 100.000 à nous suivre sur #Instagram. Merci ! », capture d'écran du 12 février 2016, Twitter @afpfr ; à droite : « Le commentaire avec le plus de "likes" (804) que nous n'avons jamais eu sur la page Facebook #AFP », capture d'écran du 05 février 2016, Twitter @greglemarchand.

Bien sûr, il revient toujours au lecteur de décider « *en quelque sorte ce qui, dans ce qui est exposé par le média, fait pour lui texte* » (Jeanneret, *op. cit.* : 162). Mais combinée à l'homochronie médiatique, la coprésence institue un effet de « partage social », une impression d'harmonie des temporalités vécues entre les usagers du dispositif, et de leur consommation commune des unités textuelles exposées sur le support :

*« Un média homochrone se caractérise par le fait qu'il incorpore le temps de la réception dans l'énonciation de ses messages. Ces derniers sont conçus pour être consommés dans une durée intrinsèquement pro-*

grammée. S'il veut recevoir normalement (contractuellement) ces messages, le destinataire doit ajuster son temps vécu de réception à celui de l'énonciation médiatique. La communication médiatique incorpore alors une symbiose programmée (forcée) entre les partenaires » (Marion, op. cit. : 83).

Prévue « pour une adéquation énonciative de la durée » (ibid), l'homochronie du dispositif d'exposition numérique\* se caractérise par une cadence temporelle spécifique. Car l'actualisation s'exprime dans la quotidienneté du geste, la répétition, la réitération et le renouvellement d'une mesure régulière commune à un rythme, une « manière propre de fluer » (Michon, 2019 : 28) et de réguler les énoncés dans le temps. L'attente d'un futur, inhérent à l'actualisation (Tétu, op. cit. : 65), produit un processus de quotidianisation de la relation de coprésence dans le dispositif.

Figure 14 : L'injonction à la fréquence journalière



Lors du recueil des données du corpus sur Facebook, nous avons en effet constaté que si l'actualisation n'avait pas été opérée par l'utilisateur, l'architexte suggérait automatiquement d'y procéder, dans l'expression indexicale d'une flèche pointée vers le haut et accompagnée d'un court texte, « nouvelles actualités », incitant l'utilisateur à se re-synchroniser au temps légitimé par le support. De même chez Twitter, si plusieurs jours se sont écoulés entre les différentes visualisations du réseau, l'architexte propose de revoir les contenus les plus « appréciés » par les usagers à travers la formule « pendant votre absence... », comme si la désynchronisation entraînait un manque d'informations, et donc la nécessité d'un rattrapage pour l'utilisateur. Ce procédé est caractéristique du processus de réquisition\* qui « tend à marginaliser ceux qui n'ont pas recours [aux dispositifs] » (Jeanneret, op. cit. : 14) et qui incite donc, *a contrario*, à continuellement et quotidiennement se « connecter » au support, pour « ne rien rater » et se rendre « présent » vis-à-vis des autres usagers, de manière à participer à cette temporalité partagée du dispositif. Une co-présence temporelle donc, mais aussi visuelle. Dans l'exemple ci-dessous, on constate en effet que l'architexte met en scène cet effet de co-présence en rendant visible le nom et l'icône du propagateur de l'information (ici Aurélie Bailly), puis il ajoute le nom des personnes qui ont partagé cette information dans notre entourage (ici Sophie Chauveau), et rend enfin prégnant les jugements de l'appréciation (le nombre de « j'aime »,

6000), le champ polyphonique du « commentaire » (comptabilisé à 70) et le taux de circulation du contenu (les 2200 « partages » dans le réseau social).

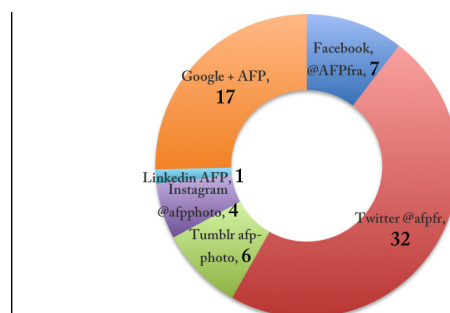
Figure 15 : La co-présence mise en visibilité sur Twitter



Source : Capture d'écran du 13 septembre 2018, Twitter @AureliaBAILLY.

Le rythme propre du RSN institue alors une fréquence journalière des énoncés, et donc des textes photographiques exposés par l'AFP, eux aussi préalablement régulés. Grâce au recueil mensuel des données du corpus et en calculant le nombre de photographies publiées chaque jour sur les différents réseaux sociaux de l'Agence (en y ajoutant Google+ et LinkedIn), nous avons pu calculer une moyenne journalière de la fréquence des publications de l'AFP en fonction des dispositifs. Le compte Twitter @afpfr est le plus prolifique avec une moyenne de 32 parutions par jour – parce que son mode de diffusion est particulièrement prisé dans les métiers du journalisme (Jouët et Rieffel, 2015 : 18-33) –, suivent ensuite Google+ avec 17 publications, Facebook avec 7, Tumblr avec 6, Instagram avec 4 et LinkedIn avec 1 publication journalière (une faible diffusion qui peut s'expliquer par son statut de réseau social professionnel). Dans tous les cas, la fréquence des parutions est élevée et elle est favorisée par le chronotope de l'actualité quotidienne, voire dans certains cas par la périodicité horaire.

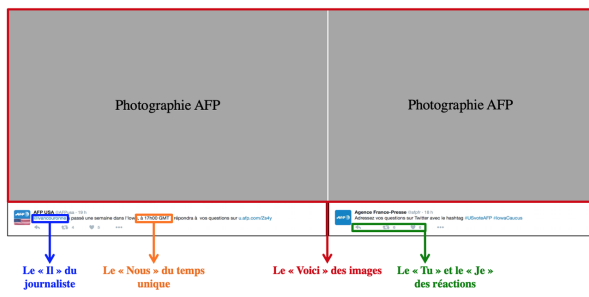
Figure 16 : Les rythmes d'exposition au quotidien sur les comptes de l'AFP



Source : Moyenne quotidienne des publications de l'AFP par RSN, sur la base du mois de février 2016.

