



## AFP, profession photographe

**Un documentaire**

en deux volets de

Daniel Lainé,

Myriam Aklil et

Céline Hue (2007),

**produit par**

Actual Prod.

**2 x 52 min**

Derrière les 1000 clichés que l'Agence France-Presse diffuse quotidiennement se cachent 270 reporters-photographes dont le travail est d'informer, d'illustrer ou de dénoncer. Un film en deux volets suit cinq d'entre eux lors de la couverture de sujets qui ont fait l'actualité l'an dernier. À chaque fois, les photographes analysent leurs images et l'utilisation qui en est faite.

# Faire la bonne photo

Éducation aux médias, collège et lycée

L'Agence France-Presse, deuxième fournisseur de photos dans le monde, maintient le prestige du photojournalisme à la française. Avec ses 270 reporters-photographes dans le monde, elle couvre tous les événements nationaux et internationaux. Le film suit pendant plusieurs mois quelques-uns de ces photographes qui accomplissent leur travail. Dans le premier volet, nous accompagnons en France Éric Feferberg, qui a été chargé de suivre Ségolène Royal pendant la campagne présidentielle, Thomas Coex, qui s'était lui attaché aux pas de Nicolas Sarkozy, et Anne-Christine Poujoulat, pigiste du bureau de Marseille, lors du festival de Cannes ou d'un match au Stade Vélodrome. Dans le second volet, Thomas Coex se rend au Tchad pour couvrir l'affaire de l'Arche de Zoé, tandis qu'à Pékin, à quelques mois des Jeux olympiques, Peter Parks passe des quartiers historiques en démolition aux défilés de mannequins. À Gaza, Jaafar Ashtiyeh, correspondant de l'Agence, tente de couvrir les événements malgré l'hostilité des Israéliens et les luttes intestines palestiniennes.

Rédaction Loïc Joffredo, CNDP  
Crédit photo France 5  
Édition Émilie Nicot et Anne Peeters  
Maquette Annik Guéry

Ce dossier est en ligne sur le site de Télédoc.

[www.cndp.fr/tice/teledoc/](http://www.cndp.fr/tice/teledoc/)

## Être photographe de presse

> **Reconstituer les conditions dans lesquelles les photographes de presse exercent leur métier.**

• *Les difficultés.* On dégagera toutes les contraintes auxquelles se heurtent les photographes de l'AFP: rivalité avec les autres photographes, avec les équipes de télévision, soumission aux hiérarchies décidées par les organisateurs et services de communication, multiples autorisations administratives (à Pékin, II, 2<sup>e</sup> min), etc. Puis les dangers rencontrés souvent: menaces de soldats (II, 13<sup>e</sup> min), arrestations, etc.

• *Le circuit de publication.* On reconstituera sous la forme d'un schéma le circuit par lequel passe l'information d'une photographie:

– La commande d'un reportage: l'agence répond à la commande d'un client abonné ou à celle du marché et demande une série de photos à un reporter.

– Les prises de vue: de quel matériel sont équipés les reporters du film? Quel avantage procure depuis plusieurs années le passage à la photographie numérique pour les clichés d'actualités? Quelles qualités sont exigées des reporters?

– L'édition: de quoi s'agit-il? avec quel matériel? Comment les photos sont-elles expédiées à l'agence? Le légendage des photos est une phase essentielle: comment Thomas Coex la conçoit-il? (II, 42<sup>e</sup> min)

– La diffusion par l'agence (au *desk*) auprès des organes de presse, après vérification par un éditeur.

On commentera la formule de Thomas Coex (II, 25<sup>e</sup> min): les photographes sont des «grossistes de l'information» pour des clients très divers.

## L'« autre photo »

> **Dégager les principes par lesquels les photographes d'actualité recherchent à rendre compte visuellement et justement d'un fait.**

• *Le «non-événement».* On partira de la séance de photos du candidat Sarkozy sur un bateau à Marseille pendant sa campagne (I, 16<sup>e</sup> min): en quoi est-ce une photo apprêtée? On commentera les regrets exprimés par les photographes: «Il n'y avait aucune information.» Qu'est-ce qu'une photo «informatrice»? On recensera tous les usages et obligations qui contraignent les photographes à des photos contrôlées: photo-calls (festival de Cannes, I, 24<sup>e</sup> min), persuasion ou dissuasion des services de communication, circuits balisés, censure des photographies prises en marge (à Pékin, par exemple, II, 21<sup>e</sup> min), «embarquement» des photographes dans les unités de l'armée (II, 41<sup>e</sup> min), etc.

