

# La photo mobile

## ***Les conditions d'émergence d'avant-gardes esthétiques au sein d'écosystèmes communicationnels réinventés***

**< Pauline Escande-Gauquié > < Valérie Jeanne-Perrier >**

*GRIPIC, Celsa, Paris Sorbonne*

*pauline.escande-gauquie@celsa.paris-sorbonne.fr*

*valerie.jeanne-perrier@celsa.paris-sorbonne.fr*

DOI:10.3166/RIN.2.313-335 © AFDI 2013

### **< RÉSUMÉ >**

La photographie mobile est devenue un témoin sociologique et culturel de l'époque. Les usagers captent quotidiennement des i-photos qu'ils mettent ensuite en exposition sur des plateformes dédiées. Ce vaste ensemble composite engendre des commentaires sur les réseaux sociaux mais aussi des postures d'usages (ludiques, professionnelles, artistiques, etc.). Parmi ces postures, nous nous sommes intéressées à celle qui semble relever d'un « geste artistique ». Quels statuts donner à cette photographie mobile qui s'inscrit dans un processus de reconnaissance artistique ? Peut-on parler d'une avant-garde photographique, marquée par l'émergence d'un nouveau support d'expression et par la fluidité, la fragmentation de son énonciation identitaire ?

### **< ABSTRACT >**

Mobile photography has become a sociological and cultural mirror of our current era. Users capture daily "i-photos" then exhibit them on dedicated platforms. This vast composite generates comments on social networks, but also engenders postures (fun, professional, artistic, etc.). The proposed article revolves around some users of these tools, which aim at being considered as building an artistic approach of photography. How do these new images, their uses, circulations and modalities, redefine the status of image, and how might these characteristics lead eventually to the emergence of a new school – *avant-garde* – of photographic art, which is characterized by the fluidity and the fragmentation of its enunciation?

## &lt; MOTS-CLÉS &gt;

Photographie mobile, réseaux sociaux, écosystème, énonciation, applications, avant-garde, exposition.

## &lt; KEYWORDS &gt;

Mobile photography, social networks, ecosystem, enonciation, applications, avant-garde, exhibition.

---

### **1. Des i-photos hétérogènes et composites, quel(s) statut(s) possible(s) ?**

Avec l'essor des « téléphones malins » et des applications numériques qui permettent de leur attribuer des usages et des fonctions, le nombre de photographies relevant du qualificatif de l'amateurisme a été démultiplié ces trois dernières années (2009-2012). Plus de la moitié des internautes publie des photographies sur internet (dont 86 % chez les 18-25 ans)<sup>1</sup>. Ces photos viennent parfois même concurrencer les photographies relevant du « photojournalisme » (Le Bacquer, 2012). Avec des applications venues pour la plupart des États-Unis telles que *Instagram*, *Hipstamatic*, *Snapseed*, ou encore les européennes comme *Eyeem l'allemande et Starmatic* – seule française de sa catégorie – des millions d'individus diffusent des photos (ou « i-photos ») *via* Internet. Simples à utiliser pour celui qui appuie sur le bouton du *smartphone*, ces petits logiciels ont séduit 40 millions d'utilisateurs dans le monde. On estime que 5 millions de clichés aux couleurs saturées ou aux contrastes revus « du bout des doigts » sont désormais diffusés en ligne chaque jour. De quoi porter à plus de 1 milliard les photos ainsi publiées en 2012. Témoins de leur époque, les utilisateurs captent des i-photos, fabriquent une ambiance, retravaillent parfois les clichés avec des systèmes de filtres incorporés aux applications, dont le téléchargement initial est le plus souvent gratuit, ou encore les retouchent avec des cadrages préprogrammés. Ce vaste ensemble hétérogène aux courants et sources d'inspirations multiples génère des commentaires sur les réseaux sociaux aussi vite que les filtres numériques programmés en transforment les couleurs : l'intérêt

---

1. Rapport CNIL/TNS Sofres (déc.2012). *La place des photos dans la vie numérique*.

d'un large public est certain<sup>2</sup>. Quel(s) statut(s) donner dès lors à ces milliards d'i-images qui d'emblée s'inscrivent dans des logiques de reproduction et de circulation multiples ?

À partir de ces éléments de contextes, établis grâce à des entretiens exploratoires et à une observation participante, un premier temps de notre article explicite les méthodologies employées autour d'un terrain essentiellement français. Puis un second moment tente d'établir une première typologie des photos rencontrées sur les plateformes mobiles élaborée à partir d'une analyse sémiologique des clichés et de leurs conditions d'énonciation. Afin de déterminer les statuts à attribuer à ses i-photos, il nous a paru nécessaire d'effectuer une analyse comparée des interfaces manipulées par les usagers. Il nous a semblé que chacune des applications établit un récit propre à une vision de ce qu'incarne le monde de la photographie. Ce récit contenu dans les cadres des applications contraint et accompagne la production des usagers des téléphones mobiles. Au même titre que la structure informatique des applications, les signes et les mots retenus forment un récit accompagnant leur prise en main et les usages qui en découlent. Le photographe ne se voit pas attribuer la même fonction au sein des applications. Dans un troisième temps, nous dressons une échelle des degrés d'intentionnalités artistiques attribuées à la prise d'une photographie mobile. Nous avons pour cela observé différents groupes actifs sur *Instagram* principalement. Chaque collectif n'assigne pas la même fonction et les mêmes significations aux gestes photographiques. Pour certains, la construction d'un collectif d'individus, en France, dans des espaces inscrits (conférences, expositions, ateliers) (*Tribegram*<sup>3</sup>,

---

2. Voir à ce sujet la description des premiers usages d'*Instagram* Jeanne-Perrier Valérie (juin 2012). *Instagram : comment je suis devenue une photographe branchée comme tout le monde*, <http://leplus.nouvelobs.com/contribution/574189-.html> et consulter Jeanne-Perrier Valérie (novembre 2012) *Instagram un site sur internet pour une créativité photographique à l'état pur*, <http://leplus.nouvelobs.com/contribution/703490.html>.

