



HAL
open science

Commémorer Mai 68. L'autorité de l'archive photographique dans l'économie médiatique

Audrey Leblanc

► **To cite this version:**

Audrey Leblanc. Commémorer Mai 68. L'autorité de l'archive photographique dans l'économie médiatique. Daniel Dubuisson; Sophie Raulx. A perte de vue. Les nouveaux paradigme du visuel, , 2015. hal-01382996

HAL Id: hal-01382996

<https://hal.science/hal-01382996>

Submitted on 1 Nov 2016

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Commémorer Mai 68. L'autorité de l'archive photographique dans l'économie médiatique¹

AUDREY LEBLANC

En 2008, Boris Gobille souhaite libérer Mai 68 d'une série d'interprétations qui font écran à la compréhension historique de l'événement, encore trop soumis aux « impasses de sa circulation mémorielle ultérieure ». En effet, celui-ci fait immédiatement l'objet d'interprétations et sa célébration, lors de ses anniversaires décennaux successifs, donne lieu à autant de stratifications narratives supplémentaires. De plus, cette « emprise mémorielle, qui fait écran, s'est trouvée d'une certaine façon redoublée dans son principe par l'optique que retient à son tour l'entreprise des *Lieux de mémoire*² » de Pierre Nora, pour qui « l'événement n'a de sens que commémoratif³ ».

En 2008 encore, l'historienne spécialiste de Mai 68 Michelle Zancarini-Fournel publie une synthèse en forme de mise à plat raisonnée de toutes ces interprétations⁴ et propose un panorama des ressources disponibles pour en poursuivre et en approfondir les analyses d'ambition historique. Son ouvrage ratifie l'impossibilité de nier ces strates interprétatives – commémoratives, répétitives et stéréotypées, elles font partie de l'historiographie de Mai 68 –, mais aussi la nécessité de s'en extraire pour avancer dans l'écriture de l'histoire des événements.

De telles réflexions prennent place dans le débat épistémologique des rapports de l'Histoire à la mémoire, qui marque la fin du XX^e siècle en France. L'impact de l'univers médiatique (télévision et radio au premier chef), désigné comme acteur important du débat, est essentiellement discuté pour les poncifs narratifs qu'il véhicule. La presse magazine fait l'objet d'interrogations similaires, bien que dans une moindre mesure.

De manière paradoxale, la photographie de presse apparaît ici comme une icône autonome, considérée en dehors de tout contexte de publication. Celle-ci est pourtant un outil de l'écologie médiatique, qui demande à être observée et pensée en fonction de son exploitation dans ce cadre. Loin de la mythologie de la neutralité documentaire, elle apparaît comme soumise à des usages narratifs immédiats, mais aussi à une gestion *a posteriori* qui privilégie sa réutilisation. La rétrospective

1. L'auteur souhaite remercier André Gunthert et Alexie Geers pour leurs précieuses relectures.
2. Boris Gobille, « "L'événement Mai 68" Pour une sociohistoire du temps court », in *Annales. Histoire, Sciences sociales*, 2008/2 63^e année, p. 321-349. <http://www.cairn.info/revue-annales-2008-2-page-321.htm>. p. 321-322.
3. Pierre Nora, « L'ère de la commémoration », in Pierre Nora (dir.), *Les Lieux de mémoire* [1984], Les France, Paris, Gallimard, 1997, t. III, p. 4688-4690.

n'est pas seulement un rite calendaire, mais une opportunité économique solidement ancrée dans l'univers des industries culturelles. Appliquée aux événements historiques, celle-ci tend à se confondre avec le principe de la commémoration dans laquelle la photographie hérite, un peu vite, du statut d'archive.