Mais le rythme est plutôt un co-rythme (comme le dispositif est une coprésence), cette cadence propre au support numérique remodèle une deixis où le « Je » du sujet percevant se projette dans un « Nous » de l'exposition et un « Voici » de l'image publiée. Projection et non réalisation, comme un devenir fantasmagorique de « l'objet quotidien », horizon d'attente d'une implication de communication en termes de *vécu et de coprésence sociale*. Car si le « Voici [...] s'énonce à partir d'un lieu de pouvoir, une position d'autorité instaurant de l'asymétrie dans le triangle déictique » (Parret, 2016 : 103), il est euphémisé par la fantasmagorie du « Nous » projeté par le « réseau social ». Ce processus d'agencement collectif d'énonciations est en effet concrètement observable dans le corpus. À travers une photographie d'une affiche représentant le candidat républicain Donald Trump et une image de son intervention à un meeting électoral lors des primaires américaines en février 2016, l'AFP invite à « 17h00 GMT » (« GMT » exprimant « l'heure moyenne de Greenwich » et par abus de langage le « temps international ») le « Nous » de sa « communauté » à « adresser ses questions » sur le réseau social Twitter à @ivancouronne (reporter de l'Agence), en les indexant sur le hashtag « #USvoteAFP » dans le dispositif.

Figure 17 : Le rythme en commun



Sources : À gauche : « @ivancouronne a passé une semaine dans l'Iowa, à 17h00 GMT il répondra à vos questions sur u.afp.com/Zs4y », capture d'écran du 02 février 2016, Twitter @afpfr, Jim Watson/AFP ; à droite : « adressez vos questions sur Twitter avec le hashtag #USvoteAFP #IowaCaucus », capture d'écran du 02 février 2016, Twitter @afpfr, William Edwards/AFP.

Le « Voici » des images est alors incorporé dans un « Nous » du temps unique (le chronotope du dispositif) et un « Il » du reporter répondant aux questions. Herman Parret, cité plus haut, explique que le « statut communautaire du Nous exige par conséquent la contingence d'un face-à-face, la singularité d'un entrelacs sensible, un Voici qui engage la présence charnelle d'un Nous et d'un Moi » (Parret, *op.cit.* : 104). Ce « Voici » est matérialisé par l'énoncé texte-photographique, il engage ensuite la présence d'un « Il » (celui du journaliste), puis d'un « Je » et « Tu » (des utilisateurs) dans les formes

laissées aux « réactions » que sont les « commentaires » et les « j'aime », eux-mêmes construits par le « Nous » qu'est censé représenter « fantasmagoriquement » le rythme du dispositif d'exposition. Cette analyse rejoint le concept d'« image conversationnelle » proposée par André Gunthert à propos des usages sociaux et numériques de l'image, et pour qui « les formes visuelles sont devenues un embrayeur puissant des conversations privées et publiques » (Gunthert, 2014).

Or dans les DEN, le « Nous » est un « *Nous transcendantal, un Nous qui fonctionne comme Idée, comme Idéal même, invoqué dans toute expérience esthétique [du « Voici »] que le sujet veut universalisable* » (Parret, *op.cit.* : 104-105). Ce « Nous universalisable » n'est pas seulement réalisé dans l'expérience médiatique, il est aussi textuellement projeté dans l'esthétique même des photographies de l'Agence. Mais pour l'instant, c'est le rythme co-présentiel qui instancie ce fantasme de « l'être ensemble » à travers les interactions du réseau (l'invitation à questionner le journaliste AFP), consubstantiel à la *totalisation* (Bachimont, 2010 : 178) du numérique, jusqu'à la temporalité homochronique qu'il instaure pour les utilisateurs (« 17h00 GMT »), comme ce qui périodise, finalement, la mise en banalité, la banalisation des images de presse.

À partir de l'étymologie grecque *koinós* (la « vie en commun ») nous proposons de renommer cette sociabilité techno-sémiotique une *cénorythmie*, du rythme qui s'instaure et se réalise « ensemble », en synchronie, collectivement, comme ce qui totalise et mesure l'expérience médiatique des dispositifs numériques : de l'injonction à « adresser ses questions » à l'AFP, au temps unique partagé sur le dispositif, en passant par la suggestion de la fréquence journalière et l'animation continue de la « communauté agencière ».

## DE L'EXPÉRIENCE QUOTIDIENNE :

### LE « BANAL » DU POINT DE VUE DE LA DURÉE

En publiant sur les dispositifs d'exposition numérique l'AFP se déterritorialise\*. Mais paradoxalement, elle re-territorialise des enjeux propres au journalisme du XIXème siècle, notamment du point de vue des mutations de la périodicité (devenue quotidienne) du temps de lecture, une « traduction » donc, au sens où l'entend Michel Callon. Dans son ouvrage sur l'essor de la presse au XIXème siècle, Marie-Ève Thérenty explique en effet :

« La livraison quotidienne du journal, qui se précise au cours du siècle, entraîne des

*mutations dans les habitudes de lecture des Français. Les enquêtes réalisées par Anne-Marie Thiesse révèlent à la fin de notre période la régularité quotidienne des lectures : " Ma mère lisait le journal tous les jours ", " Tous les matins, on déposait à notre porte Le Matin. Mon père le lisait à fond, après le repas de midi " [...]. Toutes les classes sociales communient d'ailleurs avec la même ferveur dans la lecture du quotidien, depuis le père ouvrier jusqu'au mondain Marcel Proust [...] » (Thérenty, 2007 : 51).*

Si les RSN reterritorialisent la périodicité quotidienne, ils en réactivent aussi la mise en forme, celle de l'actualité propre au « journal quotidien », dont Maurice Mouillaud et Jean-François Tétu rappellent la formation :

*« Les événements déploient une carte. L'œil du lecteur se diffracte sur un monde. En se rassemblant dans des bassins-de-capture, les événements se rassemblent aussi dans une unité de temps. L'information a donné au temps une dimension nouvelle, une découpe transversale qui est la synchronie [de l'actualité] » (Mouillaud et Tétu, 1989 : 24).*

Mais c'est parce que les dispositifs d'exposition sont des archéo-médias\* (Davallon, 1999 : 36) qu'ils peuvent convoquer, par la forme, des compositions médiatiques antérieures et les exposer à l'expérience et l'interprétation des sujets percevant. Le format-genre de l'« #instantané », repéré dans notre corpus, en fournit un exemple prégnant. Par la légende, par l'indexation du hashtag, il régularise (à la manière du journal *Le Matin* dans le témoignage recueilli par Anne-Marie Thiesse) la quotidienneté de sa lecture auprès de ses « abonnés », dont le terme renvoie lui-même à une pratique journalistique de la transaction économique (Albert, 2016). Par sa formulation ensuite, il convoque l'imaginaire de la photographie chimique : de la « *la conquête de l'instantané* » (Gunthert, 1999) étudiée par André Gunthert jusqu'aux « instants décisifs » du mérite photojournalistique des années 1960 (Bajac, 2010 : 32-51), en passant par le développement des appareils dits « instantanés » (le Kodak Instamatic ou le Polaroid Land Camera) dans les années qui ont suivi la Seconde Guerre mondiale (*ibid*), et qui font aujourd'hui l'essor des industries photographiques modernes (Mangano, 2015). L'« #instantané » ne joue donc pas seulement de l'implication cénorythmique du dispositif Twitter, il convoque une mémoire plus lointaine des formes produites par la photographie de presse, et parfois même par l'historiographie du genre (Brunet, 2011 : 15-23).