3. *Tribegram* est le nom d'un site et d'un regroupement d'usagers d'*Instagram*, surtout parisiens, connaissant des déclinaisons locales, en province. Le groupe est né de la volonté en 2011 de Séverine Bourlet, animatrice d'un site du même nom, d'organiser des prises de photos dans Paris autour de thèmes à la manière d'un club photographique. Certains acteurs, comme @tsubame33\_ ayant par ailleurs des fonctions d'ingénierie et de communication dans le milieu de la formation professionnelle continue, sont aussi porteurs d'activités créatives, les poussant à structurer la démarche artistique autour de la création d'événements qui réunissent des usagers. Rapprochés ponctuellement

*PhotoMobileParis* et *Regards de Femmes*) mobilisant par ailleurs une ou plusieurs applications, conditionne la circulation et la légitimation des images prises.

## 2. L'analyse renouvelée d'un processus attendu de légitimation

Afin de comprendre les statuts de ces images numériques et de tenter de sérier quelques-unes des intentions de ceux qui les créent et les mettent en circulation, nous avons analysé comment ces photos s'inscrivent dans un écosystème numérique. Les méthodologies employées visent à distinguer des tendances divergentes quant à la place accordée par des groupes de photographes au geste photographique lorsqu'il est effectué avec l'aide des applications pour téléphone mobile. En effet, il nous a semblé que l'image y sert de prétexte aux différents acteurs pour communiquer selon diverses motivations : créer du lien social, établir une notoriété, valoriser des produits, façonner une identité de marque, faire des rencontres professionnelles, amicales et amoureuses, et aussi faire des photographies dignes d'être exposées, publiées, et échangées.

L'étude sémiologique porte uniquement sur les interfaces d'utilisation des applications en regardant les signes mobilisés autour du geste photographique. L'analyse des photos publiées s'appuie aussi sur une observation participante à partir de trois comptes établis en 2012 sur *Instagram* (@jidoy et @valeriejeanne) puis *Starmatic* et *Flickr* (jeanne.valerie). En empruntant la démarche d'immersion et de pratique effective des dispositifs, nous avons pu d'une part, éprouver les différentes étapes de la création d'une i-photo à travers les interfaces des applications et d'autre part, entrer en contact avec des usagers et participer à un *photowalk*, c'est-à-dire une tribulation dans un quartier de Paris où un groupe d'usagers arpente un lieu déterminé à l'avance,

---

autour de projets photographiques sur des thèmes communs, les membres de *Tribegram* entrent aussi en interaction avec d'autres groupes comme *Igers Paris*. Les enjeux de légitimation et de notoriété dans l'application et par son usage, pour d'autres cercles, sont ainsi très forts (source : entretien exploratoire, usager *Instagram*, janvier 2012). Certains membres de *Igers Paris* sont ainsi par ailleurs des chargés de communication ou des *community managers* pour des entreprises. Leur présence sur les applications mobiles est parfois mise au service d'actions de communication pour leur entreprise, dans le cadre de leur fonction professionnelle.

autour un thème<sup>4</sup>. Nous les avons interrogés (entretiens) puis suivis dans leur démarche et leurs gestes *in situ* (observation participante). Nous avons également collaboré à deux rencontres présentées comme des conférences et organisées par des i-photographes désireux de tenir un discours sur leurs pratiques. Enfin, nous avons assisté à des expositions au sein desquelles certains d'entre eux ont exposé leurs photographies mobiles. Ces éléments méthodologiques préalables ont conduit au constat que tous les usagers n'ont pas ce désir de reconnaissance artistique ; la capture de l'instant reste une motivation forte pour une micro visibilité et une reconnaissance sociale immédiate.

### **3. Des conditions d'énonciations spécifiques à chaque application photographique**

Ces approches méthodologiques complémentaires et préalables permettent de cerner comment à la fois les applications configurent en amont les types de photographies prises et comment les usagers trouvent aussi leurs marges de manœuvre d'expressivité, mettant en œuvre des tactiques de dénomination, de commentaires et de mises en circulation des images prises. Elles sont ensuite enrôlées dans des stratégies de communication visant à établir la légitimité des images ainsi captées. Les conditions de possibilité des gestes photographiques contenus dans les applications et la mise en signes des activités sont donc à observer attentivement. L'analyse sémiologique qui procède par une sélection d'interfaces marquant les étapes du processus de capture et d'édition des images permet de souligner que les applications établissent des architectures fortes, étayant les étapes et les gestes à produire dans le processus même de la capture photographique<sup>5</sup>. Chacune raconte par conséquent son geste photographique, geste à

---

4. Le quartier exploré a été celui du Palais Royal, à Paris, principalement organisé autour de passages et de boutiques d'artisans de luxe, à proximité des jardins de la Comédie française et du ministère de la Culture et de la Communication. La journée choisie était un dimanche de mai 2012, jour d'une braderie du quartier, particulièrement animée. L'arpentage a réuni plus de 50 personnes, qui se sont promenées et ont pris des photos aussitôt diffusées via une application, pour certaines, et pour d'autres mises en circulation ultérieurement.

5. Les éléments de résultats mis ici en exergue ont été établis en suivant l'approche de l'analyse des écrits d'écrans, telle que formalisée dans Le Marec *et al.* (2003).

entendre ici au sens de récit épique. Nous en présentons une courte sélection, avec quatre types de récits que nous avons distingués. Elles sont programmées et normalisées par des métaphores visuelles comme nous allons le voir maintenant.