« L'historien [oublierait encore] trop souvent à quel point la survie de la plupart des objets ou représentations résulte d'un processus capricieux et susceptible d'égarer le jugement [et qu'] on ne sait vraiment voir qu'en passant par des phases d'apprentissages complexes [...] Les difficultés (comme aussi les plaisirs) que comporte cet apprentissage ont certainement été obscurcies par la considération inconditionnelle que la photographie, le cinéma et la télévision ont assurée aux témoignages visuels dans les archives du monde contemporain⁵. »

Vingt ans après ce constat de Francis Haskell, les images d'enregistrement sont certes reconnues comme des modes de représentation, mais continuent à faire l'objet d'approches stéréotypées, ainsi qu'en témoignent certaines expressions⁶ ou réflexes éditoriaux⁷. La photographie pâtit d'une connaissance perfectible de son histoire, à plus forte raison dans le contexte médiatique, pratique industrielle dont les archives restent privées. La prégnance d'une doxa portée par les milieux professionnels et du présupposé de l'objectivité est encore déterminante pour l'approche de ses rapports à l'histoire.

De leur côté, les historiens des médias ont surtout observé Mai 68 du point de vue de l'évolution des médias et de l'émergence de nouveaux modèles dont les événements seraient à l'origine. Les récits médiatiques produits et leur signification dominent aussi ces recherches. La photographie est abordée soit selon la conception culturelle convenue d'une image dite « documentaire » soit comme une icône. L'interprétation s'attache à l'image seule, supposée proposer par elle-même un récit des événements⁸.

L'analyse de la médiatisation en 1968 des événements français des mois de mai et juin 1968, par *Paris Match* et *Life* – deux des plus importants magazines

4. Michelle Zancarini-Fournel, *Le Moment 68. Une histoire contestée*, Paris, Seuil, coll. L'univers historique, 2008.

5. Francis Haskell, *L'Historien et les images* [1993], Paris, Gallimard, coll. Bibliothèque illustrée des histoires, 1995, p. 15.

6. « l'expression ["Mai 68"] s'est fixée – au sens photographique du terme – dans la mémoire commune », Michelle Zancarini-Fournel, *op. cit.*, p. 10.

7. Dans l'ouvrage de Michelle Zancarini-Fournel, Christian Delacroix, 1945-2005, *La France du temps présent* (ouvrage dirigé par Henry Rousso, Paris, Belin, 2010), les « références iconographiques » suivent la bibliographie alors que les crédits photographiques font l'objet d'une liste à part, reléguée en toute fin d'ouvrage.

8. La photographie de Daniel Cohn-Bendit face à un CRS est une « image de Mai 68 – amusante, surprenante, cocasse... – [qui] traverse d'autant mieux le temps qu'elle est consensuelle. C'est un Mai 68 pacifié », Christian Delporte, « De l'image à l'icône », in Christian Delporte, Denis Maréchal, Caroline Moine, *et al.*, *Images et sons de Mai 68. 1968-2008*, Paris, Nouveau

de l'époque –, montre comment des pratiques professionnelles construisent un usage plus complexe des images dans la presse d'information. Une telle étude de cas révèle le pragmatisme à l'œuvre dans ces entreprises, en particulier dans leur gestion des photographies. Biens commerciaux, celles-ci s'échangent, se négocient, se vendent et circulent entre rédactions. Or, ces réutilisations d'images conduisent à des mécanismes de répétition qui ne sont pas sans conséquence sur le récit construit des événements représentés⁹.

Les événements du printemps 1968 font la une de *Paris Match* dans le numéro du 18 mai 1968. Puis le magazine français le plus important de l'époque¹⁰ suspend sa parution pendant un mois. La situation imposée par le mouvement social a deux conséquences majeures : une interruption de publication qui, lors de la reprise, pousse la rédaction à donner à sa présentation la forme du bilan, et une impression en grande partie monochrome, en raison des grèves affectant les imprimeries. Le récit reprend là où il avait été interrompu un mois plus tôt. Le numéro du 15 juin déroule comme une suite logique un récit rétrospectif porté par les images, qui sera répété dans les deux numéros suivants¹¹.

