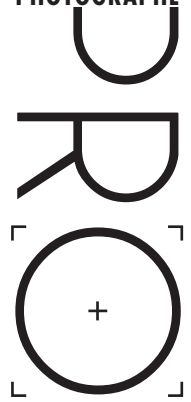


PHOTOGRAPHE



Être photo- journaliste aujourd'hui

SE FORMER, PRODUIRE ET DIFFUSER
SON TRAVAIL

FABIÈNE GAY JACOB VIAL

EYROLLES

Être photojournaliste aujourd'hui

SE FORMER, PRODUIRE ET DIFFUSER SON TRAVAIL

PHOTOGRAPHE



Si le photojournalisme évoque photographies de guerre et reportages dans les zones de conflits, il ne se résume pas à cela. Documenter la société et produire de l'information sur des sujets variés pour la presse régionale ou les entreprises permet aujourd'hui à de nombreux photographes de vivre de leur métier et de financer des projets plus personnels, encore faut-il qu'ils parviennent à toucher les commanditaires et à construire leurs sujets.

L'auteur fait le point sur les pratiques actuelles du métier : où et comment se former, identifier et atteindre les diffuseurs, financer et présenter un projet... Les très nombreux témoignages aident, en outre, à mieux cerner les problématiques rencontrées par les acteurs du milieu, qu'ils soient photojournalistes, formateurs ou diffuseurs, et à trouver des pistes pour évoluer dans cette discipline.

Fabiène Gay Jacob Vial accompagne les photographes dans le développement de leur carrière aussi bien sur le plan artistique que sur le plan d'une activité économique, et propose des formations dédiées sur www.blog-lescyclopes.com. Elle est l'auteur de plusieurs ouvrages de la collection « Photographe pro ».

AU SOMMAIRE

Photojournalisme, photographie documentaire et journalisme • La famille professionnelle

- 1. Les grands repères.** L'histoire en bref • La photographie amateur
- 2. La profession.** Sociologie et information • La crise • La presse, l'argent et la photographie • Production, financement et diffusion
- 3. Ils sont photojournalistes.** Sébastien Calvet : un parcours, c'est une permanence • Pierre Terdjman : se poser les bonnes questions • Capucine Granier-Deferre : se lancer • Marc Melki : s'engager, revendiquer • Pierre Morel : être ouvert pour servir l'anticipation • Yan Morvan : apprendre l'économie • Joan Bardeletti : travailler autour de trois orientations • Franck Vogel : s'investir sur un sujet • Samuel Bollendorff : savoir se renouveler • Benjamin Girette : trouver sa singularité • Maya Vidon-White : ne pas se perdre de vue
- 4. Se former au photojournalisme.** Capacité professionnelle et évolution • Les bases de votre parcours • Écoles et/ou workshops
- 5. Diffuser son sujet.** Communiquer • Le soutien du Web • Les prix et les bourses

- Où les diffuseurs trouvent-ils des photographes ?

Être photo- journaliste aujourd'hui

SE FORMER, PRODUIRE ET DIFFUSER
SON TRAVAIL

CHEZ LE MÊME ÉDITEUR

Dans la même collection

- M. Dournes, *Les photographes et le droit*, 2015, 336 p.
R. Nething, *Photographe 3.0*, 2015, 192 p.
F. Gay Jacob Vial, *Artiste photographe*, 2014, 240 p.
F. Gay Jacob Vial, *Animer des ateliers de photographie*, 2013, 192 p.
A. Amyot, *Vivre de ses photos*, 2013, 168 p.
F. Gay Jacob Vial, *Créer et gérer une activité de photographe*, 2012, 176 p.

Devenir photographe professionnel

- A. Duckworth et F. Falkow, *Du casting au shooting*, 2015, 160 p.
S. Tailleux, *Être photographe portraitiste*, 2014, 256 p.
C. Flers, *Vivre de la photo de mariage*, 2013, 200 p.
É. Delamarre, *Profession photographe indépendant*, 3^e édition, 2013, 320 p.