Ainsi *Hipstamatic* joue sur la métaphore du boîtier photographique, qui est reproduit sur les écrans des interfaces, à l'intérieur de l'application. L'utilisateur est invité à en changer les couleurs, à y insérer des pellicules par l'achat et le téléchargement de petits fichiers se présentant sous l'image d'un rouleau dessiné. Les actes sont accompagnés de sons reproduisant ceux d'un appareil concret et matérialisé. La vision proposée est celle d'une photo qui peut être sans cesse reprise et travaillée. L'interface de capture laisse peu de place à l'image, qui reste confinée au cadre d'un obturateur. La photographie y retrouve le statut de calotype, ce papier révélateur à reprendre à plusieurs reprises, en jouant sur les valeurs, les ombres. *Starmatic* joue de cette même métaphore du boîtier, et ce de manière à peine voilée : les premiers écrans de cette seconde application servent à rappeler l'histoire d'un petit appareil des années 1960, jetable et populaire qui permettait, à la manière d'un appareil *Polaroid*, d'effectuer des images du quotidien. *Starmatic* ajoute à ce récit particulier – nostalgique d'une photo candide et naturelle – des dimensions de discussion avec d'autres usagers et des possibilités d'éditorialisation très importantes. La marque se réserve en effet quelques interfaces pour établir des catégories et des rubriques afin de classer les clichés pris, stockés par ses utilisateurs. Elle joue alors le rôle à la fois de manuel de bons conseils en matière de prise de vues, de prescripteur de comptes et de profils à suivre.

*Vintage* orchestre un autre récital : l'histoire racontée par ce type d'application est celle de l'établi et du studio, c'est-à-dire celle du lieu et du laboratoire dans lequel le photographe passe du temps pour exprimer sa créativité à partir d'un rouleau à développer et à partir de gestes techniques. Les interfaces de *Vintage* thématisent ces gestes. Rogner, contrôler les dimensions et les contrastes, etc. sont autant d'étapes successives à suivre pour aller vers la diffusion de la i-photo finalisée.

*Instagram*, marque à laquelle nous nous intéressons de manière approfondie, puisqu'elle aura servi de lieu de repérage d'individus entre eux pour passer à une photographie légitimée, accorde une autre signification à l'activité proposée. Son histoire consiste à proposer un moyen d'expression et de rencontres autour de l'image mobile. L'espace de l'écran est vignetté en cases et chaque photo s'insère progressivement dans une case. *Instagram* est ainsi un album dans lequel se collectionnent les prises. La métaphore proposée et indiquée est celle de la galerie, mot faisant écho au lieu physique et marchand, où des experts permettent la rencontre entre collectionneurs et artistes.

Les applications de prises de vues sont aussi accompagnées d'outils supplémentaires, comme *BlurFx* (pour flouter), *Decim8* (pour raturer), *Blender* (pour superposer) : la fabrication de la photographie finale peut s'accompagner d'une gamme étendue d'actions expressives. Pour certains, la dextérité à manipuler ces applications est grande : un professionnalisme de l'amateur éclairé peut naître de cette dextérité numérique, ensuite revendiquée dans l'établissement d'une posture esthétique.

#### **4. Dire la photographie mobile, faire groupe et vivre une expérience collective dans Paris**

Cet ensemble de conditions de possibilités d'émergence de la photographie mobile se prolonge jusque dans la rencontre en « vrai ». Des usagers prennent alors du temps pour former des groupes sociaux, à la manière d'un club photo, déambulant dans Paris, réuni par le goût commun de l'image capturée par le biais de ces téléphones et applications mobiles. Ces allers et retours entre ce qu'il se passe dans les applications et autour d'elles servent à l'établissement de stratégies de communication et d'instauration d'un milieu favorable à l'institutionnalisation de la démarche du i-photographe. Certains y perçoivent même un moyen de se frayer un chemin professionnel vers la reconnaissance d'un talent, mis au service du rattachement professionnel. Ce processus comporte une logique pragmatique : faire des photos et les exposer soi-même pour se créer son univers professionnel et des compétences spécifiques à faire reconnaître.

En effet, la maîtrise de la communication écrite *via* les marques de réseaux sociaux et les outils de blogs constitue une compétence permettant d'approcher d'autres acteurs du secteur de la médiation culturelle (responsables de galeries, de salles d'exposition, journalistes, photographes professionnels). Les interfaces à maîtriser ne sont donc pas uniquement celles des dispositifs de prises photographiques. Celles des outils de management de contenus (blogs, sites traditionnels, profils sur un réseau social<sup>6</sup>) sont également utiles : textes et images sont les moyens d'échanges et de discussions en ligne, aussi lors de rencontres en face à face. La photographie devient une activité comme prétexte au service d'un processus de sociabilité, voire de socialisation. L'image sert d'embrasseur à l'existence sociale, tendue et tissée par les interactions entre l'activité sur l'internet et la vie quotidienne.

Il est également important de souligner que ces interfaces servant à faire naître et à manipuler des images n'arrivent pas seules. Elles s'installent au sein d'un dispositif promotionnel et communicationnel. Elles entraînent un travail de communication par une industrialisation du commentaire, matière potentiellement mobilisable pour des échanges sociaux. Ces commentaires s'additionnent à l'activité de « capture » et d'animation des liens en suivant les règles prescrites par les applications. Ainsi sur *Instagram* il est bienvenu d'apprécier, d'aimer les photos prises par les autres pour entrer dans le cycle don/contre-don d'estime de la qualité iconographique des photos prises par ceux que l'on suit ou bien qui nous suivent. À l'invitation des marques et des plateformes qui industrialisent le geste numérique mobile, les images deviennent alors prétextes à des interactions, des échanges de paroles, transcrites. Par elles, se nouent des relations parfois confinées aux réseaux, parfois étendues à des activités réalisées en commun, dans des réunions photographiques ou non. Ces logiques socio-sémiotiques constituent un premier niveau<sup>7</sup> qui peut être éventuellement ensuite

---

6. Pour quelques membres de ces groupes photo mobile, l'activité autour d'une application de photo se prolonge par la création d'un *ScoopIt* (site préprogrammé de collectes d'articles), d'un site personnel. Il s'agit alors, dans cette activité médiatique en ligne, de constituer un portfolio identitaire. Il entraîne la valorisation du statut d'auteur pour lequel l'activisme photographique, seul, ne suffit pas. Ces éléments sur internet constituent des preuves pour approcher les lieux institués, comme le festival d'Arles.