Aujourd'hui célèbre, la photographie de Henri Bureau du général de Gaulle dans tous les attributs du pouvoir – le 29 mai à l'héliport d'Issy-Les-Moulineaux, à son retour de Baden-Baden après avoir « disparu » vingt-quatre heures – n'a ainsi pas valeur documentaire : elle n'atteste pas le retour physique du général sur le territoire français. Dans le dispositif narratif de *Match*, elle permet surtout d'affirmer le retour du général dans le champ politique : elle est utilisée comme une confirmation visuelle du récit proposé par la rédaction, caractéristique de l'*usage illustratif* défini par André Gunthert¹². Construction médiatique globale, la structure narrative visuelle proposée le 15 juin par *Match* est une prise de position idéologique du magazine, alors que des élections restent à venir. De son côté, *Life* publie des reportages de quelques pages dans ses numéros des 24 et 31 mai 1968 qui prennent acte d'une France en crise à l'issue incertaine. Puis, la rédaction du magazine donne la primeur à l'assassinat de Robert Kennedy, information nationale qui évince de ses pages les événements français.

À la faveur de numéros spéciaux de fin d'année, bilan en images de 1968, les deux organes reviennent sur le Mai 68 français¹³. Tout en recyclant une partie

Monde Éditions, 2011. p. 335-353. Voir aussi André Gattolin, Thierry Lefebvre (dir.), « Les empreintes de Mai 68 », in *Médiamorphoses* hors-série, Paris, Armand Colin/INA, 2008.

9. Pour une iconographie complète et l'ensemble de cette démonstration, Audrey Leblanc, « Les images font l'histoire », in *Le Clin de l'œil*, 31-10-2010. <http://culturevisuelle.org/clindeloil/2010/10/31/les-images-font-lhistoire%E2%80%9393-verbatim/>.

10. Aussi bien en termes de lectorat, trois fois supérieur à celui de ses concurrents directs que sont *L'Express* et *Le Nouvel Observateur*, qu'en termes de reconnaissance et place dans le milieu professionnel du photojournalisme.

11. *Paris Match*, n° 999 et n° 1000, 23 et 29 juin.

12. André Gunthert, « L'illustration ou comment faire de la photographie un signe », in *L'Atelier des icônes*, 12 octobre 2010, <http://culturevisuelle.org/icones/1147>.

13. « The Memorable Pictures of an Incredible Year », in *Life Atlantic*, special double issue, 23 décembre 1968 ; « Le film de 1968 », in *Paris Match*, n° 1026, 4 janvier 1969 ; « The Incredible Year 68 », in *Life*, 10 janvier 1969.

du matériel du mois de mai, la rédaction de *Life* reprend de nombreuses photographies, des mises en pages, et jusqu'à la succession de pages du *Paris Match* du 15 juin, reproduisant ce premier récit rétrospectif des événements. *Life* médiatise non pas Mai 68, mais la médiatisation qu'en a construit *Paris Match*. Cette première élaboration s'impose comme la forme médiatique des événements, reprise sous des formes de plus en plus synthétiques dans les autres rétrospectives de fin d'année. Le « bégaiement iconographique¹⁴ » est une répétition des structures visuelles¹⁵ qui représentent une prise de position politique dissimulée sous la revendication de l'objectivité journalistique¹⁶.

Si ces emprunts dépassent la seule échelle de l'image, ils s'appuient sur la circulation d'un matériel iconographique présenté comme documentaire, mais dont l'usage illustratif permet de raconter plusieurs histoires. Dans le contexte médiatique, il est nécessaire de rappeler la matérialité de l'image photographique et de la penser comme objet¹⁷, sans la réduire à la représentation d'un référent avec lequel elle entretiendrait des relations plus ou moins étroites¹⁸. La photographie implique un coût pour sa production, de l'espace pour sa conservation, une indexation pour sa gestion.

La rédaction de *Paris Match* a sa propre équipe de photographes et achète par ailleurs des images aux principales agences. Dès 1949, elle organise ses ressources iconographiques en photothèque afin de commercialiser, à la façon d'une agence de photographies, l'ensemble de ses images consignées par un système de fiches bristol manuelles rangées dans des cardans¹⁹. L'enregistrement des reportages par numéros et l'indexation des photographies sont autant de modalités pratiques qui permettent de retrouver rapidement une image en vue de son utilisation ou de sa vente²⁰. Ce système perdure jusqu'en 1984, début de la mise en place d'une base de données numérique²¹. La logique du classement

14. Vincent Lemire, Yann Potin, « Un regard différé sur Mai 68. Le legs photographique des correspondants du journal *L'Humanité* », intervention au colloque « Mai 68, le temps de l'histoire » organisé par Antoine de Baecque et Emmanuelle Loyer, BPI, Paris, 16 février 2008.

