

L'image conversationnelle Les nouveaux usages de la photographie numérique

Réalisé par Steven Spielberg à partir d'une nouvelle de Philip K. Dick, le film *Minority Report*, sorti en 2002, est réputé pour la crédibilité de ses projections technologiques. Dessinant l'univers de 2054 à partir de propositions d'un groupe d'experts, il est célèbre pour son anticipation des interfaces tactiles. Outre la visualisation des images mentales, il prédit la généralisation de l'identification optique à des fins de surveillance ou de profilage publicitaire.

Le sérieux de cet exercice prévisionnel rend d'autant plus remarquable sa myopie face à ce qui est devenu, peu de temps après, l'ordinaire des pratiques visuelles des pays développés. Dans le film, les usages privés de l'image se limitent à la photographie traditionnelle sur papier, au film en relief et à la conversation vidéo interactive.

Quelques années plus tard, ces anticipations paraissent largement dépassées. Il n'a pas fallu un demi-siècle, mais de trois à cinq ans pour disposer couramment d'outils de vidéocommunication (Skype 2.0, 2005) ou d'interfaces tactiles (Apple iPhone, 2007). En revanche, nul n'avait imaginé l'essor des services de messagerie multimédia, des détournements d'images ou des conversations visuelles sur les réseaux sociaux. Le présent a dépassé l'avenir, et *Minority Report* semble aujourd'hui enfermé dans une perception foucauldienne de l'image comme instrument de contrôle et de domination.

Des usages imprévus, bien plus avant-gardistes que tout ce qui pouvait être imaginé à l'aube du XXI^e siècle, ont bouleversé nos pratiques visuelles et se sont installés avec la force de l'évidence. Or, l'imprévisibilité fournit une indication historique précieuse. Au contraire de l'automobile, de l'aviation ou de la télévision, qui s'inscrivent dans le prolongement de la voiture attelée, de la navigation ou de la radio, le développement d'innovations comme la photographie, le cinéma ou le disque dépend de mécanismes



Fig. 1. Collection de messages visuels sur le blog collaboratif militant « We are the 99 % », octobre 2011.

appropriatifs où les choix des usagers ont joué un rôle majeur. Il en va de même de l'image conversationnelle, produit inattendu de la rencontre de la numérisation des contenus visuels et de l'interaction documentée.

De l'image fluide à la photographie connectée

Au début des années 1990, la numérisation de la photographie est décrite simultanément comme une révolution et comme une catastrophe. Prolongeant l'approche techniciste traditionnelle, de nombreux spécialistes voient dans le passage au pixel la ruine de l'indicialité et annoncent imprudemment la fin de notre confiance en la vérité des images¹.

Comme l'écriture avait transformé le langage en information, lui apportant d'irremplaçables propriétés de conservation, de reproduction ou de transmission, la numérisation, en réduisant la matérialité des images, leur confère une plasticité et une mobilité nouvelles. Sous l'espèce de fichiers faciles à copier ou à manipuler, l'objet iconique devient image fluide.

Cette première étape de la transition numérique a des conséquences lourdes sur l'industrie des images : disparition du laboratoire, simplification des procédures, multiplication des bases de données numériques, chute des prix. Pourtant, malgré un saut technologique considérable, on a pu observer une remarquable continuité des formes et des usages. Pendant une vingtaine d'années, la transition numérique n'a affecté qu'à la marge les pratiques visuelles. Contrairement aux prédictions les plus sombres, les journaux ont continué à publier des reportages illustrés, les parents à prendre leurs enfants en photo. Comme une automobile qui aurait troqué un moteur thermique pour un moteur électrique, la photographie a préservé l'essentiel de ses fonctions. Il n'y a pas eu de catastrophe du visible, mais plus prosaïquement une accélération de la rationalisation du domaine².

À l'instar de *Minority Report*, de nombreux experts s'attendaient à ce que l'arrivée de nouveaux outils visuels s'accompagne d'un déplacement vers l'image animée, plus séduisante, et d'une désaffection pour l'image fixe. La pratique de la vidéo amateur a certes connu une progression importante³. Toutefois, l'image fixe reste de loin le contenu le plus échangé.

Il n'est pas facile de comparer en chiffres absolus le nombre de photos et de vidéos partagées sur les réseaux sociaux, car les



Fig. 2. Photographie au musée. Une touriste utilise simultanément un appareil photo et un camphone, selon qu'elle souhaite archiver ou transmettre l'image (British Museum, Londres, 2008, coll. part.).

secondes sont souvent comptabilisées en heures de diffusion. Facebook a cessé de fournir régulièrement des informations à propos des images animées, ce qui suggère une croissance faible. En 2010, à un moment où le réseau social comptait un demi-milliard de membres, les chiffres disponibles indiquaient 2,5 milliards de photos téléchargées par mois, pour seulement 20 millions de vidéos, soit 125 fois moins (la différence du point de vue de la production amateur se creuse si l'on tient compte du fait que la vidéo partagée comprend une proportion plus importante de matériel rediffusé, alors que la photo est plus riche en contenus autoproduits).