Techniques de la photo – Prise de vue

- C. Jentsch, *Les secrets de la photo de voyage*, 2016, 200 p.
F. Landragin, *Les secrets de la série photo*, 2016, 224 p.
L. Tichané, *Les secrets de la photo d'enfants*, 2015, 240 p.
G. Lepetit-Castel, *Les secrets de la photo de rue*, 2015, 224 p.
M. Freeman, *Capturer l'instant*, 2015, 208 p.
P. Druel, *Photographier avec son Nikon D750*, 2015, 256 p.
L. Excell, *Composition – Pratique photo*, 3^e édition, 2015, 272 p.
V. Lambert, *Photographier avec son Nikon D810*, 2015, 300 p.
P. Bricart, *Les secrets de la photo de nu*, 2015, 252 p.
D. Dubesset, *Les secrets du cadrage photo*, 2015, 144 p.

Et bien d'autres titres. Consultez notre catalogue sur www.editions-eyrolles.com, et notre actualité photo sur notre webmagazine www.questionsphoto.com.

Groupe Eyrolles

61, bd Saint-Germain – 75240 Paris Cedex 05

www.editions-eyrolles.com

Conception graphique et mise en pages : Nord Compo

Aux termes du Code de la propriété intellectuelle, toute reproduction ou représentation intégrale ou partielle de la présente publication, faite par quelque procédé que ce soit (reprographie, microfilmage, scannérisation, numérisation...) sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite et constitue une contrefaçon sanctionnée par les articles L.335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. L'autorisation d'effectuer des reproductions par reprographie doit être obtenue auprès du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC) – 20, rue des Grands-Augustins – 75006 Paris.

© Groupe Eyrolles, 2016, ISBN : 978-2-212-14300-3

PHOTOGRAPHE

PRO+

Être photo- journaliste aujourd'hui

SE FORMER, PRODUIRE ET DIFFUSER
SON TRAVAIL

FABIÈNE GAY JACOB VIAL

EYROLLES

Remerciements

À toutes les personnes qui ont accepté de donner leur témoignage pour cet ouvrage, nos plus sincères remerciements.

- Joan Bardeletti, photographe
- Daniel Barroy, chef de la Mission de la photographie, ministère de la Culture et de la Communication
- Aurélie Baumel, chargée de production photo et multimédia Médecins Sans Frontières
- Dimitri Beck, rédacteur en chef de *Polka Magazine*
- Samuel Bollendorff, photographe
- Sébastien Calvet, photographe
- Armelle Canitrot, directrice du service photo de *La Croix*
- Fabien Collini, photographe
- Wilfrid Estève, photographe, enseignant et producteur
- Évelyne Eveno, chef photo *Biba*
- Gilles Favier, directeur artistique du festival ImageSingulières
- Jean Favreau, fondateur de PixPalace
- Didier de Faÿs, cofondateur du webmagazine Photographie.com
- Véronique Feunteun, rédactrice photo *Le Parisien Magazine*
- Benjamin Girette, photographe
- Capucine Granier-Deferre, photographe
- Magdalena Herrera, directrice de la photographie *Géo*
- Marie Karsenty, cofondatrice de l'agence Signatures
- Jean-François Leroy, directeur et fondateur du festival Visa pour l'Image
- Pierre-Yves Mahé, fondateur et directeur de l'école Spéos
- Marc Melki, photographe
- Émilie Monod, documentaliste multimédia Unicef France
- Pierre Morel, photographe
- Yan Morvan, photographe et cofondateur du webmagazine Photographie.com
- Pascal Riner, directeur artistique de *Terre Sauvage*
- Laura Serani, commissaire d'exposition, intervenante LUZ Academy
- Jean Noël de Soye, cofondateur de la galerie In camera
- Marie-Pierre Subtil, rédactrice en chef de *6 mois*
- Pierre Terdjman, photographe
- Maya Vidon-White, photographe
- Franck Vogel, photographe
- Jean-Denis Walter, fondateur de la galerie Jean-Denis Walter, ancien chef photo de *L'Équipe Magazine*
- Claudia Zels, présidente de l'Association nationale des Iconographes, chef photo Prisma Presse

Avant-propos

Je suis quelqu'un du partage des savoirs et de la connaissance. J'aime que le plus grand nombre sache ou tout au moins soit en posture d'apprendre et de savoir. Je crois que l'on apprend autant par les autres que par ce que l'on est soi-même en capacité de trouver et d'entendre. Lorsque j'interviens dans les écoles de photographie ou bien lorsque je forme au sein des Cyclopes, je m'attache à dire aux stagiaires qu'il existe différentes formes de culture. La culture cultivée ou culture dite « savante » que l'on apprend à l'école ; elle est incontestable car elle fait référence à l'histoire et aux sciences. Il y a ensuite la culture professionnelle relative aux différents métiers, et qui renseigne sur leurs usages et leurs codes. Cette connaissance permet de se positionner dans un environnement, de stimuler sa propre performance par friction avec les autres professionnels et d'évoluer. Et il y a enfin la culture personnelle que l'on se fabrique soi-même au quotidien en se documentant auprès de sources multiples. Si nous sommes d'accord pour envisager la culture de cette façon, nous sommes alors d'accord pour dire que se cultiver relève d'un processus global. Il n'y a qu'un pas pour reconnaître l'importance de l'information.