15. Ce récit correspond aux poncifs dénoncés par les spécialistes de Mai 68 : Philippe Artières, Michelle Zancarini-Fournel, *op. cit.*, p. 207. Boris Gobille, *op. cit.*, p. 321.

16. *Paris Match* titre « Mai 68 : L'album historique » pour son numéro spécial 2036 en 1988.

17. Exposition « L'objet photographique, une invention permanente », du 20 avril au 19 juin 2011 à la Maison européenne de la photographie. Anne Cartier-Bresson, Françoise Ploye (dir.), *L'Objet photographique, une invention permanente*, Arles, Photo poche / Actes Sud, 2012.

18. Ilsen About, Clément Chéroux, « L'Histoire par la photographie », in *Études photographiques*, n° 10, novembre 2001, p. 8-33. <http://etudesphotographiques.revues.org/index261.html>.

19. Visite et entretien avec Yvo Chorne, responsable de la photothèque de *Paris Match*, Lagardère Active – Hachette Filipacchi Presse, 10 juin 2010.

20. Les archives des agences de photographies des années 1970 témoignent de ces fonctionnements commerciaux classiques. Voir aussi l'entretien d'Hubert Henrotte (fondateur de l'agence Sygma) avec Michel Puech, *La Lettre de la photographie*, 2 septembre 2011. [lang=fr&utm_source=La+Lettre+de+la+Pho](http://www.lettredephotographie.com/la-lettre-de-la-photographie-2-septembre-2011).

21. L'édition (choix de photographies) des photographies produites par *Paris Match* se fait aussi pour Scoop, nom du service de diffusion des photographies en syndication, qui permet leur revente à la presse étrangère.

répond à la publication : parcourir la photothèque de *Paris Match*, c'est feuilleter le magazine²². Toute publication médiatique ne peut s'offrir le luxe de disposer de sa propre photothèque²³. Lorsque tel est le cas, c'est un outil de travail soumis aux exigences d'une entreprise : l'investissement économique, technologique²⁴ et humain qu'il suppose n'a de sens que dans la rentabilité qu'on lui trouve.

Un tel outil traduit l'anticipation de l'exploitation du potentiel commercial des images²⁵ : réutilisations, ventes d'une image d'actualité à d'autres rédactions et ventes, *a posteriori*, pour d'autres usages illustratifs et des rétrospectives. Les partenariats entre agences étrangères et correspondants ratifient ces fonctionnements à grande échelle²⁶. [fig. 1 et 2]

Une publication telle que *Paris Match* multiplie en effet les sujets qui favorisent la réutilisation de ses propres images : numéros de fin d'année, dossiers spéciaux (thématiques, consacrés à une personnalité), nécrologies, reportages déclinés en plusieurs chapitres à la manière d'un feuilleton sur plusieurs numéros consécutifs, anniversaire du magazine lui-même, etc. Couplés à la réactivation d'un élément passé, son souvenir et sa célébration, ceux-ci sont autant d'opportunités qui permettent de mobiliser une iconographie déjà produite en élaborant des rétrospectives. En agence, la gestion des fonds²⁷ anticipe aussi ces demandes par la proposition de sélections d'images, en particulier lorsqu'une date anniversaire approche [fig. 3].

Ces produits d'édition s'adaptent à un double calendrier : celui des événements (ou des personnalités) à célébrer et celui des rédactions pour lesquelles ces sujets présentent l'avantage et le confort de pouvoir être programmés d'avance. Le service éditorial de l'agence de documentation photographique Roger-Viollet conçoit ainsi des éphémérides, en fonction des images présentes dans son fonds, de l'importance de l'événement ou de la personnalité à célébrer et de l'actualité avec laquelle il est susceptible de faire écho [fig. 4]. Déposés chaque trimestre dans les rédactions à titre promotionnel, avec un trimestre

22. Le classement reprend les rubriques du magazine. En 2010, l'équipe est constituée de neuf personnes.

23. Il n'en existe pas au *Nouvel Observateur* pour cette raison. Entretien téléphonique avec Pierre Langlade, alors responsable du service photo, le 1^{er} juillet 2010.