• *Rechercher «la bonne plaque».* Les moyens utilisés pour se dégager de ce «contrôle»: anticiper (la soirée électorale, I, 47<sup>e</sup> min), se faire oublier et prendre

la distance (l'enfant tchadien dans les bras de son père, II, 9<sup>e</sup> min), utiliser des astuces ou des techniques (l'appareil télécommandé, I, 36<sup>e</sup> min), «planquer», etc. Ou tout simplement prendre des risques... On partira de la «bonne photo» d'Anne-Christine Poujoulat des stars de cinéma à Cannes (I, 42<sup>e</sup> min): pourquoi était-elle bonne? Quel avantage la photographe avait-elle sur ses collègues? On relèvera les termes qui, dans la bouche des photographes, qualifient la bonne photo: un cliché qui «raconte une histoire» (A-C. Poujoulat), «les photos sont fortes, elles ne sont jamais belles» (Coex)...

## Une déontologie

> **Soumettre à la réflexion des élèves quelques problèmes déontologiques évoqués dans le film.**

• On s'appuiera sur des séquences où la situation des photographes soulève des questions de morale et de la déontologie professionnelle:

– La couverture de la journée électorale (I, 29<sup>e</sup> min): les photos ne participent-elles pas de la pipolisation de la vie politique en tentant de prendre «le cliché» du couple Sarkozy uni?

– Le reportage sur la tournée électorale de Sarkozy, les photographes dans des bus de l'UMP, ou le jogging du candidat (I, 38<sup>e</sup> min, un photographe déclare: «Faut pas que ça fasse trop arrangé!»): les reporters ne perdent-ils pas de leur indépendance d'esprit et d'action en acceptant les propositions qui visent à «faciliter» leur travail?

• Le travail d'édition (exemple du choix de la photo du pilote libéré au Tchad, II, 29<sup>e</sup> min): la sélection parmi plusieurs clichés, puis le recadrage sont-ils des choix neutres? Un point de vue sur un événement peut être moral, pas seulement technique et physique. En outre, il est conditionné par de nombreux facteurs qu'on relèvera: la nature du destinataire (un organe de presse: «Le Figaro ne veut pas la même chose que L'Humanité», dit Coex), les préjugés culturels, le souci esthétique, etc.

## Pour en savoir plus

- Le site de L'Agence France-Presse.  
<http://www.afp.com/francais/home/>
- Sur le site du Clemi, des propositions pédagogiques pour travailler avec la photo de presse en classe.  
<http://www.clemi.org/formation/outils/imagedinfo.html>
- «La fabrique de l'information», TDC, n° 809, 1<sup>er</sup> février 2001.  
<http://www.cndp.fr/Produits/DetailSimp.asp?ID=27088>

# « Décrypter l'utilisation de la photographie »

Questions à Bernard Laine, rédacteur en chef d'Actual Prod

## Pourquoi ce documentaire sur la section photo de l'AFP ?

À cause de ce simple constat : la photo et l'image prennent une importance considérable dans notre vie quotidienne en général et dans la vie politique en particulier. Par exemple, la façon dont Nicolas Sarkozy utilise les photos de Carla Bruni à Disneyland pour faire oublier d'autres problèmes et pour détourner l'attention est magistrale. C'est la démonstration que l'on avait raison de réaliser cette série documentaire, qui est aussi un hommage aux photographes de l'AFP. Par rapport à ceux d'autres agences, ils sont polyvalents. Ils traitent le politique, le show-business, le sport, le fait divers... Ils ont une vision transversale que n'ont pas certains spécialistes, paparazzi ou autres.

## Que cherchez-vous à démontrer ?

L'objectif, c'est de décrypter l'utilisation de la photographie, non seulement par les hommes politiques mais aussi par les gens de spectacle. Nous avons commencé le tournage pendant la campagne présidentielle et nous avons poursuivi avec le Festival de Cannes. La comparaison entre ces deux mondes est d'ailleurs intéressante. Ce sont les mêmes comportements, la même mécanique... Dans le film, un photographe décrypte les photos qu'il a faites de Sarkozy le jour où il est allé voter, et il constate que ce sont les mêmes marches, les mêmes starlettes aux cheveux blonds et lunettes de soleil... C'est Cannes ! On découvre aussi que la photo montre ce que l'on ne voit pas à la télévision. Un instantané, ça fige ! Tout le monde a vu Ségolène Royal souriante et pimpante à la télévision le soir de sa défaite. Mais elle apparaît le visage triste et grave dans les clichés réalisés par Éric Feferberg.

## Les photos d'information sont donc souvent manipulées ou encadrées...

Oui. Les photographes que nous filmons dans leur quotidien nous livrent en même temps leurs remarques, leurs analyses et leur sentiment sur ces petites manipulations. Leur préoccupation, c'est de faire la photo originale que les autres ne feront pas. Or, les systèmes de communication, du monde politique ou du show-business cherchent à canaliser et à maîtriser parfaitement ce travail. Et, au final, à faire sortir dans la presse les photos qu'ils voulaient voir paraître. Il y a donc un petit jeu qui consiste, pour les uns, à



essayer de coincer les autres dans des rails et, pour les photographes, à tenter de sortir de ces rails. Faire un film sur l'AFP implique de parler d'actualité.