Certes, la reterritorialisation des enjeux du journal (et plus encore du photojournalisme) s'opère par des transformations, et la cénorythmie des supports numériques ne peut se confondre complètement avec celle du périodique, ne serait-ce que parce que le journal est d'abord un média hétérochrone, à l'inverse de l'homochronie qui caractérise les réseaux sociaux. S'ils n'accomplissent pas le travail du « journal quotidien », les médias informatisés ont pourtant le pouvoir d'évoquer « *et capter métaphoriquement les formes qui l'ont précédé* » (Jeanneret, *op. cit.* : 173), comme des « *métaformes herméneutiques* » (*ibid*), laissées au procès d'appropriation par la « *mobilisation de schèmes interprétatifs largement diffusés* » (*ibid*). Les dispositifs d'exposition ajustent, recomposent et associent, dans une perspective totalisante, des processus hérités de pratiques et d'histoires hétérogènes. Leur force réside dans leur capacité à se nourrir d'une culture sédimentée et rendue triviale. Pourtant, alors que l'actualité est d'abord une *tension* (Mouillaud et Tétu, *op. cit.* : 25), et la photographie de presse une *préoccupation* (Beyaert-Geslin, 2009), le processus de quotidianisation produit des effets tout à fait opposés, comme l'explique Bruce Bégout :

*« La finalité de la quotidianisation consiste donc à produire un monde certain sur lequel l'homme puisse se reposer en toute confiance, un monde qui suit son cours, et qui bannit toute possibilité de s'interroger sur l'origine et la genèse obscures de cette assurance finale » (Bégout, 2005 : 225).*

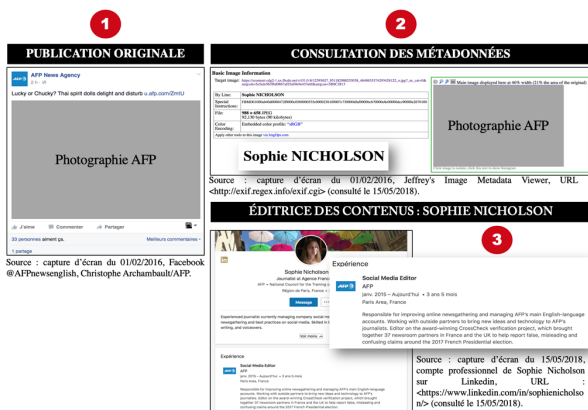
La cénorythmie quotidienne détermine le champ de recevabilité des différentes manières d'aborder l'image photographique. Or la quotidianisation est un processus de domestication, de contrôle et de protection de toute « *indéfinition* » (*ibid* : 227) qui procure à l'expérience des « *formes de vie fermes et durables* » (*ibid*), et non une mise en tension des énoncés. De même, la domestication s'accompagne ensuite d'un principe de *familiarisation* :

*« L'espace quotidien est toujours un espace plié, limité, sectionné, où la différence violente de l'intérieur et de l'extérieur est délestée de son hostilité par la prétention spatiale de la familiarité à s'étendre à tout ce qui est perçu et peut être saisi » (ibid : 226).*

En sa qualité d'objet « limité, sectionné » le dispositif accomplit ce travail de métamorphose du lointain et de l'étranger en une « *familiarité du proche et sûr* » (*ibid*). Il met en ordre l'expérience (la forme-liste), mais sans jamais se donner comme neutralisant le champ de recevabilité des

photographies de presse. La dextérité technique s’y présente justement comme « invisible » (Candel et Jeanne-Perrier, 2014 : 84-99), et les « cadres instituant » (Souchier, 2012 : 7-8) la médiation disparaissent nécessairement aux yeux des acteurs de la communication. Si l’on prend l’exemple du compte Facebook @AFPnewsenglish dans notre corpus, notamment la publication du 01/02/2016 à 11H56 (vignette n°1 dans l’illustration ci-dessous), puis que l’on observe les métadonnées de l’image à travers le logiciel « Jeffrey’s Image Metadata Viewer » (vignette n°2), on découvre en particulier que les photographies ne sont pas directement publiées par leur auteur, mais par un tiers-médiateur, Sophie Nicholson, dont la profession à l’Agence France-Presse est « Social Media Editor », responsable de la publication des nouvelles sur le compte Facebook @AFPnewsenglish (vignette n°3). Si cette information explicite donc l’invisible de la dextérité technique des publications photographiques de l’Agence sur Facebook, elle montre aussi que cette médiation professionnelle est discrétisée par le dispositif (et sans doute aussi par l’AFP, qui décide de ne pas présenter cette information dans la publication).

**Figure 18 :** L’invisible de la dextérité technique, le cas de Sophie Nicholson sur Facebook @AFPnewsenglish



La quotidianisation a aussi pour effet de faire prévaloir « l'évidence instituée du monde de la vie » (Bégout, *op. cit.* : 227), elle se présente comme naturelle, pré-donnée, alors qu'elle relève bien d'une construction de la réalité. L'architexte accomplit pleinement ce travail de familiarisation, il suggère des formes lisses, prédisposées à la publication et formatant efficacement les modes d'exposition des « contenus », et donc des manières de lire et d'interpréter les images de presse, surdéterminées par la cénorythmie quotidienne du dispositif. Or, ce processus, invisible, s'impose aux textes sous certaines conditions, notamment du point de vue de leur exposition, limitée dans le temps et dans l'espace (le format court).

En effet, la liste formate les contenus en les limitant quantitativement, l'information est alors soit condensée soit extériorisée. Extériorisée quand elle est renvoyée à un texte sur un autre site internet – au moyen de l'hypertexte (Jeanneret et Davallon, 2004 : 43-54) –, condensée quand la publication est originalement liée au support et ne comporte aucune référence extrinsèque. Les effets d'exposition sont bien différents de l'un à l'autre. Force est de constater que la condensation et l'extériorisation sont deux modes d'être de la quotidianisation, et ils sont tous les deux quantitativement limités au format court, de la taille des images au nombre de mots visibles d'emblée par le sujet percevant. L'utilisateur ne contrôle ni l'un, ni l'autre, ce qui est d'ailleurs le propre de la familiarisation, de l'« opération passive » (Bégout, *op. cit.* : 228) d'un délestage techno-sémiotique qui a pour conséquence l'uniformisation de l'exposition, comme l'explique Dominique Cardon :

« [...] les réseaux sociaux de l'Internet contribuent aussi à uniformiser les manières de se présenter, de se singulariser et d'agir les uns envers les autres » (Cardon, 2011 : 147).