24. Un tel outil suppose des mises à jour d'ordre technique pour rester compétitif. Depuis 1984, trois systèmes de référencement se sont succédés à *Paris Match*. De 1985 à 2002, une première base de données (Synbad) a été mise en place avec une description textuelle rudimentaire des reportages. En 2002, une base numérique des photographies elles-mêmes a été mise en place en parallèle. La migration des descriptions textuelles des reportages de la base Synbad dans cette seconde base a été uniquement envisagée pour les trois photothèques les plus importantes – c'est-à-dire les plus rentabilisées – du groupe Lagardère-Active/Hachette Filipacchi Presse : celles de *Paris Match*, *Télé7jours* et le fonds cinéma.

25. Voir Estelle Blaschke, « Du fonds photographique à la banque d'images », in *Études photographiques*, n° 24, novembre 2009. <http://etudesphotographiques.revues.org/index2828.html>.

26. *Life* crédite de nombreuses photographies *Paris Match*. Les rédactions des deux magazines travaillent ensemble.

27. Une photothèque se gère comme une agence, avec son réseau de correspondants à l'étranger et de partenaires professionnels.



1. Cahier d'expédition de l'agence Gamma avec leurs correspondants à l'étranger. Couverture du cahier n° 2 (période du 24 juin 1968 au 1^{er} septembre 1969).

	ALGERIE	ARGENTINE	AUTRICHE	BELGIQUE	BRESIL	CANADA	CHILI	CHINA	COLOMBIE	COTE D'IVOIRE	CUBA	EGYPTE	ESPAGNE	FRANCE	GERMANY	GRÈCE	HONGRIE	INDONÉSIE	JAPON	MEXIQUE	NORVÈGE	PAYS-BAS	PEROU	PORTUGAL	RUSSIE	SUÈDE	SUISSE	TURQUIE	USA	WEST GERMANY
ALGERIE	15 054 AGS	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
ARGENTINE	5 205 X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
AUTRICHE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
BELGIQUE	31 05 X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
BRESIL	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
CANADA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
CHILI	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
CHINA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
COLOMBIE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
COTE D'IVOIRE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
CUBA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
EGYPTE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
ESPAGNE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
FRANCE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
GERMANY	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
GRÈCE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
HONGRIE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
INDONÉSIE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
JAPON	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
MEXIQUE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
NORVÈGE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
PAYS-BAS	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
PEROU	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
PORTUGAL	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
RUSSIE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
SUÈDE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
SUISSE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
TURQUIE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
USA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
WEST GERMANY	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

2. Cahier d'expédition de l'agence Gamma avec leurs correspondants à l'étranger. Page intérieure du cahier n° 2 (période du 24 juin 1968 au 1^{er} septembre 1969). © Audrey Leblanc.



3. Exemple d'editing de rétrospective « Premiers pas sur la Lune », 1999. Corbis/Sygma. © Audrey Leblanc.

Agence de photographie
www.roger-viollet.fr

IV^{ème} Trimestre

Éphémérides 2012

Octobre

La guerre éclate dans les Balkans. James Bond est en train de traverser le "007" est créé, "Le Jour le plus long" est sorti, Jean Aronville, la "Cité radieuse", Vatican II, Pierre Alexandre Franck, Auguste Lumière, André Malraux, Léon Bismont, Lindbergh, Raymond Sanjuán...

Novembre

Jorge Drexler, la loi Evin, le président Miloban, Toureikiannou, Jacques Tati, Claude Pompidou, Georges Méliès, Paul Ekardt, Otto de Haldoung, Jean-Gabriel Domenege, le sabotage de la dette française à Toulon, le passage de la Bérézina, René Coty, Nikita Khrouchtchev, Béjart, Kessel, Malraux, Chirac, Villardine Ite...