À noter

J'ai créé en 2011 les Cyclopes, un centre de formation professionnelle pour les photographes afin de les sensibiliser aux questions de gestion de projet et de développement de carrière.

Les images et la démocratie

Je n'ai aucune hésitation sur le fait de dire que l'on est citoyen lorsque l'on a accès à ce que produit et véhicule le monde. On ne peut prétendre avoir un point de vue si l'on n'a pas été capable d'entendre les mille voix qui s'expriment sur un sujet ; c'est ainsi que l'on s'ouvre et que l'on apprend. Et cela vaut qui que nous soyons. De fait, l'information est capitale ; elle a quelque chose à voir avec l'intelligence d'un peuple et d'une nation.

Selon l'adage « trop d'images tue l'image », la photographie, rapport de preuves, comme le dit si justement l'historien de la photographie Michel Poivert, fait autant l'apologie que la critique de la société. Elle s'impose comme une source d'informations immensément vaste et dans le même temps elle banalise et décrédibilise certains sujets. Elle reste un potentiel révélateur de la société et ce par quoi elle est scrutée

et critiquée. C'est ce qui en fait et en a fait dès l'origine son caractère informatif et documentaire.

Photojournaliste ou photographe documentaire ?

Photojournaliste ou photographe documentaire ? Les professionnels ne font pas de distinction. Ils acceptent timidement de reconnaître qu'il y a peut-être une différence en raison de la durée consacrée au sujet. Le photographe dit « documentaire » travaille souvent plusieurs mois voire plusieurs années sur un même sujet ; de fait, il est beaucoup moins en prise avec l'actualité chaude, c'est-à-dire immédiate. Toutefois, ceci n'est pas assez significatif pour distinguer photojournaliste et photographe documentaire. Aucun professionnel, photographes y compris, n'est d'accord pour mettre des étiquettes sur les pratiques photographiques.

Les étiquettes apparaissent avec la crise dans la photographie ; on tente de la définir, de circonscrire des tendances et des pratiques pour se rassurer. La catégorisation, comme la notion de gamme en marketing, ferait vendre car elle rassurerait le client soucieux de comprendre ce qu'il achète. Tout cela est dépassé. Pour le photographe Sébastien Calvet, « on a tendance à vouloir mettre la photographie dans des cases mais cela ne sert à rien ». C'est aussi l'avis de Didier de Faÿs, cofondateur du webmagazine Photographie.com avec Yan Morvan, qui défend la jeune photographie émergente et invite les photographes à produire des histoires qui ont du sens : « Un portrait peut tout autant documenter qu'un reportage plus classique » (entretien, juin 2015). Les seules images et les séries qui resteront sont celles dont l'esthétique et la narration sont fortes. Qu'il s'agisse de récits imaginatifs comme le propose l'art ou bien relevant du photojournalisme.

Évelyne Eveno, directrice du service photo de *Biba*, dont la carrière passe par de nombreux titres de presse française, dit que nous sommes dans des écritures fluides où les frontières, outre celles de la photographie beauté et cuisine, n'existent plus. Effectivement, il est bien plus important de savoir ce que vous voulez raconter, pour chacune des séries que vous allez produire, que de vous glisser dans une catégorie et tenter de vous confondre et contraindre aux règles qui la régissent.

Je vous invite à faire abstraction de toute définition et à vous concentrer sur l'époque et sur vos intentions. « Le moment n'est pas assez

précis pour arrêter des contours, fixer de nouveaux cadres, définir les expressions et en formaliser de nouvelles théories, les nommer. Il faut accepter d'être dans l'expérimentation. Il faut faire en toute conscience et en toute honnêteté, et tâcher de remettre à l'unisson une profession éclatée et dispersée qui doit pouvoir se reconstruire à la fois par et avec les nouvelles formes des médias et sur les nouvelles données économiques » (Sébastien Calvet, entretien, juillet 2015).