Dans le langage déictique de la quotidianisation, l'uniformisation et la familiarisation se traduisent en termes de banalisation (Bégout, *op. cit.* : 226), de la suspension de la surprise, de l'étrangeté, de la préoccupation et des tensions inhérentes à l'actualité. Si elle a pour fonction de transfigurer « l'inquiétant en évident », les conséquences sont les mêmes pour la photographie de presse, du moins au niveau de la recevabilité et de leur appropriation par les utilisateurs. La photographie ne peut plus souligner la tension de l'événement par sa mise en page singulière, autant qu'il était possible de le faire dans le cas de la Une d'un journal par exemple, car elle est reléguée au statut uniformisé des publications instituées par la forme-liste. L'objectif n'est d'ailleurs plus de se singulariser, mais de construire un « monde commun » à travers des codes universellement partageables. Les images sont alors comme « atonisées » par un chronotope régulant fortement la production des discours sur le dispositif. Dans l'exemple ci-après, on constate que l'uniformisation contraint la tension pourtant bien visible de la vignette n°3, représentant un homme, ensanglanté, victime des bombardements aériens du régime syrien contre les forces rebelles à Douma (pour laquelle le photjournaliste de l'Agence a d'ailleurs reçu le 1er prix dans la catégorie « Spot News stories » du World Press Photo Award). La tension inhérente à la photographie de guerre se situe pourtant hiérarchiquement en-dessous et formellement au même niveau que la photographie de

la Fashion Week de New York dans la vignette n°1, ainsi que l'image illustrant les élections présidentielles en Ouganda dans la vignette n°2. Enfin, c'est bien le chronotope de l'actualité et de l'actualisation constante qui commande à la présentation des contenus, peu importe si les contenus en question répondent à des critères professionnels qui valorisaient le genre « photographie de guerre » (et les prix qui pouvaient l'accompagner), par rapport à celui de la « photographie de mode » ou de la « photographie d'illustration ». Dans l'exemple ci-dessous, il apparaît sans ambiguïté que ces trois genres sont soumis aux mêmes directives formelles et temporelles propres à l'impératif de l'actualité.

Figure 19 : L'uniformisation



Source : Capture d'écran du 18 février 2016, Twitter @afpfr.

\*\*\*

Le processus de quotidianisation est donc à la fois une familiarisation, une uniformisation et finalement une mise en banalité des photographies de presse du point de vue de la durée. Les RSN ont ainsi un pouvoir fort de captation et de réinstitutionnalisation de la photographie de presse. Mais nous avons pu montrer que l'AFP avait, de son côté, développé des tactiques éditoriales et fait évoluer ses propres pratiques représentationnelles. Face aux stratégies imposées par les réseaux sociaux elle a réinstauré, publiquement, son mode d'être : la régularisation continue des informations qu'elle opérait déjà du temps du fameux « fil agencier ». Néanmoins, rappelons que notre analyse ne concerne que la production photographique exposée par l'AFP sur les réseaux sociaux, « vitrine » de marque en quelque sorte, de ses productions. Il serait sans doute intéressant de comparer ces dernières avec celles qui sont effectivement exposées, de manière à les resituer dans la complexité des mutations multimédias auxquelles l'Agence a dû faire face ces dernières années (Grossi, 2015). Ce que la jonction de l'exposition des photographies de presse aux réseaux sociaux réalise, par contre, c'est la publicisation et la construction d'une certaine cénorythmie, de notre appropriation quotidienne de ces dispositifs, du temps des images et du temps agencier, ensemble, en même temps.

Réception de l'article le 19 décembre 2019  
Acceptation le 12 mai 2020

**Archéo-médias :** « [...] est un média antérieur aux “médias”, un média dont la technique est de nature essentiellement spatiale, objectale et sociale ». Source : Davallon, J., « Pourquoi considérer l'exposition comme un média ? », 2003 : 28.

**Architexte :** « Concept forgé par Emmanuël Souchier et Yves Jeanneret pour désigner les “[...] outils qui permettent l'existence de l'écrit à l'écran et qui, non contents de représenter la structure du texte, en commandent l'exécution et la réalisation”. Un traitement de texte, un champ de recherche Google, un logiciel de montage vidéo, une API sont des architextes : ce sont des outils qui permettent d'écrire grâce à un ordinateur. Ces outils ont deux particularités : ce sont des “outils d'écriture écrits”, ils permettent donc l'écriture en la formatant dans le même temps ; ils sont propres à l'informatique en ceci que cette technique d'écriture est fondée sur une rupture sémiotique et sémantique. C'est cette rupture qui nécessite des outils de conversion – les architextes – entre le niveau de l'inscription (la matérialité du disque dur ou de tout support de mémoire) et celui de l'affichage (l'écran, l'interface) ». Source : Goyet, S., *De briques et de blocs. La fonction éditoriale des interfaces de programmation (API) web : entre science combinatoire et industrie du texte*, 2017 : 631.

**Banal/banalisation :** « La banalisation est l'un des effets logiques de la quotidianisation, lorsque le travail d'apprivoisement de l'incertitude a si bien réussi qu'il met fin à la dialectique vitale qui le nourrit ». Source : Bégout, B., *La découverte du quotidien*, 2010 [2005] : 226.

**Cénorythmie :** À partir de l'étymologie grecque *koinós* (la « vie en commun ») nous proposons de renommer cette sociabilité techno-sémiotique une *cénorythmie*, du fait du rythme qui prend forme et se réalise « ensemble », en synchronie, collectivement, comme la marque de ce qui totalise et mesure l'expérience médiatique des dispositifs numériques.

**Chronoscription :** « [la] logique de classification a pour principe de faire se succéder des séries de documents selon un ordre chronologique. Ce principe organisateur qui caractérise une partie des architextes des écrits d'écran (Souchier, Jeanneret, 2005) s'accompagne d'une construction causaliste entre les contenus produits et circulant sur certaines plateformes. [...] Cette construction d'une causalité entre un antécédent et ce qui lui succède se trouve radicalisée dans des formes algorithmiques utilisées par certains réseaux sociaux.

[...] La logique du fil d'actualité de Facebook fonctionne ainsi dans une économie de l'hétéroclite mais souligne les relations entre contenus par l'affichage chronologique. Les contenus compris comme prédilections sont montrés plus souvent et corrélés dans l'affichage séquentiel ». Source : Candel, E., et Chasseray-Peraldi, P., « La construction communicationnelle du temps sur les réseaux en ligne : écritures, morales et valorisations », 2016 : 4-5.