Il semble bien que l'avantage de l'image fixe tienne essentiellement à sa plus grande fluidité par rapport à la vidéo, pénalisée par le poids des fichiers, le temps de téléchargement et la contrainte des formats. Moins universelle qu'une photo, une vidéo ne peut être visionnée que dans un environnement qui comporte un dispositif de lecture approprié. Un fichier JPEG ou un GIF animé⁴ présentent en revanche l'avantage de s'afficher dans tous les environnements, sur un navigateur comme sur une plate-forme, un mobile ou une tablette.

Entre 2008 et 2011, le paysage se modifie de manière inattendue. Ce n'est pas un appareil photo, mais un téléphone portable, produit par une marque d'ordinateurs, l'iPhone d'Apple, conçu par Steve Jobs pour donner un large accès aux fonctionnalités du web⁵ (et plus particulièrement sa version 3G, disponible à partir de 2008), qui donne le signal d'une évolution primordiale : celle de la photographie connectée⁶. Dans tous les pays développés, la vente

des mobiles ne tarde pas à dépasser celle des caméras. En France, en 2011, tandis que 4,6 millions d'appareils photographiques sont commercialisés (deux fois plus qu'à la fin des années 1990), les smartphones atteignent 12 millions d'unités⁷.

L'adaptation de la photo à la téléphonie mobile existait depuis les premiers camphones, disponibles au Japon dès l'année 2000. Mais la puissance conférée à cette conjonction par la norme 3G (UMTS), équivalente au passage du modem au haut débit, ouvre la voie à la pleine application des pratiques visuelles.

Cette évolution fait du smartphone un appareil photo universel. Se munir d'une caméra impliquait autrefois l'anticipation d'une occasion de prise de vue. Au contraire, le téléphone que l'on emporte avec soi pour ses fonctions communicantes ou ludiques rend la photographie disponible en permanence⁸. L'occasion photographique correspond à une gamme codifiée d'événements, en dehors desquels la prise de vue est mal tolérée⁹. Seule la situation d'exception du touriste et la justification de l'exotisme autorisent un recours intensif à l'outil photographique. En étendant à chaque instant de la vie la capacité d'enregistrement, le mobile transforme chacun de nous en touriste du quotidien, prêt à faire image dans n'importe quelle situation. Cette nouvelle compétence se manifeste notamment par la publication dans la presse de photos ou de vidéos amateur de drames ou d'accidents majeurs (attentats de Londres en 2005 ; fusillade sur le campus de Virginia Tech en 2007 ; crash d'un avion de ligne sur l'Hudson River en 2009, etc.).

Mais la métamorphose ne se borne pas à la production des images. La photographie connectée résulte de l'alliance du smartphone avec les outils de communication, messagerie instantanée ou réseaux sociaux, sur lesquels l'image peut être transférée immédiatement, par le biais d'opérations élémentaires. Même si cette conjugaison ne représente qu'une fraction des pratiques amateur, elle s'impose comme une étape emblématique, le symbole de la deuxième révolution de l'image numérique.

Pouvoir communiquer en temps réel une photo à un correspondant ou un groupe d'amis, capacité jadis réservée à quelques agences filaires, modifie profondément ses usages. Pendant cette période initiale, la qualité de prise de vue offerte par les smartphones régresse par rapport à celle proposée par les appareils compacts. Dans ces conditions, le choix du mobile plutôt que de la caméra ou la forte progression de la production sur ce support indique que les usagers trouvent un avantage à

la photographie connectée. Le déficit qualitatif est largement compensé par l'utilité des nouveaux emplois de l'image, et particulièrement par l'accroissement de la capacité à les exposer, par l'intermédiaire des réseaux sociaux.

Facebook, le plus étendu d'entre eux, ouvert au public en 2006, améliore considérablement son interface de présentation des images entre 2009 et 2011, facilitant l'intégration des fichiers visuels et leur procurant une meilleure visibilité. Désormais, prendre une photo ne suffit plus, ce qui compte, c'est de pouvoir la montrer, la discuter, la rediffuser. Premier lieu d'exposition de la photographie autoproduite, Facebook devient logiquement la plus importante collection d'images de la planète (plus de 250 milliards de photos téléchargées en septembre 2013¹⁰). Malgré l'essoufflement récent du succès du média, celui-ci restera l'espace historique principal du déploiement de l'image connectée.

Partager ses photographies ou les commenter, tout cela était déjà possible sur Flickr, dès 2004. Mais la plate-forme spécialisée reste aujourd'hui encore un espace de discussion centrée sur l'image. La rupture occasionnée par Facebook aura été de proposer un environnement généraliste, doté d'un maximum de fonctionnalités, structurées non par des intérêts spécifiques, mais plus fondamentalement par l'interaction entre des personnes réelles. Comme l'avait noté Pierre Bourdieu, les usages de la photographie amateur restent pour l'essentiel des usages sociaux¹¹. Sur Facebook, la discussion porte sur tous les aspects de l'existence. Les images n'y sont pas mobilisées d'abord pour leurs qualités esthétiques, mais parce qu'elles documentent la vie, participent au jeu de l'auto-présentation et servent à des fins référentielles.