Une grande thématique et une narration personnelle

La guerre, les conflits, l'actualité, les grandes causes sociales et humanitaires, l'environnement, le climat, la politique, les manifestations, les faits divers, le sport, le culturel, etc., sont des sujets de photojournalisme. Quel est le vôtre ? Quelle est votre priorité ? C'est elle qui va déterminer votre choix, vous permettre de trouver votre famille professionnelle et de constituer un réseau efficace.

Si un thème s'énonce comme étant votre priorité, ce n'est pas anodin, c'est que cela fait écho à quelque chose qui vibre en vous et qui vous met en mouvement. Pour moi, cela entre dans une grande thématique, celle qui définit ce sur quoi un artiste travaille indéfiniment, durant toute sa vie. Il s'agit d'une obsession, d'une volonté récurrente de réponse à un même sujet qu'il saura décortiquer, scruter, explorer.

La grande thématique s'associe obligatoirement à la narration personnelle qui n'est autre qu'une direction générale empruntée par un auteur. Il n'est pas question de laisser sous-entendre ici que vous devez répéter la même chose tout au long de votre parcours. Il est uniquement question d'attirer votre attention sur le fait que vous devez avoir de la constance. Ce qui signifie que vous devez vous inscrire dans une démarche qui vous est propre, mais qui doit être identifiable et reconnaissable par tous et, en premier lieu, par vous-même ! C'est ce qui fait un auteur. Vous me direz que vous voulez être photojournaliste et non auteur. Vous le serez assurément, contre vous-même peut-être mais vous le serez. L'époque où les reporters couraient le monde, d'avion en avion, sans avoir à envisager autre chose que couvrir l'actualité est révolue. Vous devrez produire des sujets, raconter des histoires et la meilleure façon de convoquer le succès est d'avoir un univers propre. Attention, je ne dis pas ici que les grands photojournalistes n'avaient ni

univers ni signature, je dis simplement que votre marché est différent du leur.

Il ne faut pas se méprendre sur la notion de narration à ce stade ; la narration apparaît ici comme une constante, quelque chose d'évolutif et de récurrent. Tous les sujets que vous traitez sont une part de ce cheminement général, une réponse à sa recherche. Tant que ceci n'est pas stable ; aucune narration personnelle ne peut exister.

En toute logique, une narration peut avoir des séquences, des orientations distinctes, mais elle ne peut partir dans toutes les directions sans logique et sans cohérence. Si vous êtes prêt à travailler et à vous concentrer, nous pouvons continuer.

Les images et les mots

Source

www.liberation.fr/culture/2013/11/13/liberation-plonge-dans-le-noir_946713

Le 13 novembre 2013, *Libération* publie un numéro sans photo. La journaliste Brigitte Ollier écrit alors : « Un choc visuel. Pour la première fois de son histoire, *Libération* paraît sans photographie. À leur place, une série de cadres vides qui créent un espace de silence, assez inconfortable : c'est flagrant, il y a un manque d'information, comme si nous étions devenus un journal muet. Sans le son, sans cette petite musique intérieure qui accompagne le regard. »

La preuve s'il en fallait que la photographie n'est pas un complément aux mots et qu'elle est une écriture à part entière qui, parfois s'y juxtapose avec puissance et subtilité.

Vous me direz peut-être que l'on n'a pas toujours besoin d'une écriture photographique particulière mais simplement d'une bonne photo techniquement irréprochable pour illustrer un article sur des sujets aussi vastes et récurrents qu'un salon professionnel, un publi-reportage beauté ou cuisine, ou encore un fait divers dont regorge la presse locale, la presse people, les flash news présents sur tous les flux d'information continue et bien entendu sur les réseaux sociaux. Vous avez raison. Tout est affaire de contexte et de choix. Soit vous êtes photojournaliste et vous vous attachez à donner du sens et du fond à chacune des images que vous faites constituant ainsi un corpus apte à renseigner et à documenter la société, soit vous illustrez des faits et des situations grâce à une bonne maîtrise technique, un bon cadre et une bonne gestion de la lumière. Ce sont simplement deux choses fondamentalement différentes avec pour première différence votre rapport à l'information. Nous

parlons ici de « photojournalisme », aussi allons-nous faire du concept du sens notre leitmotiv !

L'information est omniprésente. Elle a évolué au gré des mutations des supports classiques qu'il s'agisse de la presse écrite quotidienne, régionale, d'actualité, de news, de la presse spécialisée, de l'avènement des *pure players* et de la multiplication récente des offres mixtes, c'est-à-dire mêlant papier et version en ligne.