## Que peut apprendre le téléspectateur de ces deux documentaires ?

D'abord, que la photo ne reflète pas les conditions dans lesquelles elle a été prise. Prenons par exemple l'image de sœur Marie-Simon-Pierre, la religieuse qui a miraculeusement guéri de la maladie de Parkinson après avoir prié la nuit anniversaire de la mort de Jean-Paul II. On la voit, assise sur un banc. Il semble qu'on l'ait surprise alors qu'elle méditait dans le jardin de son couvent. Mais quand notre caméra se tourne à 180°, elle est en réalité face à une meute de photographes ! Tout cela est mis en scène. Ensuite, le téléspectateur va comprendre qu'en France, s'il est facile de faire des photos, elles sont souvent orientées par les services de communication. À l'étranger, au contraire, dans certains pays, il faut souvent « voler » les photos.

Propos recueillis par Gaël Nivollet pour *Le Mag* de France 5.

**Bernard Laine, ancien grand reporter, puis rédacteur en chef chargé des magazines de l'actualité à TF1, est l'auteur d'une douzaine de documentaires (notamment pour *Zone interdite* sur M6) et assure la direction éditoriale de l'agence.**

## L'AFP

Née à la Libération, l'Agence France-Presse se dote en 1957 d'un statut définitif qui lui apporte, outre l'indépendance à l'égard du gouvernement, une structure et des règles de fonctionnement proches de celles d'une coopérative de l'ensemble de la presse française. L'AFP emploie aujourd'hui 4 000 salariés de 81 nationalités différentes dans 165 pays. Ils produisent quotidiennement 5 000 dépêches, 3 000 photos, 80 infographies et une trentaine de sujets vidéo pour environ 7 000 clients abonnés aux services de la troisième agence de presse du monde (après Associated Press et l'agence Reuters). Sans capital, ni actionnaires, ni subventions de l'État, l'AFP ne dispose que de ses seules ressources commerciales. Or 40 % de son chiffre d'affaires proviennent des abonnements de services publics dépendant du gouvernement français ou d'administrations locales. En outre, pour faire face aux difficultés financières qui l'ont contrainte à vendre par crédit-bail le siège historique de place de la Bourse à Paris, l'AFP a passé avec l'État, en 2003, un Contrat d'objectifs et de moyens.

# Les ressorts d'une photo

## Fiche de travail

Les photographies de presse rendent compte d'une actualité de diverses façons. Celles qui sont prises par les reporters de l'AFP peuvent se répartir selon une typologie qu'il sera intéressant d'examiner avec les élèves. Un autre essai de classement pourra être entrepris selon d'autres critères, ou encore la définition de sous-catégories à partir de celles qui sont proposées ici.

Les photographies de presse relèvent de trois catégories.

En observant attentivement celles que vous avez vues dans le film, répartissez-les selon leur catégorie en justifiant votre choix. Mais peut-être l'une d'entre elles (ou plusieurs) relève-t-elle de deux catégories à la fois. Justifiez là aussi.

### Le hasard de l'enregistrement

**Le photographe est présent, assiste à l'événement et en capte la trace au moment même où celui-ci se déroule.**

Exemples de photographies célèbres : l'incendie du zeppelin Hindenburg ou le but de Zidane en finale de la coupe du monde 1998.

Je choisis: .....

.....

.....

### Le sentiment esthétique

**Le photographe suscite par sa composition, son cadrage, ses couleurs, une référence implicite à une autre image.**

Exemples de photographies célèbres : Che Guevara mort ou la «Piété de Benthala».

Je choisis: .....

.....

.....

### Le recours à l'anecdote

**Le photographe saisit un moment qui produit un récit symbolique et exprime la réalité d'une situation, d'un événement.**

Exemples de photographies célèbres : l'homme devant les chars à Tian'anmen ou l'enfant soldat africain armé de pied en cap.

Je choisis: .....

.....

.....

On travaillera sur les photos trouvées dans le film, mais on pourra aussi s'appuyer :  
– sur la galerie de photos proposée régulièrement sur le site de l'AFP.  
<http://www.afp.com/francais/news/?pid=photos>  
– sur les photographies proposées par le CNDP, le CRDP de Versailles et le Clemi, en partenariat avec l'AFP, sur le cédérom *Lire l'actualité avec l'AFP*, qui sera proposé aux établissements participant à la Semaine de la presse et des médias dans l'école (du lundi 17 au samedi 22 mars 2008).