Cette révolution de la déspecialisation modifie fondamentalement l'ancien paradigme photographique, basé sur la technique, la primauté de la prise de vue, la matérialité et l'objectivité de l'image. Alors que l'enregistrement visuel formait autrefois un univers autonome, fortement identifié, ce qui le caractérise à présent est son intégration au sein de systèmes polyvalents. Le retard des fabricants d'appareils photo, qui rechignent à transformer leurs matériels en outils connectés et ne les équipent de fonctions communicantes qu'au compte-gouttes¹², est significatif de l'ampleur du changement. Pour la première fois de son histoire, la photographie est devenue une pratique de niche au sein d'un univers plus vaste, celui de la communication électronique.

On peut comparer cette intégration au processus de miniaturisation qui a affecté l'horlogerie entre le XIV^e et le XIX^e siècle, faisant passer le garde-temps des clochers des églises à l'intérieur des salons, puis dans la poche du vêtement. En gagnant à chaque étape en disponibilité, la fonction horaire évolue et se transforme : « L'horloge de petit format qui en résulta, domestique ou personnelle, avait une tout autre qualité et signification que les mécanismes publics et monumentaux. La possibilité d'un usage à la fois privé et universel jeta les bases d'une *discipline du temps, par opposition à l'obéissance au temps* », explique l'historien David Landes¹³.

Devenue un composant parmi d'autres de l'univers de la communication, la photographie ne risque-t-elle pas de disparaître ? Bien au contraire. Si la photo s'intègre à d'autres dispositifs, il serait impensable de concevoir un outil communicant dépourvu de caméra, ou un environnement numérique dépourvu d'affichage visuel. Embarquée dans chaque objet connecté, la fonction photographique s'est autonomisée. Elle a gagné en universalité et en appropriabilité, accomplissant mieux que jamais sa promesse de démocratisation de la production visuelle. Comme celle de l'horloge, l'intégration de la photographie, qui n'en est qu'à ses débuts, préfigure toutefois un dépassement de cette fonction originelle. Au-delà de la généralisation de la production des images, ce qui s'annonce est une révolution de leurs usages.

Utilité de la conversation

On voit couramment déplorer le nombre écrasant des images, en associant cette prolifération aux progrès de la reproductibilité. Mais le déterminisme technique est-il le seul paramètre de cet accroissement ? Celui-ci pourrait s'expliquer de manière plus satisfaisante par la multiplication de l'utilité des photographies. C'est en tout cas ce que suggère l'observation de ses usages connectés.

Alors que la première période du web statique avait été caractérisée comme une « société d'auteurs¹⁴ », les capacités d'interaction symétrique promues par le web 2.0 amènent au contraire à décrire l'activité de publication en ligne comme une *conversation*¹⁵. Étudié en détail par la pragmatique ou l'ethnométhodologie, l'échange oral structuré par le tour de parole est considéré comme un fondement de la sociabilité : « C'est là où l'enfant apprend à parler, où l'étranger se socialise en s'intégrant dans un nouveau groupe [...], où la relation

sociale se construit, où le système de la langue se constitue et se transforme¹⁶. »

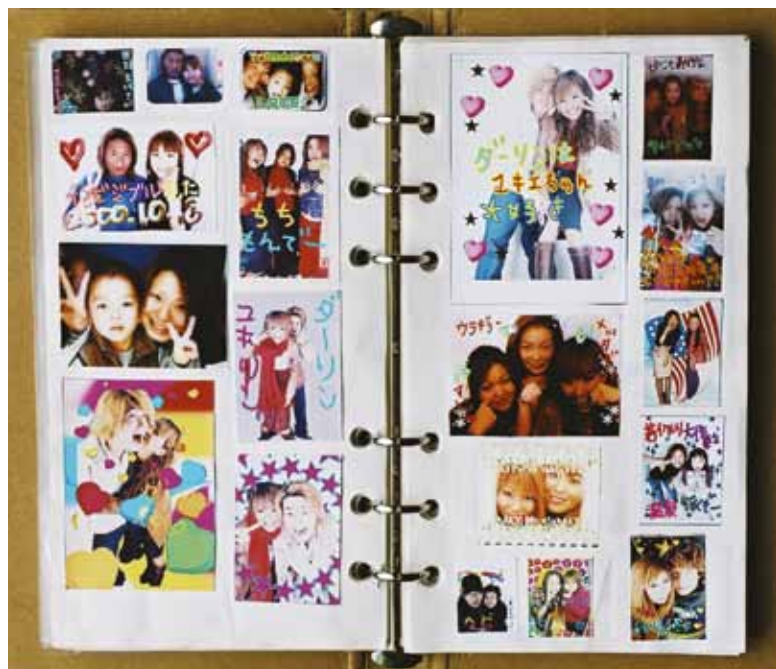
L'interaction ordonnée, symétrique, ouverte et cumulative qui caractérise la messagerie instantanée ou les échanges en ligne s'apparente en effet à la sociabilité égalitaire de la conversation. L'intégration de l'image dans cette économie représente une évolution remarquable de ses fonctionnalités, identifiée par Jean-Samuel Beuscart, Dominique Cardon, Nicolas Pissard et Christophe Prieur dans leur étude sur Flickr¹⁷. Plutôt que des conversations *à propos* des photos, écrivent-ils, le web a favorisé des conversations *avec les photos*.