La pratique des lecteurs épouse avec plus ou moins de réactivité et de souplesse ces changements majeurs. On s'informe en continu avec des pauses et des reprises de lecture calquées sur les emplois du temps et la disponibilité de chacun. Aujourd'hui, 45 % des Français consomment la presse sur Internet, 55 % sur supports papier. 5,9 titres sont ainsi lus en 1 mois. Sur les 45 % de lecteurs en ligne, 32 % le font sur mobile et 68 % sur un poste Internet fixe. À la lecture des études, on se rend compte qu'aujourd'hui comme hier, la presse participe à se forger une opinion, ce qui confirme ce que nous disions plus haut. Ce qui m'intéresse est que, l'offre étant à présent tellement vaste, on constate chez les lecteurs un choix raisonné de supports et de contenus. Cette tendance va s'affirmant. Retenez-en la nécessité d'exigence et de qualité.

Pure players

Offres exclusivement en ligne.

Source

Étude réalisée par Audipress One, en 2014, sur un échantillon de 35 000 Français de plus de 15 ans.

Parler de photojournalisme, c'est forcément parler de journalisme

Lorsque j'ai fait mes études supérieures, mon professeur de marketing nous disait que la publicité était une information partisane et intéressée et le journalisme son exact contraire.

La publicité raconte une histoire qui séduit ; l'information est le récit d'une réalité. Derrière la publicité, il y a l'acte de séduire et de vendre ; derrière l'information, il y a l'acte de rendre compte de faits tangibles, vérifiables, objectifs. Cette dernière n'a d'autre finalité que dire ce qui est. Vous constaterez très vite que vous pouvez être à la lisière des deux univers, essentiellement dans vos projets au long cours et en raison de partenariats avec des entreprises ou des organismes qui verront dans votre démarche une bonne opportunité de communication. Je vous conseille de ne pas mêler les deux types de discours dans un même travail. Réfléchissez et voyez de quelle façon organiser des messages de communication à partir de votre travail et du sens que vous lui donnez, mais n'en faites pas un vecteur de communication pour un

tiers. Votre intention est votre narration ; elle n'est pas le contenu de communication en tant que tel. J'aime le rappeler car c'est fondamental. Soyez vigilant !

Le journaliste est comme son secteur d'activité, c'est-à-dire en mutation. Il a dû et doit continuer à se renouveler. Les lecteurs n'ont pas disparu, ils sont bien là mais plus diffus. Leurs attentes sont différentes. Les agrégateurs de contenus, les plateformes participatives, les mooks, les marques elles-mêmes qui créent des espaces d'information autour de leurs univers, les grands opérateurs tels Google, Facebook, Orange, etc., profitent de leur très forte audience pour recycler des informations et participent à muscler cette offre pléthorique. L'apparition, l'engouement puis la très forte présence des réseaux sociaux et des blogs sur la Toile, outre le fait de fournir à tout le monde et n'importe qui la possibilité de se créer un espace de visibilité et de publier tout et n'importe quoi sans aucun filtre ni aucune réserve – ce qui représente une véritable problématique –, ont laissé émerger l'idée que l'information gratuite était à la portée de tous – tant en termes d'accessibilité que de production ! –, sous-entendant dès lors que la question de la rémunération des journalistes pouvait être éludée. Or, produire de l'information a un coût ; les écosystèmes en place ne peuvent en faire abstraction et plusieurs tentatives démontrent que l'on peut faire de belles publications qui trouvent audience. Leur point commun : la définition d'une ligne éditoriale claire, une très bonne connaissance des secteurs qu'elles explorent, de la qualité, du sens. C'est le cas de *XXI*, *Society*, *Sofoot*, *Milk*, pour n'en citer que quelques-uns.

Les Jours
Notons le lancement annoncé pour fin 2015 d'un nouveau pure player d'information, *Les Jours*, fondé par une équipe d'anciens journalistes de *Libération*.

Photographe journaliste

Lorsque j'ai commencé à rencontrer des professionnels de la photographie pour échanger avec eux sur le photojournalisme, la première question que j'ai eu envie de leur poser a été « comment définissez-vous le photojournalisme ? ». Je cherchais à savoir si, pour eux, il était différent de la photographie documentaire et si oui en quoi ? J'avais envie de leur point de vue sur la posture du photojournaliste, et d'entendre ce qu'il fallait faire, selon eux, pour être un bon photojournaliste en 2015.