**Chronotope :** Le terme est emprunté à Mikhaïl Bakhtine, il désigne « la relation entre l'espace et le temps dans les fictions littéraires ou folkloriques », un « univers d'espace et de temps qui est développé par une forme médiatique et par les textes que celle-ci propose. La rubrique “dernière heure” des journaux imprimés témoigne d'une conception de l'actualité rythmée par la publication quotidienne ». Source : Jeanneret, Y., *Critique de la trivialité*, 2014 : 497 et 10.

**Deixis :** « Dans un récit donné, des positions temporelles (maintenant/alors) ou spatiales (ici/ailleurs) peuvent être postulées comme des deixis de référence à partir desquelles des catégories temporelles, aspectuelles et spatiales peuvent être déployées ». Source : Greimas, A.-J., et Courtés, J., *Sémiotique, dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, 1993 : 87.

**Déterritorialisation :** « Se déterritorialiser, c'est quitter une habitude, une sédentarité. Plus clairement, c'est échapper à une aliénation, à des processus de subjectivation précis ». « Les sémiotiques dépendent d'agencements, qui font que tel peuple, tel moment ou telle langue, mais aussi tel style, telle mode, telle pathologie, tel événement minuscule dans une situation restreinte peuvent assurer la prédominance de l'une ou de l'autre. Nous essayons de construire des cartes de régimes de signes : nous pouvons les retourner, retenir telles ou telles de leurs coordonnées, telles ou telles de leurs dimensions, et suivant le cas nous aurons une formation sociale, un délire pathologique, un événement historique..., etc ». Sources : Deleuze, G., Guattari, F., *L'Anti-Œdipe*, 1972 : 162 ; Deleuze, G., Guattari, F., *Mille plateaux*, 1980 : 149-150.

**Dispositif d'exposition numérique :** Dans le terme d'exposition, il y a d'abord l'« action de disposer de manière à mettre en vue ». Un dispositif d'exposition est ostensif, il a les qualités du signe indexical en ce qu'il pointe quelque chose du doigt et le propose au regard et à l'interprétation du lecteur-spectateur. Il organise l'espace, le « travaille » et soumet les objets à un encadrement temporel

spécifique. À la différence de l'exposition muséale, le dispositif numérique incite à la manipulation concrète des objets, à l'engagement d'une gestuelle de l'appropriation, qui permet de construire une confiance partagée entre l'institution qui expose et l'utilisateur qui agit sur, et à côté de l'image photographique. Les dispositifs structurent des formes dans un espace strié de signes et d'incitations au geste. Mais la condition d'existence de tels espaces institués est l'existence de formes lisses pouvant circuler dans – et entre – les dispositifs.

**Fantasmagorie :** « Ensemble des textes, images, dispositifs matériels, situations qui peuvent donner une portée et une valeur imaginaires et esthétiques à des marchandises et à des produits industriels et marchands. Les logos représentant le globe terrestre ont puissamment accompagné l'assimilation du réseau internet et des grandes marques de l'industrie informatique à la conquête d'un nouveau monde sans frontières ». Source : Jeanneret, Y., *Critique de la trivialité*, 2014 : 12.

**Homochronie :** « Un média homochrome se caractérise par le fait qu'il incorpore le temps de la réception dans l'énonciation de ses messages. Ces derniers sont conçus pour être consommés dans une durée intrinsèquement programmée ». Source : Marion, P., « Narratologie médiatique et médiagenie des récits », 1997 : 83.

**Iceité :** Néologisme pour qualifier « l'ici et maintenant » de la lecture de l'inscription (cf. *Deixis*).

**Lignes de fuite :** « La ligne de fuite est une déterritorialisation. [...] Fuir, ce n'est pas du tout renoncer aux actions, rien de plus actif qu'une fuite. C'est le contraire de l'imaginaire. C'est aussi bien faire fuir, pas forcément les autres, mais faire fuir quelque chose, faire fuir un système comme on crève un tuyau... Fuir, c'est tracer une ligne, des lignes, toute une cartographie ». Source : Deleuze, G., et Parnet, C., *Dialogues*, 1977 : 47.

**Lisibilité (cristaux de-) :** « Non seulement les images se donnent à voir comme des "cristaux de lisibilité" historique, mais encore toute lecture – même la lecture d'un texte – doit compter avec les pouvoirs de la ressemblance : "Le sens tissé par les mots ou les phrases constitue le support nécessaire pour qu'apparaisse, avec la soudaineté de l'éclair, la ressemblance" (Benjamin, W., 1933a : 362) entre les choses ». Source : Didi-Huberman, G., *Atlas ou le gai savoir inquiet*, 2011 : 15.

**Média informatisé :** « Dispositif médiatique qui permet la circulation des écrits d'écran sur les réseaux et les différents matériels informatiques.

Le terme s'oppose à celui de Technologie de l'information [...] pour mettre en évidence le fait qu'il s'agit bien de dispositifs médiatiques. La multiplication des objets concrets représentés sur l'écran (dossiers, fenêtres, Unes, titres, vignettes, pictogrammes) montre bien que l'informatique n'a pu gagner son influence sociale considérable que parce qu'elle s'est approprié une culture médiatique ». Source : Jeanneret, Y., *Critique de la trivialité*, 2014 : 13.

**Mutation :** « Les mutations provoquent donc tout à la fois la sélection d'un autre programme interprétatif et l'abandon ou l'inhibition de certains signes au profit de l'élaboration de nouveaux signes conformes à leur programme interprétatif et à la focalisation qui contrôle et limite leurs dérives ». Source : Darras, B., « Sémiotique pragmatique et photographie numérique. Le cas de la retouche photographique », 2008 : 161-162.

**Outils-marques :** « Objet commercial qui remplit une fonction et l'incarne aux yeux du public tout en propageant une marque. Ces objets jouent un rôle particulièrement décisif sur les médias informatisés où ils sont capables de représenter toute une conception de la communication (être sur Facebook, chercher sur Google, faire un PowerPoint) ». Source : Jeanneret, Y., *Critique de la trivialité*, 2014 : 13.

**Paquets signifiants :** « [...] l'ordre du discours renvoie à deux questions importantes. La première concerne ce que j'ai appelé tout à l'heure la matérialité du sens. En effet, la discursivité est un processus de spatiotemporalisation de la matière linguistique : étalement spatial et mise en séquence temporelle, inextricablement liés l'un à l'autre. [...] La deuxième question concerne le fait que, si l'on est intéressé à l'étude du sens socialement produit d'ensembles signifiants attestés, on n'a pratiquement jamais affaire à des objets signifiants homogènes : dans les discours sociaux, il y a toujours plusieurs matières et donc plusieurs niveaux de codification qui opèrent simultanément : image-texte ; image-parole-texte-son ; parole-comportement-gestualité, etc. Ce sont ces "paquets" signifiants complexes qui parcourent les réseaux sociaux du sens ». Source : Véron, E., « Sémiosis de l'idéologie et du pouvoir », 1978 : 13.