7. Pour certains, l'application reste un lieu de stockage d'une collection d'images, prises parce qu'elles permettent de conserver une trace d'éléments éphémères du décor de la

développé vers un deuxième niveau d'échange : celui d'une recherche d'une légitimation artistique.

### **5. Vers l'émergence d'une « avant-garde » de la photographie mobile**

Nous avons pu approcher cette dynamique de l'apparition d'une avant-garde grâce à la mise en place du faisceau de démarches antérieurement exposées. Nous posons l'hypothèse que certains individus à un second niveau d'interaction (adhésion à un sous-groupe, participation à des concours de « meilleure photo » à l'intérieur d'une application, etc.) se mobilisent selon une logique d'acteur forte, celle de se constituer en une nouvelle avant-garde photographique<sup>8</sup>. L'expression *avant-garde* désigne « des pratiques esthétiques et des réalisations d'artistes revendiquant une avancée dans la progression des avant-gardes » (Becker, 1988, 382). L'art contemporain se fonde alors sur le renouveau stylistique, artistique, culturel mais aussi technique et technologique qui permet de nouveaux modes d'appréhension de la réalité<sup>9</sup>. Les technologies ont toujours apporté des outils à l'art. Aujourd'hui, les réseaux sociaux, les technologies numériques et digitales sont des instruments de création et de médiatisation. Si l'on reprend les techniques nous intéressant spécifiquement – le *smartphone* (objet multifonctionnel) et ses applications jumelées à une diffusion internet grâce à une plateforme comme *Instagram* – on se rend compte que ces nouvelles techniques entraînent des pratiques de création inspirées de l'image fixe. L'i-

---

ville, comme les dessins et les tags relevant du *street art*, voir le profil sur *Instagram* de @jeanlucr.

8. Ce processus particulier de construction d'une avant-garde n'est pas sans rappeler celle constituée par l'école dite de Paris, dans les années 1920. Dans son ouvrage *Photographie et surréalisme*, Alain Fleig revient sur l'épisode de la naissance de ce regroupement de premiers photographes, exposant en marge du premier salon photographique, organisé à cette période. Les premiers photographes de ce mouvement s'installèrent sous l'escalier menant aux galeries officielles.

9. Ainsi, certains artistes en ligne mobilisent la photographie comme moyen d'action créative, en tant que support à de nouveaux formats, comme notamment le « gif. » : ce format met en série des petites photos simples, construisant un microfilm, en mouvements saccadés. Voir par exemple le cas d'Insa, artiste qui anime des séries de graffitis : [http://www.gizmodo.fr/2013/03/01/insa-createur-gif-anime-graffitis.html?utm\\_source=twitterfeed&utm\\_medium=twitter](http://www.gizmodo.fr/2013/03/01/insa-createur-gif-anime-graffitis.html?utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter)

photographie a donc un imaginaire spécifique, au carrefour de la technologie, de l'industrie de l'art et du spectacle populaire. Aussi on peut affirmer que la photographie mobile représente un exemple singulier, et particulièrement prégnant, d'une invention technologique qui semble opérer une transformation du statut de l'image photographiée. En effet, cette dernière est également caractérisée par la fluidité de sa circulation sur internet. Si des groupes établissent des logiques d'émergence et de construction d'un « milieu créatif » dans les cadres offerts par des marques d'applications (proposant un modèle non uniquement industrialisé du geste photographique amateur), encore faut-il que ce milieu créatif rencontre un public le reconnaissant et le désignant comme tel.

Ainsi, l'avant-garde cherche progressivement à se distinguer de la diffusion élargie des clichés pris par des possesseurs de téléphones intelligents (*Iphone* ou téléphones fonctionnant sous le système *Android* fabriqué et distribué par la marque *Google*, pour les deux marques principales) afin de faire accepter sa démarche dite de « i-photographe ». Pour ces individus, la photographie mobile ne se détermine pas uniquement par un travail de « consommation des applications » (Dujarier, 2008). Ils détournent en effet une part de la valeur d'usage de ces applications vers un profit créatif et/ou artistique mais aussi communicationnel. D'ailleurs, les créateurs d'application (comme Arnaud de Lummen, fondateur en 2011 de l'application *Starmatic*) ont compris le bénéfice de ces groupes militants pour la reconnaissance de la photographie mobile. Ils n'hésitent pas à échanger et à communiquer avec eux lors de conférences ou d'événements organisés par ces groupes où chacun gagne en visibilité et en légitimité (Heinich, 2012, 565).

#### **6. Tribegram : d'une démarche spontanée vers une démarche se revendiquant d'un geste artistique**

Le paradoxe de la photographie mobile repose sur la diffusion hétérogène des plateformes internet : *Instagram*, *Eyeem*, *Flickr*, *Starmatic*, *Cameramatic* sont des plateformes de services et de partage de photos. À l'intérieur de celles-ci, toute image photographiée se vaut. Nous nous heurtons ici aux limites du processus : une photo publiée sur

*Instagram*, par exemple, ne pourra avoir un statut artistique que si à un moment donné émerge le processus de sélection effectué par les experts du monde de l'art. Ainsi, comme l'art contemporain se crée *in situ*, cela passe par la reconnaissance critique, voire la diffusion de l'i-photo dans un dispositif légitimé par le monde de l'art (comme la galerie ou le musée). La photographie mobile est marquée par la reproductibilité technique popularisée et accessible de l'outil (la photographie sur *le smartphone*), par son caractère multifonctionnel (le *smartphone* n'est pas qu'un appareil photo c'est aussi un téléphone, etc.) et par le mode de diffusion des images qu'il permet (qui est celui des nouvelles technologies offrant des possibilités de déplacement, de circulation).

Ainsi, si la reproduction massive libère la création et donc l'art, elle l'inscrit dans une marchandisation comme le modélise le philosophe allemand, Theodor Adorno, et donc dans une forme de standardisation. Tout l'enjeu du i-photographe est de faire reconnaître sa prise comme relevant d'une démarche artistique.