La faculté d'utiliser une image comme un message n'est pourtant pas née avec les outils numériques. Cette propriété est par exemple offerte par la carte postale illustrée, dont l'usage connaît un essor marqué dès la fin du XIX^e siècle. Si l'on admet de ranger la correspondance parmi les genres conversationnels, l'association de l'image permet d'observer un état primitif de cette élaboration, sur un rythme évidemment plus lent. Même si la production industrielle impose de recourir à des vues ou des situations standardisées, les cartes postales usagées fournissent de précieux exemples d'archéologie de la conversation visuelle.

Dans sa version numérique, celle-ci apparaît au sein du courrier électronique et des forums en ligne, puis sur les systèmes de messagerie multimédia, ou MMS (*Multimedia Messaging Service*), qui accompagnent les premiers camphones. Le Sharp J-SH04, proposé au Japon en octobre 2000 au prix de 500 \$, fonctionne avec le réseau J-Phone network, qui permet la communication des photos entre abonnés. Une étape intermédiaire, au milieu des années 2000, est offerte par le « *moblogging* », ou partage sur un blog de photos réalisées au camphone, ancêtre de la publication instantanée des réseaux sociaux. S'il existe donc bien deux usages différents de l'image connectée, relevant l'un de la conversation privée, l'autre de la conversation publique ou semi-publique, il faut également constater la porosité entre les différents espaces, encouragée par la fluidité numérique.

Récemment baptisé, le selfie, forme d'autophotographie contextuelle, est peut-être la pratique identifiable la plus ancienne de l'image connectée. La naissance des camphones au Japon s'inscrit en effet dans le sillage du phénomène des *purikura*¹⁸, autoportraits miniatures réalisés par les jeunes Japonais dans des cabines dédiées, qui permettent d'y ajouter de multiples décorations, et destinés à être collectionnés (*voir fig. 3*). Le premier modèle de camphone

Fig. 3. Album de purikura, Tokyo, 2003 (courtesy Claude Estebe).



de Sharp comprend un petit miroir en façade, dispositif original pour faciliter l'autophotographie. Les illustrations promotionnelles de l'époque ne laissent aucun doute : l'appareil a été pensé par le fabricant pour permettre de se photographier à bout de bras, grâce à un objectif à courte focale.

Si ces fonctions n'ont d'abord été imaginées que sous l'angle du gadget, c'est d'une manière plus dramatique que se manifeste la transformation des usages apportée par l'image connectée. Le 7 juillet 2005, entre 8 h 50 et 9 h 47, quatre bombes transportées par des terroristes font exploser trois métros et un bus à Londres, causant 56 morts et 700 blessés. Alors que les médias ne peuvent accéder à l'intérieur du métro, Sky News diffuse à 12 h 35 une image prise à proximité immédiate de l'attentat : il s'agit d'une photo au camphone d'un usager, Adam Stacey, prise à 9 h 25 dans le couloir qui mène à King's Cross, et envoyée sous forme de message électronique à plusieurs destinataires (voir fig. 4).

Quoique cette image montre un visage, il ne s'agit nullement d'un portrait au sens que lui donne la tradition picturale. Et si les circonstances imposent sa diffusion publique¹⁹, son partage initial relève de la conversation privée. Grâce à l'instantanéité de sa

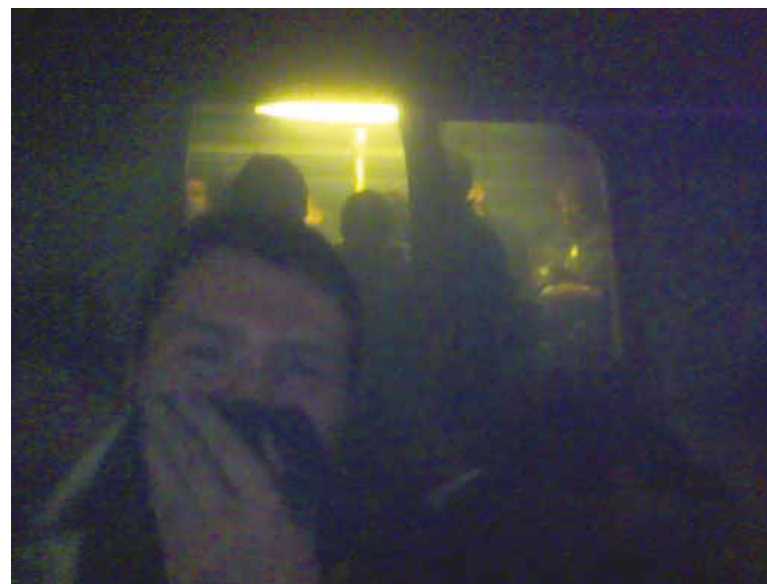


Fig. 4. Photographie constatative d'Adam Stacey par Kevin Ward, métro de Londres, 7 juillet 2005 (licence Creative Commons).

communication, la photo d'Adam Stacey, réalisée à sa demande par un ami qui l'accompagnait pour informer ses proches, a d'abord une fonction utilitaire de transmission rapide d'un constat.