Décembre

Les Malabars à bon marché, James Baldwin, Rodolphe, le lycée de Henri, le cinéma "Dix", Feytaud, Aragon, Benoit Blot, Michel Perreux, les accords de Mykonos, Apollo 17, Charles Lavignot, Marguerite Yourcenar, Eliouet, Delella, "Le Roi se meurt", 1976...

4. Éphéméride de l'agence de documentation Roger-Viollet, IV^{ème} semestre 2012 (p. 1). © Roger-Viollet.

d'avance environ, ils s'adressent à « l'édition, la presse et la télévision (les documentaires TV) [...] destinataires et clients privilégiés de l'agence²⁸ ». Les dates anniversaires s'affirment comme un principe d'édition essentiel pour la promotion, la rentabilisation et la valorisation – y compris culturelle – des fonds iconographiques²⁹.

Ainsi, l'histoire et les événements historiques se plient à ces fonctionnements de gestion des images, formes rentables au point de déclencher certains investissements : à la photothèque de *Paris Match*, les 40 ans de Mai 68 ont été l'occasion d'une numérisation et d'un nouvel editing³⁰, opérations coûteuses³¹ effectuées dans un objectif de rentabilité. Culturellement valorisée, la notion d'« archive » justifie la remobilisation multiple des mêmes images et le principe de la rétrospective médiatique semble se porter à la rencontre de la commémoration historique. Mais dans le contexte industriel, la compréhension de l'image médiatique comme archive relève du malentendu³². Si elle suggère la conservation d'une collection, cette désignation omet le fait que ce corpus est un objet élaboré en fonction des contraintes industrielles, dans une optique de réutilisations multiples. Répétées sur d'autres supports soumis aux mêmes circuits – les livres d'histoire, les manuels scolaires³³, les journaux télévisés de 20 heures, etc. –, ces images finissent de s'imposer, consacrées comme autant d'évidences par ces autres formes d'autorité culturelle.

Dans un contexte médiatique d'urgence quotidienne, un matériel disponible à tout moment permet au système de s'autoalimenter. En amont, les agences diversifient leurs destinataires et leurs produits³⁴ selon un agenda culturel

28. Série d'informations recueillies en entretien avec Dominique Lecourt, responsable éditorial de l'agence de documentation photographique Roger-Viollet, le 19 septembre 2012.
29. D. Lecourt : « Pour l'agence, les éphémérides sont comme une production : on se raccroche le plus possible aux dates anniversaires pour la valorisation de fonds. »
30. Refaire un editing sur l'ensemble du corpus d'images présentes dans le fonds pour un sujet donné a un coût de revient certain. Si l'opération n'est pas rentable, elle est stoppée. Citons pour exemple la gestion du fonds Sygma par Corbis, qui a fini en dépôt de bilan en 2010.
31. Entretien avec Y. Chorne et intervention de François Chahuneau, directeur des Technologies de la société Diadeis, colloque « Nouvelles perspectives pour les photographes professionnels », au Sénat, 29 et 30 mars 2010.
32. « L'opposition des contraintes industrielles et de l'utopie mémorielle existe au sein même de l'archive photographique. Si nous appelons couramment "archives" les fonds des entreprises de presse, il importe de percevoir que c'est une autre logique que celle d'un archivage à des fins de préservation culturelle qui définit leur existence », André Gunthert, « De quoi l'archive photographique est-elle la mémoire ? », in *L'Atelier des icônes*, 24 juin 2012. domaines, méthodes », in C. Delacroix, F. Dosse, P. Garcia *et al.*, *Historiographies, I. Concepts et débats*, Paris, Gallimard, Folio Histoire inédit, n 179, 2010. p. 68-78.
33. « D'une façon générale, la plupart des manuels [scolaires étudiés], à une exception près, traitent de la séquence [Mai 68] dans un dossier spécifique qui privilégie les documents iconographiques, confirmant le rôle d'icônes référentielles de certaines images », Michelle Zancarini-Fournel, *Le Moment 68. Une histoire contestée*, *op. cit.*, p. 92. D. Lecourt : « Dès qu'il y a une refonte des manuels scolaires, ils utilisent beaucoup nos images. C'est de l'édition et c'est important économiquement. Les iconographes des éditeurs font les choix. »
34. Dès l'origine, les agences de documentations photographiques produisent des propositions éditoriales pour rentabiliser leurs fonds d'images. Marie-Ève Bouillon, « Tourisme et industrie