Comment distinguer une photographie artistique d'une photographie prise sur le vif, par un internaute, dépourvue d'art ; comment différencier sa production de ces photographies du quotidien qui peuvent être apparentées au fameux *punctum* barthésien que le sémiologue apparente au hasard d'une photo, à ce moment où une rencontre s'opère, amenant le photographe à immobiliser une scène rapide dans son temps décisif. Ces i-photographes jouent un double jeu. Le premier est celui de la démarche artistique construite comme « un geste » sur un support (au même titre qu'une toile, une caméra, un appareil photo) qui propose un regard en donnant une « vision du monde », celui d'un auteur. Le second est celui de l'extraction<sup>10</sup> de l'environnement digital, pour reverser les clichés dans l'environnement d'une galerie physique ou la médiation d'acteurs réunis par la volonté de faire reconnaître les i-photos. Dans cette « exposition » seconde, la photographie est présentée avec un point de vue, ce qui lui confère un nouveau statut. Par exemple, lors de l'exposition *Regards de femmes* du

---

10. Extraction entendue ici comme confrontation hors de l'environnement en ligne.

6 au 13 décembre 2012, l'angle thématique retenu était l'usage spécifique de la photographie mobile par les femmes<sup>11</sup>.

### **6.1. Le premier jeu, celui de la démarche artistique**

Rappelons que chaque médium présente une nature spécifique qui invite à certains modes de communication et en entrave d'autres. La philosophe Suzanne Langer affirme à ce propos que « le médium dans lequel il nous est naturel de former nos pensées risque de les limiter non seulement à certaines formes mais aussi à certains domaines » (Langer, 1953). Le nouveau médium qu'est le *smartphone* permet, par ses innovations techniques, de mettre au jour un nouveau rapport à l'acte photographique, nouveau rapport également conditionné par le récit implicite construit par la succession des interfaces des applications photographiques.

Nous avons donc repéré différents types de courants de photos qui réactivent un débat né avec l'art photographique au XIX<sup>e</sup> siècle, débat qui repose sur les qualités du médium lui-même divisant les tenants d'une démarche réaliste contre la démarche formaliste. Selon Siegfried Kracauer, cette controverse célèbre qui fit rage pendant toute la seconde moitié du XIX<sup>e</sup> reposait sur la signification esthétique qu'on pouvait donner aux photographies : « Les réalistes n'allaient pas jusqu'à considérer la photographie comme un art de plein droit – mais ils affirmaient que son incorruptible objectivité était une aide précieuse pour l'artiste, en lui offrant une source inépuisable d'inspiration. (...) Dans le camp adverse on rejetait l'idée d'un médium qui se bornait à l'imitation mécanique qui aurait pu éveiller des émotions artistiques sans même y contribuer. La photographie offre à l'artiste créatif autant de possibilités que la peinture ou la littérature » (Kracauer, 1960, 30). Si aujourd'hui, ce débat semble spécieux et dépassé, les conceptions et arguments qui le sous-tendent sont réactivés par l'ambition forte de faire reconnaître ce nouveau médium que peut être le *smartphone*

---

11. Le concept artistique relayé par les organisatrices de Tribegram annonçait vouloir explorer « la place de l'iphotographie dans le quotidien des femmes ou l'art d'embellir le trivial ». Ce passage a impliqué un travail de sélection des photos en négociation avec les i-photographes.

(comme la photographie argentique à l'époque : le débat se déporte en partie sur la machine à communiquer et pas uniquement sur l'artefact). Leur horizon se mêle dans la nécessité de faire reconnaître l'essence d'un nouveau médium de l'image qui ne relèverait ni de l'art au sens traditionnel du terme, ni de la pure imitation du réel. Ces i-photographes sont donc en grande partie les dépositaires plus ou moins conscients d'un débat qui a animé le monde de la photographie depuis sa création et, comme à cette époque, les intentions réalistes entrent en concurrence avec l'aspiration formatrice.

### 6.2. Le second jeu : la « réalité » comme credo. Mais quelles réalités ?

Les i-photos qui s'inscrivent dans « une approche directe de la vie » rappellent la tradition du « réalisme » photographique avec cette ambition de reproduire les choses telles que nous les voyons.

Figure 1. @vutheara et la tradition du « réalisme » photographique



Cette touche met en valeur le pouvoir de l'enregistrement et de révélation de la prise photo avec un *smartphone* sans avoir recours à d'autres artifices (filtre, etc.). La mission du photographe se limite alors à donner « le meilleur relevé possible des faits » à partir de l'application

installée par lui-même sur son *smartphone*. Les dispositions dans lesquelles le photographe se trouve l'amènent à organiser le matériau visuel en un acte photographique. Nous pensons ici à certains i-photographes se réunissant autour du groupe *Tribegram* initié par Séverine Bourlet, auto-entrepreneur et communicante (son entreprise est portée par Créatis l'incubateur de *La Gaiété Lyrique*)<sup>12</sup>, comme @vutheara, @nathparis ou @seb\_gordon, que nous avons rencontrés<sup>13</sup>.

Figure 2. La photo attrapée au vol



Ces derniers présentent la réalité sous un aspect insolite en exploitant les potentialités du medium *hic et nunc*, le plus souvent en extérieur. Nous nous accordons à dire que ces i-photographes reproduisent le référent tel qu'il se présente. D'où cette vogue d'une photographie mobile en plein air, adoratrice de cette « vérité » du rendu

12. Active à développer un site de promotion du groupe *Tribegram*, Séverine Bourlet fait de cette activité de communication une partie importante du développement de sa trajectoire professionnelle, en tant que conseil en présence et en identité numériques.