**Régime indiciaire :** Le régime indiciaire n'existe sur le plan interprétatif que si l'on pense le photographique comme un processus de reproduction de l'objet. L'approche est dite génétique, car elle considère l'importance de la formation de l'empreinte sur le plan physico-chimique, et construit son parcours herméneutique sur la présence néces-



sairement indiciaire, d'un réel existant mais déjà absent.

**Réquisition :** « Ensemble de moyens techniques idéologiques, formels qui contribuent à pousser toute une société à adopter des outils médiatiques, sans nécessairement avoir de raison ou de but particulier pour y recourir et qui tend à marginaliser ceux qui n'y ont pas recours ». Source : Jeanneret, Y., *Critique de la trivialité*, 2014 : 14.

**Sémiotique communicationnelle :** « Il convient dès lors au sein des sciences de l'information et de la communication de donner à voir et à comprendre les diverses facettes de l'analyse sémiotique appliquée à des objets communicationnels, l'étendue de son prisme par une approche décomplexée de la sémiotique pensée comme outil heuristique. [...] Les angles d'attaque sont donc nombreux, les terrains et les objets s'offrent dans leur diversité mais pas leur éparpillement. Ainsi le point focal qui nous fera souvent revenir sur l'image, terme générique qui ne résiste pas aux changements de granularité à opérer entre visuel, iconique, figuratif, plastique. Là encore, d'un support à

l'autre (affiches, interfaces numériques, médias télévisuels, etc.) – mais là n'est pas l'essentiel – il est question d'analyser à des niveaux de discrétisation de plus en plus poussés, les potentialités du sens et les modalités de sa négociation. La communication se pense dès lors moins en termes de signes, codes, messages, qu'en termes de processus, négociation, dynamique de ce que nous sommes fondés à définir comme phénomènes de sens. [...] Sans craindre l'audace théorique et, il est vrai, la rigueur ou la raideur de la formulation, ça et là, on se laissera porter par le mouvement, tant les propositions théoriques foisonnent [...]. S'il faut se rassurer encore, on verra combien cette exigence théorique se nourrit du terrain, des objets, comme arrimée à tout le théâtre figuratif de la communication : la sollicitation des sens, les textes et leurs modes d'énonciation, les objets et les dispositifs, les situations et les pratiques, jusqu'aux modes d'existence et aux formes de vie qui se manifestent ou se révèlent dans notre mise en signes et en scène du monde, au quotidien ». Source : Boutaud, J-J., et Berthelot-Guiet, K., « La vie des signes au sein de la communication : vers une sémiotique communicationnelle », 2013.

## NOTES

---

<sup>1.</sup> Un lexique est proposé en fin d'article, de manière à resituer de manière concrète les enjeux théoriques inhérents à cette analyse. Chaque concept explicité est marqué d'un astérisque.

<sup>2.</sup> À partir de l'étymologie grecque *koinós* (la « vie en commun ») nous proposons de renommer cette sociabilité technosémiotique une cénorhythmie, du fait du rythme qui prend forme et se réalise « ensemble », en synchronie, collectivement, comme la marque de ce qui totalise et mesure l'expérience médiatique des dispositifs numériques.

<sup>3.</sup> « Dans un récit donné, des positions temporelles (maintenant/alors) ou spatiales (ici/ailleurs) peuvent être postulées comme des deixis de référence à partir desquelles des catégories temporelles, aspectuelles et spatiales peuvent être déployées » (Greimas et Courtés, 1993 : 87).

<sup>4.</sup> « Selon nous, un schème organisateur se caractérise par sa manière d'organiser les signes, par la relation qu'il entretient à ce qui est représenté, au destinataire et à la surface d'inscription, le tout définissant une posture du sujet de la communication vis-à-vis du dispositif de représentation lui-même et, par-là, vis-à-vis du monde représenté [...] ».

<sup>5.</sup> Camille Laville explique en effet ce glissement lexical de « l'information » – journalistique – au « contenu » – économique – à travers la mise en place du Contrat d'Objectifs et de Moyens signé en 2008 à l'AFP et visant à la construction d'une « banque de données multimédia » : « Nous noterons l'emploi du terme "contenus". Nulle part n'apparaît le terme d'information. [...] les journalistes craignent de ne plus être que des "convoyeurs de contenus", de "produits", où la notion d'information n'a plus sa place ».

<sup>6.</sup> Les contenus visibles par l'utilisateur sont ceux auxquels il s'est « abonné » (sauf dans le cas des publicités).

<sup>7.</sup> Les RSN n'imposent pas de tailles d'images lors de la publication (il est même souvent possible de les modifier lors de leur insertion dans l'architexte). La « taille constatée » est donc la taille majoritairement observée lors du recueil des données des publications de l'AFP.

## RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES :

- Akrich, M., Callon, M., et Latour, B., 2013, *Sociologie de la traduction*, Paris : Presses des Mines.
- Albert, A., 2016, « Consommation de masse et consommation de classe à Paris des années 1880 aux années 1920 : bilan d'une recherche », *Fondation Maison des Sciences de l'Homme* [en ligne], n°107, URL : <<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01267582/document>>
- Bachimont, B., 2010, *Le sens de la technique*, Paris : Éditions Les Belles Lettres.
- Bajac, Q., 2010, *Après la photographie ?*, Paris : Découvertes Gallimard.
- Barats, C., 2016, *Manuel d'analyse du web*, Paris : Armand Colin.
- Bardin, L., 2011 [1977], *L'analyse de contenu*, Paris : Presses Universitaires de France.
- Barthes, R., 2015 [1975], *Par Roland Barthes*, Paris : Seuil.
- Barthes, R., 2015 [1978], *Leçon*, Paris : Seuil.
- Barthes, R., 1980, *La chambre claire*, Paris : Seuil.
- Bégout, B., 2010 [2005], *La découverte du quotidien*, Paris : Éditions Allia.
- Benjamin, W., 2000 [1933a], *Œuvres II*, Paris : Gallimard.
- Bertrand, D., 1984, « Sémiotique du discours et lecture des textes », *Langue française*, n°61, pp. 9-26.
- Beyaert-Geslin, 2009, A., *L'image préoccupée*, Paris : Lavoisier.
- Boutaud, J.-J., et Berthelot-Guiet, K., 2013, « La vie des signes au sein de la communication : vers une sémiotique communicationnelle », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [en ligne], 3, URL : <<http://journals.openedition.org/rfsic/415>>
- Brunet, F., 2011, *La naissance de l'idée de photographie*, Paris : PUF.
- Candel, E., et Jeanne-Perrier, J., 2014, « L'invisible d'une dextérité technique *youmag*, ou le façonnage discret d'un outil de production », *Sur le journalisme*, vol. 3, n°1, pp. 84-99.
- Candel, E., et Chasseray-Peraldi, P., 2016, « La construction communicationnelle du temps sur les réseaux en ligne : écritures, morales et valorisations », *Congrès de la SFSIC*, Metz, France.
- Carayol, V., et Bouldoires, A., (dir), 2011, *Discordance des temps. Rythmes, temporalités, urgence à l'ère de la globalisation de la communication*, Pessac : Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine.
- Cardon, D., 2008, « Réseaux sociaux de l'Internet », *Communications*, n°88, pp. 141-148.
- Darras, B., 2008, « Sémiotique pragmatique et photographie numérique. Le cas de la retouche photographique », *Recherches sémiotiques*, volume 28, numéro 1-2, pp. 163-175.
- Davallon, J., 1999, *L'exposition à l'œuvre : stratégies de communication et médiation symbolique*, Paris : L'Harmattan.
- Davallon, J., 2003, « Pourquoi considérer l'exposition comme un média ? », *Médiamorphoses*, n°9, pp. 27-30.
- Davallon, J., 2004, « La fausse évidence du lien hypertexte », *Communication & langages*, n°140, pp. 43-54.
- Degand, A., et Grévisse, B., 2012, *Journalisme en ligne. Pratiques et recherches*, Louvain-la-Neuve : De Boeck.
- Deleuze, G., Guattari, F., 1972, *L'Anti-Œdipe. Capitalisme et Schizophrénie I*, Paris : Les Éditions de Minuit.
- Deleuze, G., et Parnet, 1977, C., *Dialogues*, Paris : Flammarion.
- Deleuze, G., Guattari, F., 1980, *Mille plateaux. Capitalisme et Schizophrénie II*, Paris : Les Éditions de Minuit.
- Després-Lonnet, M., 2004, « Écrits d'écran : le fatras sémiotique », *Communication & langages*, n°142, pp. 33-42.
- Didi-Huberman, G., 2011, *Atlas ou le gai savoir inquiet. L'œil de l'histoire*, 3, Paris : Les Éditions de Minuit.
- Fabre, M., 2018, *L'image exposée. La représentation des photographies de l'Agence France-Presse sur les réseaux sociaux numériques*, Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, sous la direction de Adeline Wrona et Sémir Badir, Sorbonne Université et Université de Liège.
- Flon, E., et Jeanneret, Y., 2010, « La notion de schème organisateur, outil d'analyse sémio-pragmatique des écrits d'écran », *Revue des Interactions Humaines Médiatisées*, vol. 11, n°1, pp. 3-33.
- Galibert, O., 2014, « Approche communicationnelle et organisationnelle des enjeux du Community Management », *Communication et organisation* [en ligne], 46, URL : <<http://journals.openedition.org/communicationorganisation/4814>>
- Gervereau, L., 2001, « Le musée, source ou moteur de recherche ? », *Vingtième Siècle, Revue d'histoire*, vol. 4, n°72, pp. 125-131.
- Gomez-Mejia, G., 2011, *De l'industrie culturelle aux fabriques de soi ? Enjeux identitaires des productions culturelles sur le Web contemporain*, Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, sous la direction de Bruno Ollivier, Paris IV Sorbonne.
- Goyet, S., 2017, *De briques et de blocs. La fonction éditoriale des interfaces de programmation (API) web : entre science combinatoire et industrie du texte*, Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, sous la direction d'Emmanuel Souchier, Paris IV Sorbonne.
- Greimas, A.-J., et Courtés, J., 1993, *Sémiotique, dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris : Hachette Supérieur.
- Grossi, V., 2015, « Le photojournalisme à l'ère du numérique. Innovations technologiques et reconfiguration des marchés au service photo de l'AFP », Colloque international « Le journalisme et ses outils. Technicités de la production d'information », GIS Journalisme.
- Grossi, V., 2018, *L'image négociée. Une sociologie des professions du photojournalisme à l'ère numérique*,

Thèse de doctorat en Sociologie, sous la direction de Cyril Lemieux, EHESS.

Gunther, A., 2014, « L'image conversationnelle », *Études photographiques* [en ligne], 31, URL : <<http://etudesphotographiques.revues.org/3387>>

Jeanne-Perrier, J., 2006, « Des outils d'écriture aux pouvoirs exorbitants ? », *Réseaux*, vol. 137, n°3, pp. 97-131.

Jeanneret, Y., 2008, *Penser la trivialité. Volume 1, la vie triviale des êtres culturels*, Paris : Lavoisier.

Jeanneret, Y., 2011, « Les harmoniques du Web : espaces d'inscription et mémoire des pratiques », *MEI*, n°32, pp. 31-40.

Jeanneret, Y., 2014, *Critique de la trivialité*, Paris : Éditions Non Standard.

Jouët, J., et Rieffel, R., 2015, « La sociabilité des journalistes sur Twitter. Entre performativité, ambivalence et multidimensionnalité », *Sur le journalisme*, vol 4, n°1, pp. 18-33.

Laville, C., 2010, *Les transformations du journalisme de 1945 à 2010*, Louvain-la-Neuve : Groupe De Boeck.

Mangano, D., 2015, « LOMO sapiens », *Actes Sémiotiques* [en ligne], n° 118, URL : <<http://epublications.unilim.fr/revues/as/5384>>

Marion, P., 1997, « Narratologie médiatique et médiagenie des récits » *Recherches en communication*, pp. 61-88.

Martino, L-C., « Temps, essence des médias : l'actualité médiatique », dans Carayol, V., et Bouldoires, A., 2011, *Discordance des temps. Rythmes, temporalités, urgence à l'ère de la globalisation de la communication*, Pessac : Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine.

Masselot, C., 2012, « Le net communautaire : Quand la relation fait sens », *Semiotica*, De Gruyter, pp. 49-73.

Michon, P., « Des rythmes de l'individuation singulière et collective à l'ère du capitalisme flex-réticulaire », dans Carayol, V., et Bouldoires, A., 2011, *Discordance des temps. Rythmes, temporalités, urgence à l'ère de la globalisation de la communication*, Pessac : Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine.

Mouillaud, M., et Tétu, J-F., 1989, *Le journal quotidien*, Lyon : Presses Universitaires de Lyon.

Palmer, M., 1999, « Les journalistes agenciers et les normes langagières de l'ubiquité : les urgences des produits éphémères », *Les Cahiers du Journalisme*, n°6, pp. 102-131.

Parret, H., « La deixis de l'expérience esthétique », in Ardivino, A., Guastini, D., (dir.), 2016, *I percorsi de l'immaginazione*. Cosenza : Pellegrini.