rentable et pratique. En aval, ces occasions se convertissent en conventions partagées, opportunes pour tous les participants médiatiques, la production des uns servant d'actualité et d'événementialité aux autres³⁵. Supports passifs de promotion culturelle, les médias objectivent et produisent eux-mêmes des occasions qui deviennent avec le temps des conventions culturelles pour tous. Les « commémorations médiatiques » sont de celles-ci. L'analyse de la gestion des images indique que ces « commémorations », souvent décrites comme une complaisance narrative, sont aussi régies par des fonctionnements médiatiques structurels que leur opacité ne permet pas d'identifier comme un besoin industriel. Le principe de la « commémoration médiatique » s'impose comme un mécanisme caractéristique des industries culturelles et invite dès lors à reposer la question de l'impact des médias dans l'accélération des processus commémoratifs dans l'écriture de l'Histoire.

L'analyse des usages de la photographie dans la presse magazine – en déplaçant notre culture des images photographiques et en nous appuyant, ici, sur l'exemple de Mai 68 – permet de comprendre la commémoration médiatique comme un produit des industries culturelles. Des dispositifs entiers sont recyclés, portés par des images qui prennent sens en leur sein et sortent renforcées, par chacune de leur répétition, de l'autorité de l'archive³⁶. De tels mécanismes, repris et validés par de multiples porte-voix, élaborent une mémoire – voire un imaginaire – médiatique³⁷ des événements historiques. Le développement d'une culture complexe et multiple des images s'affirme comme programme fécond pour la compréhension de mécanismes culturels aux échos puissants. Ce n'est, en effet, pas le moindre des paradoxes que de constater que ces pratiques éditoriales et industrielles souffrent d'un déficit d'archivages³⁸ et d'histoire, alors même qu'elles sont parties prenantes de l'inflation mémorielle régulièrement

photographique au Mont Saint-Michel », in *Études photographiques*, n°30, décembre 2012, à paraître. Voir, <http://culturevisuelle.org/photogenic/>.

35. Voir les observations d'Antoine Henniquant, « L'absence de commémoration médiatique ? Autour du 10^e anniversaire de Mai 68 », in Christian Delporte, Denis Maréchal, Caroline Moine, et al., *Images et sons de Mai 68 (1968-2008)*, op. cit., p. 323-331.
36. Au printemps 2008, le numéro hors série « 1968-Révolutions » du *Monde 2* emprunte plusieurs mises en pages, sans les sourcer, à des numéros de *Life* de 1968. Par ailleurs, des pages entières sont republiées au titre d'archive, en général sous la forme du fac-similé (*Le Nouvel Observateur* en 1998 ; *Le Magazine littéraire* en 2008). Notons aussi la parution ce mois de novembre 2012 du livre *Paris Match : 1 000 couvertures de 1949 à nos jours*, Paris, Glénat, 2012.
37. André Gunther, « Marianne à cache-cache, ou les pièges de la mémoire collective », in *L'Atelier des icônes*, 2 novembre 2010 : <http://culturevisuelle.org/icones/1210>.
38. La photothèque de *Paris Match*, l'un des magazines illustrés d'informations les plus importants en France pour la deuxième moitié du XX^e siècle, est typique des conditions d'accès et de conservation des fonds photographiques liés à la presse. Propriété industrielle, ces fonds privés sont un outil de travail et ne bénéficient pas d'une réflexion particulière quant à leur conservation et leur valeur patrimoniale.

dénoncée. S'il est d'usage de percevoir l'univers du récit historique et l'univers médiatique comme hermétiques l'un à l'autre, voire concurrentiels, la « commémoration » médiatique, principe de gestion et de valorisation des images, pose la question de l'impact des médias – en tant qu'industries culturelles – dans l'élaboration de notre histoire événementielle.

Audrey Leblanc, doctorante, EHESS/Lhivic, Paris 3 Sorbonne nouvelle.