13. Ces différents noms sont des pseudos utilisés dans l'application *Instagram*, pour établir les « galeries », métaphore du lieu artistique, et dont le terme est repris par l'application, dans son discours d'accompagnement (bulles d'aide, mode d'emploi, fiche dans les magasins numériques d'application), pour désigner l'espace de mise en forme et de présentation des photos prises. La médiation principale proposée est celle d'un lieu d'exposition invitant, par glissement d'un support à l'autre, à venir discuter sous les photos, en leur présence. Les images servent alors d'embrayeurs des textes et des interactions.

d'un réel naturalisant. La photographie s'y fait bohème, les individus sont souvent très mobiles et saisissent les choses telles qu'elles se présentent, dans leur caractère parfois accidentel, comme « attrapées au vol ». Cette démarche trouve également résonance dans le mouvement lomographique qui s'est constitué dans les années 1980 autour d'un appareil photographique venu des pays de l'Est, le Lomo. Les utilisateurs du Lomo se sont constitués en une nouvelle communauté affirmant exploiter les défauts de l'appareil et se libérer des canons de la photographie argentique traditionnelle, édictant des règles laissant place au spontané de la prise (« Essaie la prise de vue sans viser », « Ne pense pas » « Sois rapide », « Moque-toi des règles », etc.).

D'autres i-photographes empruntent une démarche mettant l'accent sur une recherche de réalité non apprêtée qui amène à saisir ce que Kracauer appelle le *fortuit* (Kracauer, 2010) : « l'instantané se nourrit alors d'événements du hasard »<sup>14</sup>. Le travail est souvent fait sur la saisie d'une lumière mais aussi sur la perspective et l'échelle (ample et panoramique) avec un souci du cadrage et du travail autour des points de fuite. Ceci explique l'attrait pour l'urbanité (notamment une ville comme Paris), les rues, les monuments, les foules, les paysages de nature. Leurs clichés ne sont pas sans rappeler le courant humaniste des années 1950-60 (Cartier Bresson, Doisneau) avec ce souci de l'environnement du sujet, aussi important que le sujet lui-même. Un style baptisé du nom de « réalisme poétique », dont les principales caractéristiques sont « la flânerie dans la grande ville, une prédilection pour les rues pavées, les personnages typés, l'idéalisation des bas-fonds, la quête des instants de grâce, *le merveilleux social* »<sup>15</sup>. Certains de ces photographes mobiles reprennent une des caractéristiques de la photographie humaniste qui est l'absence de voyeurisme. La photographie y est considérée comme un moyen de communiquer, de faire partager son amour des autres. Il existe chez les photographes humanistes une éthique qui consiste à vouloir « restituer fidèlement une réalité que l'on respecte et que l'on capte telle qu'elle se présente, dans

---

14. Kracauer, *Ibid*, p. 52.

15. La photographie humaniste, exposition à la bnf, [http://chroniques.bnf.fr/archives/decembre2006/numero\\_courant/expositions/photo\\_humaniste.htm](http://chroniques.bnf.fr/archives/decembre2006/numero_courant/expositions/photo_humaniste.htm)

l'instant car seule la photographie prise sur le vif respecte et honore son sujet »<sup>16</sup>.

Lors de notre rencontre avec ces i-photographes – que nous avons qualifiés de plus réalistes dans leur travail – certains nous ont précisé qu'ils étaient soit graphistes (@vutheara), soit photographes (@seb\_gordon) de formation : cette obsession du cadre n'est donc pas un hasard (figure 3). Par ailleurs, le fait de ne pas avoir recours à des applications de « retravail » est pour certains d'entre eux – comme @vutheara – une manière d'exploiter les potentiels techniques et matériels du médium en situation, au moment du clic, plaidant pour ce que Kracauer appelle « ce pouvoir propre à l'appareil photographique d'enregistrer en même temps que de révéler le visible ou le potentiellement visible de la réalité matérielle » (Kracauer, 1960, 30).

*Figure 3. L'importance du cadre, enregistrer et révéler le visible*



Ces i-photographes restent assurément les dépositaires de l'une des valeurs de la photographie argentique puriste refusant la retouche qui « souillerait la supposée pureté de leurs procédés de laboratoire » (Kracauer, 2010, 38). Cependant, il faut relativiser cette démarche artistique marquée : nombreux sont les utilisateurs qui n'hésitent pas à

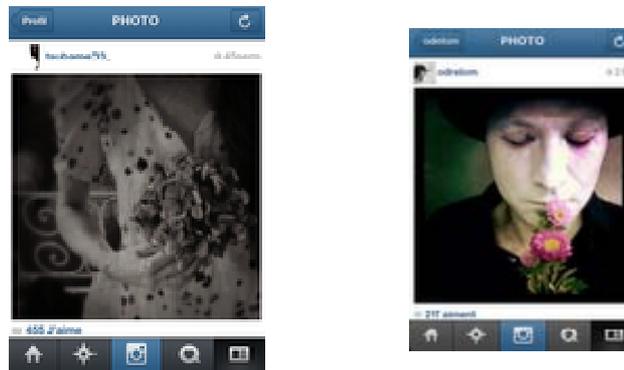
---

16. La photographie humaniste, exposition à la bnf.

réutiliser plusieurs applications intermédiaires permettant de retoucher rapidement un cadrage, une intensité, une luminosité. Ces applications demandent tout de même – autour d'un ensemble spécifique d'interfaces sous formes simplifiées des gestes photographiques – de maîtriser quelques notions de retouche d'image.

À côté de ces « puristes », existe toute une i-photo exigeant une reproduction « re-travaillée » de la réalité. Elle implique, pour la remise en forme du matériau brut, d'avoir « chargé » des applications réouvrant une marge de créativité (*Snapseed, Juxtaposer...*). Il existe parfois toute une mise en scène qui précède la prise (souvent en intérieur). La i-photo captée peut être modifiée de sorte que le résultat obtenu soit conforme à une vision artistique comme dans les cas des i-photographies de @odrelom (figure 5) ou @tsubame\_33 (figure 4).