Si la vocation documentaire fait partie intégrante de l'histoire de l'enregistrement visuel, celle-ci concerne généralement des usages spécialisés – scientifiques, médiatiques ou industriels. En matière de photographie privée, l'utilité de l'image reste essentiellement symbolique : préservation du souvenir ou écriture de l'histoire familiale. Des exemples d'usages pratiques, comme la documentation d'un constat de sinistre pour une assurance, sont attestés dès le début du xx^e siècle, mais restent des formes discrètes, qui n'intéressent pas les observateurs et ne sont décrites dans aucune histoire ni sociologie de la photo amateur.

Pourtant, certaines innovations techniques, comme le développement instantané proposé par Polaroid, en accélérant la disponibilité de l'image, ont concouru à augmenter l'utilité pratique de la photographie et ont donné lieu à un large spectre d'usages constatifs. Il en va de même de la transmission instantanée de l'image connectée, qui ouvre à la photographie l'univers de la communication. On peut trouver un exemple significatif de ses applications courantes avec le selfie des cofondateurs de Flickr, Stewart Butterfield et Caterina Fake, en octobre 2005. Intitulée « *Hi Mom* » (« Salut maman »), la photographie publiée sur Flickr est assortie d'une indication d'usage : « Envoyée à mes parents

Fig. 5. « Hi Mom », selfie de Stewart Butterfield et Caterina Fake, cofondateurs de Flickr, octobre 2005 (licence Creative Commons).



pendant que je leur parlais au téléphone pour qu'ils puissent partager la vue de l'endroit où nous étions » (voir fig. 5).

Les études disponibles sur les nouvelles pratiques communicationnelles témoignent d'une extension sans précédent de leurs applications utilitaires²⁰. En associant la dimension visuelle aux données échangées, l'image permet de fournir des indications de situation (arrivée ou présence dans un lieu, usage d'un moyen de transport...), des vérifications d'apparence (essai d'un vêtement, résultat d'une coupe de cheveux, aspect physique...), mais aussi d'innombrables informations pratiques, comme l'achat d'une marchandise, la composition d'un plat, l'état d'un bâtiment, etc., que la photographie permet d'enregistrer ou de transmettre plus rapidement qu'un message écrit²¹. L'image connectée se prête tout particulièrement à l'échange régulier de signaux destinés à entretenir une relation affective, amicale ou amoureuse. Elle peut également servir des buts politiques ou militants, comme les photos de rassemblements lors du Printemps arabe, immédiatement diffusées pour appeler à rejoindre les manifestations²².

L'extrême variété de ces applications montre une adaptation rapide aux outils connectés, de même que le développement d'une nouvelle compétence : la capacité à traduire une situation sous forme visuelle, de façon à pouvoir en proposer un relevé bref, souvent personnel ou ludique – une forme de réinterprétation du réel qui rappelle « l'invention du quotidien » chère à Michel de Certeau²³.



Fig. 6. Photographie publiée sur Facebook et son accompagnement conversationnel, février 2012 (Hipstamatic, courtesy Catherine Harmant).

Visibilité du « goût barbare »

La photographie connectée n'existe pas sans destinataire(s). Au-delà d'une utilité de premier degré, les systèmes communicants confèrent aussi aux images la fonction d'embrasseur de conversation ou d'unité dialogique. Elles acquièrent ainsi une utilité de second degré, au titre de formes expressives. Dans les échanges privés, la protection des messages et la familiarité des acteurs encouragent l'implicite, les jeux contextuels ou la transgression²⁴. Sur les réseaux sociaux, la visibilité publique apporte les ressources des pratiques collectives : l'interprétation participative, par une série de commentaires générés par la source iconique, ou la construction chorale, par la reprise et la répétition d'un motif transformé en mème²⁵, qui démontrent la productivité sociale des formes visuelles (voir fig. 6).

Signe de son succès, on observe une tendance à l'autonomisation de la conversation visuelle, par l'intermédiaire d'outils de collection et de rediffusion d'images, comme Tumblr (2007) ou Pinterest (2010), où la reprise et la circulation sont les principaux ressorts de la valorisation des contenus. Une plate-forme dédiée à l'image connectée, comme Instagram (2010), permet d'assister à l'élaboration de réponses collaboratives à un événement commun, phénomène météorologique ou occasion culturelle, qui est salué par une

production photographique dont l'affichage prend l'allure d'un jeu collectif (voir fig. 7).

Inversement, l'intégration des images dans la conversation les fait bénéficier des systèmes de valorisation qui récompensent la participation aux réseaux sociaux. L'exposition et l'appréciation publique construisent la légitimité critique, esthétique ou sociale de la photographie autoproduite. Elles favorisent également une autonomisation de l'exercice d'interprétation, qui apparaît nécessaire pour réduire l'ambiguïté des images²⁶.