Souchier, E., 2012, « La mémoire de l'oubli : éloge de l'aliénation. Pour une poétique de "l'infra-ordinaire" », *Communication & langages*, vol. 172, n°2, pp. 3-19.

Tétu, J-F., « Techniques et usages médiatiques », dans Carayol, V., et Bouldoires, A., 2011, *Discordance des temps. Rythmes, temporalités, urgence à l'ère de la globalisation de la communication*, Pessac : Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine.

Thérenty, M.-E., 2007, *La littérature au quotidien*, Paris : Éditions du Seuil.

Véron, E., 1978, « Sémosis de l'idéologie et du pouvoir », *Communication*, n°28, pp. 7-20.

Warburg, A., 2015, *L'Atlas Mnémosyne*, Paris : L'écarquillé.

**Vers une nouvelle forme temporelle, la « cénorythmie » ?**

L'Agence France-Presse sur les réseaux

**“Cenorythmy”: A New Model of Time?**

Agence France-Presse on Social Networks

**Rumo a uma nova forma temporal, a «cenoritmia»?**

Agence France-Presse nas redes

**Fr.** À partir d'une étude sémiotique et communicationnelle de l'exposition de l'Agence France-Presse sur les réseaux socionumériques, cet article interroge la manière dont la photographie agencière a été en partie bouleversée et transformée par ces moyens de communication. Face à un nouveau rythme de publication de l'actualité, que l'auteur propose d'appeler la cénorythmie, il s'agit de montrer comment l'Agence s'est à la fois adaptée et a en même temps métamorphosé ses moyens et codes de diffusion, jusqu'à la construction énonciative d'un « Nous ensemble et maintenant » de ses réseaux. L'AFP a donc du même coup fait évoluer ses pratiques représentationnelles tout en préservant ses stratégies éditoriales. Pour autant, l'objectif n'est pas d'étudier les transformations inhérentes aux pratiques professionnelles des photojournalistes de l'AFP, la négociation de l'image au sein des desks, par exemple. Mais plus simplement d'analyser, à partir d'un corpus resserré sur les réseaux sociaux (qui ne représentent qu'une petite partie des productions de l'Agence) les ressorts de l'exposition numérique. L'article propose d'étudier cette forme temporelle baptisée la cénorythmie en trois étapes : l'étape de la deixis photojournalistique mise à l'épreuve des RSN ; une deuxième étape pour la construction d'une coprésence énonciative structurant un média homochrone ; enfin, un troisième temps pour une étude sur l'expérience quotidienne, du banal\* du point de vue de la durée. Ces trois hypothèses suivent une observation participante des RSN sur le mois de février 2016, complétée par une capture quotidienne des données, c'est-à-dire des publications photographiques opérées par l'Agence France-Presse sur quatre réseaux, quatre « fils » : Facebook, Twitter, Instagram et Tumblr. L'auteur montre enfin que face aux stratégies imposées par les réseaux socionumériques, l'AFP a réinstauré, publiquement, son mode d'être : la régularisation continue des informations qu'elle opérerait déjà du temps du fameux « fil agencier ».

**Mots clés :** sémiotique, communication, photographie de presse, AFP, photojournalisme, réseaux socio-numériques

**En.** Based on a semiotic and communicational study of the Agence France-Presse (AFP) exhibition on social networks, this paper examines the ways in which wire service photography has been disrupted and transformed by these means of communication. Faced with a new rhythm of news publication, which the author proposes to call “cenorythmy,” the aim is to show how the AFP has both adapted and metamorphosed its means and codes of publication, to the point of constructing an indicative “We, together and now” tone to its networks. The AFP has thus evolved its representational practices while preserving its editorial strategies. However, the aim is not to study the transformations inherent in the professional practices of AFP photojournalists, such as the bargaining power with news desks, for example. Rather, it is more simply to analyze, on the basis of a corpus gathered from social networks (which represent only a small part of the agency's output), the driving forces behind online exposure. The paper proposes to study this temporal form designated “cenorythmy” in three stages: the stage of the photojournalistic deixis put to the test by social networks; a second stage for the construction of an indicative copresence structuring a homochronous media; and finally, a third stage for a

study of daily experience, from the banal\* point of view of duration. These three hypotheses follow a participant observation of the social networks in February 2016, completed by a daily capture of data, i.e. photographic publications by the AFP on four social networks (four “feeds”): Facebook, Twitter, Instagram and Tumblr. Finally, the author shows that in the face of the strategies imposed by social networks, the AFP has publicly re-established its core way of being: the continuous regularization of news, which it has deployed since the golden era of wire services.

**Keywords:** semiotics, communication, press photography, AFP, photojournalism, social networks

**Po.** Com base em um estudo semiótico e comunicacional da exposição da Agence France-Presse nas redes sociais digitais, esse artigo examina a forma como a fotografia de agência foi parcialmente abalada e transformada por esses meios de comunicação. Diante de um novo ritmo de publicação de notícias, que o autor propõe chamar de cenoritmia, o objetivo é mostrar como a Agência adaptou-se e metamorfoseou seus meios e códigos de difusão, até a construção enunciativa de um «Nós juntos e agora» de suas redes. Ao mesmo tempo, a AFP transformou suas práticas de representação, ainda que preservando suas estratégias editoriais. O objetivo, porém, não é estudar as transformações inerentes às práticas profissionais dos fotojornalistas da AFP, a exemplo da negociação das imagens dentro da agência. Trata-se mais simplesmente de analisar, com base em um corpus de informações coletadas em redes sociais (que representam apenas uma pequena parte da produção da agência), os recursos da exposição digital. O artigo propõe estudar essa forma temporal chamada cenoritmia em três etapas: a etapa da deixis fotojornalística posta à prova pelas Redes Sociais Digitais (RSD); uma segunda etapa focada na construção de uma copresença enunciativa que estrutura uma mídia homócrona; finalmente, uma terceira etapa voltada para um estudo da experiência cotidiana, do banal\* do ponto de vista da duração. Essas três hipóteses foram levantadas a partir da observação participante das RSD, ao longo do mês de fevereiro de 2016, completada por uma captura diária dos dados, ou seja, de publicações fotográficas da Agence France-Presse em quatro redes e quatro «feeds»: Facebook, Twitter, Instagram e Tumblr. Finalmente, o autor mostra que, diante das estratégias impostas pelas redes sociais digitais, a AFP restabeleceu publicamente seu modo de ser: a regularização contínua das informações que já operava na época do feed de notícias da própria agência.

**Palavras-chave:** semiótica, comunicação, fotografia de imprensa, AFP, fotojornalismo, redes sociodigitais.