*Figures 4 et 5. La mise en scène de la photographie, une préparation et un « retravail »*



Les prises cherchent à produire des images manifestant un point de vue recherché dans la mise en scène. Notons que de telles aspirations suivent une tendance (Kracauer, 1960, 33) « formatrice » en ce qu'elle répond au désir de composer une image. Consciemment ou non, ces i-photographes imitent l'art formaliste photographique en recherchant et en construisant un investissement esthétique. Au vu de ces clichés, les influences sont multiples. Il serait impossible de toutes les répertorier ici. Nous relèverons néanmoins un goût pour les situations d'intérieur, les mises en scène par une installation ou les portraits « truqués » par

un maquillage, etc. Ce qui nous intéresse est plutôt cette initiative de la « retouche » pour obtenir un effet artistique. C'est ainsi que @tsubame33\_ lors de sa présentation au cours d'une manifestation du collectif *Tribegram* a revendiqué l'influence d'un photographe comme Miroslav Tichy dans son éclairage, son choix en noir et blanc et l'atmosphère romantique de l'ensemble. Elle met donc à profit la sensibilité de certaines applications pour *smartphones* (*Grunge, Blender, Iris et PhotoFX*) dans le but de réaliser des compositions en noir et blanc. Cette pratique s'établit à partir d'un matériel élaboré en fonction de l'effet recherché. Ces i-photographes travaillent le matériau brut dans le sens de l'*expression* d'un point de vue. Ainsi, souvent ils combinent divers artifices techniques, tels que la surimpression, qui rendent palpables ce que le photographe Léo Kartz appelle « nos expériences subjectives, notre vision personnelle et la dynamique de notre imagination » (Kracauer, 1960, 33).

La grande question qui agita le XIX<sup>e</sup> siècle de savoir si la photographie traditionnelle est un art est donc réactivée avec l'émergence de la photographie mobile. Désireux de mettre en évidence les potentialités artistiques de leur médium *smartphone*, les collectifs de i-photographes insistent sur l'importance des choix effectués par le photographe qui en effet peuvent aboutir à des clichés révélateurs de sa vision singulière et de sa recherche esthétique. Ancrée dans le modernisme, l'approche par le médium reste prégnante. Les « mécanismes culturels » engendrés par la généralisation du *smartphone* tels que nous avons pu les repérer lors de nos analyses sémiotiques font écho aux réflexions de Lev Manovich (2010) qui étudie l'impact de l'avènement du numérique sur toutes les formes de productions culturelles, des avant-gardes historiques aux productions les plus récentes.

Pour décrire et comprendre la logique qui commande le développement du langage des i-photographes, il est intéressant de recourir à Manovich qui procède d'un matérialisme numérique afin d'analyser la création d'objets culturels sur les nouveaux médias. En effet, dans la lignée de Manovich, nous ne pouvons que faire le constat que les applications *smartphones* offrent aux i-photographes de nouveaux chemins d'explorations. C'est en effet un objet médiatique

constitué de parties indépendantes qui sont accessibles, modifiables et combinables afin de retravailler à différentes échelles et à l'infini une prise photographique. Le téléphone intelligent est en cela à la fois source et modèle des nouveaux médias car il est un instrument qui permet de comprendre la transformation de la représentation à travers l'écran qui la conditionne. Par exemple, une photographie mobile procède d'un écran dynamique. Les images qui en découlent induisent nécessairement d'autres régimes de la vision : celui de la programmation, du défilement, de la catégorisation des données, etc. qui redéfinissent le rapport à la création. Cette illustration montre comment la question que pose Manovich – comprendre en quoi l'irruption et la domination des nouveaux médias a entraîné une réévaluation des pratiques culturelles – est réactivée. Mais ce constat suffit-il à donner à ces i-photographies un statut artistique ?

À la suite d'Howard Becker, sociologue des mondes de l'art, nous savons que dans tout processus de création d'image – y compris dans le domaine de l'i-photo – les mécanismes de diffusion et de distribution sont déterminants dans la reconnaissance artistique et les statuts conférés aux images. Pour qu'une production de i-photo relève d'un geste artistique, elle doit rencontrer un public qui la reconnaisse et la désigne comme tel dans des situations propres au milieu de l'art (expositions, musées, etc.).

Aussi, nous avons pu observer que ces photographes mobiles ont été amenés depuis deux années à s'organiser en collectifs afin de faire entendre leur art, en dehors du cénacle constitué par les plateformes de publication. En créant des collectifs sous la forme pour certains d'une association<sup>17</sup>, il s'agit de « créer » et de défendre cette activité originale en plaçant la i-photo sur un piédestal digital afin de faire reconnaître certains clichés comme relevant d'une démarche « artistique ».

---

17. Création en cours de l'association Mobag Paris (Mobile Art Group of Paris) en partenariat avec Tribegram dont l'objectif est d'asseoir une activité légitime auprès des institutions culturelles en vue de faire connaître et reconnaître la photographie mobile et pouvoir prétendre à des financements pour soutenir la réalisation d'événements.

## **7. L'inclusion des visions des mondes de l'art photographique dans les applications aux origines de la reconnaissance**

L'observation depuis juin 2012 des pratiques de certains acteurs organisés en collectifs – notamment les associations *Tribegram* et *IgersParis*, ainsi que le groupe *Mobile Photo Paris* – nous a incitées à analyser l'émergence de cette activité sous l'angle de l'émergence d'un écosystème numérique (téléphone mobile, applications, réseaux sociaux). Nous avons vu que ces collectifs portent en eux les conditions d'émergence de groupes qui se posent comme une « avant-garde artistique de la photographie mobile » car ils mettent en œuvre – dès la prise des photos et en jouant avec les contraintes programmées des interfaces des applications photographiques – des processus visant à la reconnaissance d'un tel statut pour les images mobiles et les acteurs qui les *shootent* (si l'on reprend un terme entendu au sein de l'un de ces groupes). Les interfaces se posent soit en laboratoire, soit en boîtier, soit encore en album ou galerie. Chacune pose une métaphore, par le choix de signes et de mots, d'un lieu ou d'un support photographique.

L'application *Instagram* est la plus généraliste, permettant à la fois de faire coïncider la prise de la photo et sa mise en exposition organisée. Parmi les associations rencontrées et utilisatrices de cette application généraliste, les manifestations numériques et réelles organisées sous la bannière de l'association *Tribegram* nous ont davantage intéressées. En effet, elles révèlent un activisme qu'on pourrait qualifier de « militant ». Néanmoins, cet activisme artistique n'est pas partagé par tous les photographes mobiles du groupe : certains préfèrent collectionner des éléments régulièrement rencontrés dans l'espace urbain, comme des graphismes d'art des rues, chassés au fil des prises de vue. L'application devient alors un album de ces chasses à l'objet visuel (voir ainsi le travail de @jeanlucr, par ailleurs actif sur la question des réseaux sociaux, sur l'application *Twitter*).