En partageant largement les nouvelles pratiques visuelles, les grands réseaux sociaux leur donnent aussi une visibilité inédite et contribuent à leur propagation virale. Une vidéo satirique publiée en décembre 2012 sur le site College Humor détourne une chanson du groupe Nickelback pour ironiser sur les modes de la photographie



Fig. 7. Collection de selfies publiés sur Instagram le jour de la sortie du jeu vidéo *Grand Theft Auto 5*, septembre 2013, coll. part.



Fig. 8. Photographie publiée sur Facebook et son accompagnement conversationnel, août 2012, coll. part.

connectée²⁷. Photos de repas, de pieds, de chats, d'ailes d'avions, filtres, selfies, etc. : le clip dresse une longue liste de thèmes répétés sur les *timelines* de Facebook ou de Twitter. Cette excellente parodie montre que l'ensemble de ces formes visuelles est bel et bien identifié comme autant de motifs autonomes.

À l'examen des caractéristiques de la photographie privée du début du xx^e siècle, Marin Dacos notait qu'une bonne partie des photos d'album reproduisait les modèles de la photographie de studio ou des publicités publiées dans la presse²⁸. En gratifiant un bouquet de pratiques visuelles d'un brevet de reconnaissance, la vidéo de College Humor suggère que nous assistons désormais à un phénomène inverse. Comme les mèmes ou les recommandations, l'iconographie privée bénéficie de la transition qui voit les réseaux sociaux prendre la place des médias traditionnels en tant que prescripteurs culturels. Par leur intermédiaire, les productions vernaculaires accèdent au rang de modèles identifiables et reproductibles.

Cette nouvelle visibilité se manifeste notamment par des réactions négatives. On a ainsi pu voir en 2013 le choix de « selfie » comme mot de l'année par les éditeurs du *Oxford Dictionary* accueilli par un ensemble de commentaires médiatiques dénonçant la saturation du web par l'exercice narcissique de l'autoportrait connecté²⁹. Par la critique d'une présence excessive, cette réception témoigne bel et bien du caractère de norme que le genre est en passe d'acquérir.

Quand Michel de Certeau tentait d'approcher la « culture ordinaire », il exprimait son embarras d'être confronté à la « quasi-invisibilité » de pratiques « qui ne se signalent guère par des produits propres³⁰ ». Au contraire, la visibilité que confèrent les grands réseaux sociaux à l'expression individuelle inverse la dynamique de

Fig. 9.
R. Schmidt,
photographie
d'un selfie au
smartphone
par la première
ministre danoise
Helle Thorning-
Schmidt aux
côtés de Barack
Obama et David
Cameron lors
de la cérémonie
d'hommages à
Nelson Mandela,
11 décembre
2013 (AFP).



la production de la norme. Autrefois, les classes populaires copiaient les manières des stars. Désormais, ce sont les célébrités et les grands de ce monde qui reproduisent les modèles issus du grand public en se conformant aux règles du selfie (voir fig. 9).

On peut regretter ce déploiement du « goût barbare », pour citer l'expression d'Emmanuel Kant reprise par Bourdieu³¹, par les réseaux sociaux, médiateurs de la culture ordinaire. Mais l'opposition du bon et du mauvais goût n'est-elle pas ici une manière erronée de poser le problème ? Alors que les pratiques visuelles ou musicales incitent à une approche inspirée de l'histoire de l'art, qui met en avant la créativité des auteurs et postule le caractère autosuffisant de la motivation expressive, l'examen des formes du langage propose une description neutre des processus. Or, la conversation est bien un domaine autonome, distinct de la création, où même l'expressivité a une utilité communicationnelle et sociale³². Dans ce contexte, les nouvelles pratiques visuelles ne peuvent être analysées seulement à travers la grille de l'esthétique.

La victoire de l'usage sur le contenu est particulièrement flagrante avec Snapchat (2011), une application mobile de messagerie visuelle qui propose l'effacement de la photo quelques secondes après sa consultation. Le caractère protégé de la conversation comme la fugacité du message iconique ont fait le succès de ce média auprès de la population jeune, qui l'utilise à un rythme proche du SMS. En programmant la disparition de l'image, Snapchat ajoute une dimension ludique, mais aussi une liberté supplémentaire pour

l'utilisateur, encourageant un usage informel ou relâché. L'application illustre clairement l'abandon du territoire de l'œuvre et de l'élaboration au profit de la conversation en acte. Déjà largement perceptible sur la plupart des réseaux sociaux, ce déplacement suggère de décrire les pratiques ordinaires de l'image comme un nouveau langage.

Comme l'arrivée du cinéma ou de la télévision, celle de l'image conversationnelle transforme en profondeur nos pratiques visuelles. La photographie était un art et un média. Nous sommes contemporains du moment où elle accède à l'universalité d'un langage. Intégrées par l'intermédiaire d'outils polyvalents aux systèmes connectés, les formes visuelles sont devenues un embrayeur puissant des conversations privées et publiques. La part que peuvent prendre les individus à leur production et à leur interprétation contribue à une évolution rapide des formats et des usages. La visibilité conférée par les réseaux sociaux accélère leur diffusion et donne naissance à des normes autoproduites. L'appropriation du langage visuel fait assister à une réinvention du quotidien. Par ailleurs, l'extension de l'utilité des images pose des problèmes spécifiques à l'analyse. Si la sémiologie des formes visuelles s'était jusqu'à présent appuyée sur un registre étroit de contextes présumés, réputés identifiables à partir du seul examen formel, la variété de ces nouvelles applications impose de se tourner vers une ethnographie des usages.

André GUNTHERT

NOTES

André Gunthert est chercheur en histoire culturelle et en études visuelles, titulaire de la chaire d'enseignement d'histoire visuelle à l'École des hautes études en sciences sociales (EHESS). Il a fondé en 1996 la revue *Études photographiques*. Il a notamment dirigé avec Michel Poivert *L'Art de la photographie* (éditions Citadelles-Mazenod, 2007).

2. Sylvain MARESCA, Dominique SAGOT-DUVAUROUX, « Photographie(s) et numérique(s). Du singulier au pluriel » (communication au colloque « Travail et création artistique en régime numérique », Avignon, 27 mai 2011), *La vie sociale des images*, 5 mai 2011 (<http://culturevisuelle.org/viesociale/2791>).

1. William J. MITCHELL, *The Reconfigured Eye. Visual Truth in the Post-Photographic Era*, Cambridge / Londres, MIT Press, 1992 ; Pierre BARBOZA, *Du photographique au numérique. La parenthèse indicelle dans l'histoire des images*, Paris, L'Harmattan, 1996.

3. Sur cent personnes de quinze ans et plus, quatorze déclarent avoir fait des films ou des vidéos en 1997, pour vingt-sept en 2008, soit une augmentation de près du double ; Olivier DONNAT, *Les Pratiques culturelles des Français à l'ère numérique. Enquête*