À titre d'illustration des événements organisés par ces différents collectifs, nous nous sommes rendues dans trois lieux d'expositions organisés à Paris – au cours et en marge du mois de la photo (octobre et novembre 2012) – comme des lieux de reconnaissance et donc de

légitimation de leurs démarches photographiques. Pour les acteurs rencontrés du groupe *Tribegram*<sup>18</sup>, ces moments d'exposition en dehors de l'espace internet ont un objectif fort. Si la diffusion de la photo par la plateforme participative et sociale *Instagram* permet de rendre visible la photo à un premier public, cette plateforme triviale pose un problème identitaire à certains membres de l'association qui pensent que leurs clichés sont « noyés » parmi des clichés jugés impersonnels. Ils choisissent alors d'exposer dans d'autres espaces, en dehors d'internet. Une forme de pérégrination s'opère d'un espace numérique à un espace physique. La galerie migre de l'application à l'espace marchand et artistique. L'interface numérique organise ce mouvement et en incarne le prétexte. Le photographe galiériste devient alors artiste, grâce au travail de médiation et de médiatisation effectué en mobilisant les signes et les interfaces des applications soigneusement sélectionnées.

Le groupe *Tribegram* a par exemple organisé dans ce sens une exposition *Regards de femmes* au sein de Flateurville, atelier et résidence d'artistes situé dans ancien hangar industriel dans le 10<sup>e</sup> arrondissement. En effet, pour les membres de l'association *Tribegram* (comme pour *Igers Paris* et *Mobile photo Paris*), exposer *ailleurs* est une manière de s'organiser et de militer afin qu'un public plus spécifique reçoive leurs photos comme relevant d'un geste artistique. Ainsi, la prise de photo est accompagnée d'activités de communications<sup>19</sup> et de médiations culturelles significatives afin de faire reconnaître leur démarche comme une forme d'avant-garde artistique. Le cas le plus patent est celui de @vutheara (211 000 abonnés) qui, suite à un de ces événements a été repéré par les éditions d'art de *La Martinière* (2013). Les photographies et les interfaces des applications, porteuses d'un récit de l'histoire du geste photographique, servent alors uniquement de prétexte à une nouvelle reconnaissance vocationnelle, voire professionnelle. Cette publication papier par un éditeur d'art marque un premier niveau de la reconnaissance du geste i-photographique par des

---

18. Ici les pseudos sur Instagram de ceux qui portent le collectif.

19. Le collectif *Regards de femmes* avait à l'occasion de l'exposition ouvert un compte IG dédié, une page *facebook* et des articles dans les revues qui ont annoncé l'événement (lejournaldelaphoto.com ; le blog Photos de la ville de Paris, paris.fr ; Photo.fr et Réponses Photos Officiel sur *facebook* qui sont des acteurs déjà institués dans la photographie traditionnelle).

acteurs engagés dans le champ culturel de l'art contemporain. Ce processus que Nathalie Heinich, dans *Le triple jeu de l'art contemporain*, appelle la « fonction médiatrice du spécialiste » (Heinich, 1998) est donc aujourd'hui incontournable. Elle est l'antichambre de légitimation avant le processus d'institutionnalisation, qui passe par la négociation avec les logiques portées par les interfaces des applications de photographie mobile. Le processus n'est pas récent, mais il s'ouvre à de nouveaux profils d'individus, s'organisant entre eux, à la fois en dedans et en dehors des réseaux traditionnels de la reconnaissance professionnelle des photographes d'art.

Pour conclure sur les conditions d'émergence d'avant-gardes esthétiques au sein de la photographie mobile, nous pourrions souligner qu'à chaque nouvelle pratique artistique, accompagnant l'émergence d'une nouvelle technologie, le surgissement du nouveau focalise les préoccupations autour du milieu culturel par lequel il est reçu. En reconnaissant ce geste artistique il le légitimera. Ainsi la photographie mobile construit aujourd'hui son empreinte dans l'histoire de l'image photographique en redéfinissant ses pratiques, ses techniques, ses usages et sa diffusion. Cette empreinte est en germe plus ou moins éclos dans les applications, constituées chacune à partir d'une vision des mondes de l'art photographique.

## **Bibliographie**

- Becker Howard (1988). *Les mondes de l'art*. Paris, Flammarion.
- Dujarier Marie-Anne (2008). *Le travail du consommateur. De McDO à E-Bay : comment nous coproduisons ce que nous achetons*. Paris, La Découverte.
- Heinich Nathalie (2012). *De la visibilité, excellence et singularité en régime médiatique*. Paris, Gallimard.
- Heinich Nathalie (1998). *Le triple jeu de l'art contemporain : sociologie des arts plastiques*. Paris, Lavoisier.
- Kracauer Sigfried (1960). *Théorie du film, la rédemption de la réalité matérielle*, traduction de Daniel Blanchard et Claude Orsoni (2010), présenté par Philippe Despoix et Nia Peripolaropoulou. Paris, Flammarion.
- Langer Suzanne K. (1953). *Philosophy in a New Key. A Study in the Symbolism of Reason, Rite and Art*. New York, New American Library.

Le Bacquer Alain (2012). « Le photojournalisme, un métier en mutation », *Encyclopaedia Universalis*, 2012, p. 147-149.

Le Marec Joëlle, Jeanneret Yves, Souchier Emmanuël (2003). *Lire, écrire, récrire. Objets, signes et pratiques des médias informatisés*, Collection Etudes et recherches, Bibliothèque publique d'information Centre Pompidou, chap. II, p. 93-148.

Manovich Lev (2010). *Le langage des nouveaux médias*. Paris, Les Presses du Réel, domaine *Critique, théorie & documents* – collection *Perceptions*.