- 2008, Paris, La Découverte, 2009, p. 190. Confirmation de la détermination par la fluidité : les formats vidéo courts connaissent la plus forte croissance.
4. Proposé en 1991, le format JPEG (Joint Photographic Expert Group) est un format compressé utilisé pour la plupart des images fixes en ligne. Le GIF animé (dans le domaine public depuis 2004) permet d'afficher dans le même environnement une séquence en boucle de quelques images, jointes dans un même fichier.
5. Walter ISAACSON, *Steve Jobs* (trad. de l'anglais par Dominique Defert et Carole Delporte), Paris, Lattès, 2011, p. 529-539.
6. Edgar GÓMEZ CRUZ, Eric T. MEYER, « Creation and control in the photographic process. iPhones and the emerging fifth moment of photography », *Photographies*, 5/2, 2012.
7. « Le cycle de vie d'une photo à l'ère numérique », enquête Ipsos 2011 (communication SIPEC, septembre 2011).
8. Nancy VAN HOUSE *et al.*, « The uses of personal networked digital imaging. An empirical study of cameraphone photos and sharing », *Extended Abstracts of the Conference on Human Factors in Computing Systems* (CHI 2005), New York, ACM Press, 2005, p. 1853-1856.
9. « Aux yeux du paysan, le citoyen est celui qui succombe à une sorte de "n'importequisme" perceptif ; et cette attitude lui paraît incompréhensible parce qu'il se réfère à une philosophie implicite de la photographie selon laquelle ne méritent d'être photographiés que certains objets, en certaines occasions », Pierre BOURDIEU, « La définition sociale de la photographie », *Un art moyen. Essai sur les usages sociaux de la photographie*, Paris, Minuit, 1965, p. 117.
10. « Every day, there are more than 4.75 billion content items shared on Facebook (including status updates, wall posts, photos, videos and comments), more than 4.5 billion "Likes", and more than 10 billion messages sent. More than 250 billion photos have been uploaded to Facebook, and more than 350 million photos are uploaded every day on average », *A Focus on Efficiency*, Facebook/ Ericsson/ Qualcomm whitepaper, 16 septembre 2013, p. 6, en ligne : https://fbcdn-dragon-a.akamaihd.net/hphotos-ak-prn1/851575_520797877991079_393255490_n.pdf.
11. P. BOURDIEU, « La définition sociale de la photographie », *op. cit.*, p. 108-138.
12. C'est le principal concurrent d'Apple en matière de smartphones, Samsung, qui a proposé en 2012 les premières « smart cameras » équipées en standard d'un émetteur Wi-Fi, la gamme hybride NX et le compact expert EX2F. Cette même année, Nikon choisit de mettre son Coolpix S800c sous OS Android.
13. David S. LANDES, *L'Heure qu'il est. Les horloges, la mesure du temps et la formation du monde moderne* (1983, trad. de l'anglais par Louis Evrard et Pierre-Emmanuel Dauzat), Paris, Gallimard, 1987, p. 30.
14. Bernard STIEGLER, « Situations technologiques de l'autorité cognitive à l'ère de la désorientation », les conférences du séminaire « Technologies cognitives et environnements de travail », 12 mai 1998 (citée in Valérie BEAUDOUIN, « De la publication à la conversation. Lecture et écriture électroniques », *Réseaux*, n° 116, 2002, p. 225).
15. V. BEAUDOUIN, « De la publication à la conversation. Lecture et écriture électroniques », art. cit., p. 199-225.
16. Lorenza MONDADA, « La question du contexte en ethnométhodologie et en analyse conversationnelle », *Verbum*, 28-2/3, 2006 [2008] (je remercie Jonathan Larcher pour ses indications précieuses).
17. Jean-Samuel BEUSCART, Dominique CARDON, Nicolas PISSARD, Christophe PRIEUR, « Pourquoi partager mes photos de vacances avec des inconnus ? Les usages de Flickr », *Réseaux*, n° 154/2, 2009, p. 91-129.
18. Jon WURTZEL, « Taking pictures with your phone », BBC News, 18 septembre 2001, en ligne : <http://news.bbc.co.uk/2/hi/science/nature/1550622.stm>. Développées par Altus et Sega, les premières cabines de *purikura* apparaissent à Tokyo en 1995.
19. André GUNTHER, « Tous journalistes ? Les attentats de Londres ou l'intrusion des amateurs », in Gianni HAVER (dir.), *Photo de presse. Usages et pratiques*, Lausanne, éd. Antipodes, 2009, p. 215-225, en ligne : <http://www.arhv.lhivic.org/index.php/2009/03/19/956>.
20. Olivier AIM, Laurence ALLARD, Joëlle MENRATH, Hécate VERGOPOULOS, « Vie intérieure et vie relationnelle des individus connectés. Une enquête ethnographique », Fédération française des Télécoms, diaporama, septembre 2013, en ligne : http://www.fftelecoms.org/sites/fftelecoms.org/files/contenus_liens/vie_interieure_vie_relationnelle_mai_2013.pdf.
21. Selon ComScore, 14,3 % des possesseurs de smartphones européens (soit 155 millions de personnes en août 2013) ont envoyé la photo d'un produit en magasin à un proche, pour information ou demande de renseignement, un pourcentage légèrement supérieur au total des envois de SMS ou d'échanges téléphoniques (14 %) pour les mêmes motifs (Ayaan MOHAMUD, « 1 in 7 european smartphone owners make online purchases via their device », ComScore, 21 octobre 2013, en ligne : http://www.comscore.com/Insights/Press_Releases/2013/10/1_in_7_European_Smartphone_Owners_Make_Online_Purchases_via_their_Device).
22. Azyz AMAMI, « Photographier la révolution tunisienne » (communication au colloque « Photographie, Internet et réseaux sociaux », Rencontres d'Arles, 8 juillet 2011), *L'Atelier des icônes*, 9 juillet 2011, audio en ligne : <http://culturevisuelle.org/icones/1860>.
23. Michel DE CERTEAU, *L'Invention du quotidien*, (1) *Arts de faire* (1980), Paris, Gallimard, 1990.
24. Tim KINDBERG, Mirjana SPASOJEVIC, Rowanne FLECK, Abigail SELLEN, « I saw this and thought of you. Some social uses of camera phones », *Extended Abstracts of the Conference on Human Factors in Computing Systems* (CHI 2005), New York, ACM Press, 2005, p. 1545-1548 ; Gaby DAVID, « The intimacy of strong ties in mobile visual communication », *Culture Visuelle*, 22 avril 2013, <http://culturevisuelle.org/corazonada/2013/04/22/the-intimacy-of-strong-ties-in-mobile-visual-communication/>.
25. Le même est un motif répétitif dont la diffusion virale prend la forme d'un jeu appropriable basé sur la décontextualisation (A. GUNTHER, « La culture du partage ou la revanche des foules », in Hervé LE CROSNIER (dir.), *Culturenum. Jeunesse, culture et éducation dans la vague numérique*, Caen, C & F Editions, 2013, p. 163-175).
26. Fatima AZIZ, « Transactions visuelles. Facebook, ressource de la rencontre amoureuse », *Études photographiques*, n° 31, printemps 2014, p. 72-85.
27. « Look at this Instagram (Nickelback Parody) », College Humor, 3 décembre 2012, <http://www.collegehumor.com/video/6853117/look-at-this-instagram-nickelback-parody>.
28. Marin DACOS, « Regards sur l'élégance au village. Identités et photographies, 1900-1950 », *Études photographiques*, n° 16, mai 2005, en ligne : <http://etudesphoto-graphiques.revues.org/728>.
29. Sherry TURKLE, « The Documented Life », *The New York Times*, 15 décembre 2013, en ligne : <http://www.nytimes.com/2013/12/16/opinion/the-documented-life.html>.
30. M. DE CERTEAU, *L'Invention du quotidien*, (1) *Arts de faire*, *op. cit.*, p. 53.
31. Emmanuel KANT, *Critique de la faculté de juger* (1790, éd. publ. sous la dir. de Ferdinand Alquié), Paris, Gallimard, 1985, p. 155 ; P. BOURDIEU, « La définition sociale de la photographie », *op. cit.*, p. 130.
32. Catherine KERBRAT-ORECCHIONI, *L'Énonciation. De la subjectivité dans le langage*, Paris, Armand Colin, 4^e éd., 2009.