Première chose : le photojournaliste ne peut faire abstraction de l'information. Une évidence qu'il est bon de rappeler et qui permet lorsque nous, professionnels, lisons les travaux de situer le photographe. Être sensible à une cause ne fait pas un photojournaliste, c'est un point

crucial : ce qui fait du photographe un photojournaliste est le choix d'informer. Le photojournaliste est donc journaliste. La déontologie de son métier est celle du journaliste.

Le photojournaliste est par conséquent quelqu'un qui a un réel intérêt pour l'information. C'est vraiment très important car cela définit la posture face aux sujets et montre bien qu'il faut dépasser l'envie ou le besoin ponctuel de témoigner sur un fait, une cause, etc. Le photojournaliste a un lien durable avec l'information, reprenez-le.

À noter

Les textes officiels considèrent d'ailleurs que le photojournaliste est un journaliste spécialisé dans la photographie.

Véracité de récits

Tous les professionnels – chef de service photo, iconographe, *picture editor* en agence, photojournalistes eux-mêmes – insistent sur la notion de récit et d'emprise avec le réel. Il existe toujours autour d'un sujet des faits dont on doit avoir conscience, que l'on doit connaître et pouvoir appréhender si l'on veut transmettre et informer de la meilleure façon qu'il soit. Bien évidemment, on ne peut jamais tout savoir, tout connaître, anticiper tous les revirements de situation, mais vous devez adopter une attitude qui vous mette en veille permanente. Faites de la nécessité d'être curieux et ouvert votre leitmotiv. Si vous choisissez ce métier, vous devrez travailler à partir de sources, enquêter, recouper des informations, vérifier des témoignages.

Une petite précision quant à vos images : cela sous-entend que vous n'abuserez pas de la postproduction et que votre usage des logiciels de retouche se limitera à corriger quelques erreurs de prises de vue et non à transformer le visuel. Si tel n'était pas le cas, je me demande comment vous parleriez de véracité d'information !

Le photojournalisme pose forcément la question de la morale. Que faut-il montrer ? Tout est-il montrable ? Quelle limite faut-il se fixer ? « L'honnêteté, la responsabilité, l'exactitude et la vérité, les maîtres mots de la déontologie du photojournalisme, ils sont garants de la probité du domaine. »

Vous devez bien réfléchir à ce que vous voulez faire. Être photojournaliste, c'est faire la transcription de la réalité et le meilleur moyen de ne pas la transformer est d'être certain de ce que vous avancez. C'est le fondement de votre métier.

Source

« La rectitude photographique », Vincent Lavoie, <https://etudesphotographiques.revues.org/3123>

Une famille professionnelle

Si vous entendez devenir photojournaliste pour voyager et vivre quelques grands frissons, je vous conseille de changer d'idée. Oui, le voyage et de grands frissons vous attendent au détour d'un sujet mais ils ne peuvent être un critère de choix. C'est un peu comme les petits enfants qui veulent devenir super-héros, cascadeur, pompier, chirurgien ou détective, c'est mignon mais cela n'a aucun sens. Soyons clair, être photojournaliste demande beaucoup d'endurance intellectuelle certes mais aussi physique, vous allez beaucoup vous déplacer, beaucoup attendre, être soumis à une tension et un stress du fait de la vitesse de l'information. Il vous faudra une grande force mentale car rien n'est simple, aussi bien la dureté de certains faits divers, que le coude à coude avec vos homologues sur le terrain, ou encore l'attente devant les faits qui se déroulent toujours à leur propre rythme, sans que vous y puissiez quoi que ce soit. D'un point de vue pratique, vous aurez besoin d'une très bonne organisation, d'un réseau professionnel sélectif, qualitatif et riche.

Vous comprenez bien ici que si le domaine de l'information est vaste, vous ne pourrez être multiple, ni être une sorte de sprinter sachant marcher sur tous les fronts de l'actualité chaude et de l'information. Vous devrez vous concentrer sur un type d'actualités, un type de reportages car vous y trouverez toute la chaîne qui servira votre carrière. Vous saurez où vous former, vous saurez avec qui faire des stages, de qui et où être assistant, vous saurez dans quels réseaux vous devez évoluer. Cela implique d'avoir un objectif et de s'y tenir. C'est paradoxal, je vous demande ici, à l'aube de votre carrière ou en tout cas de votre carrière dans le photojournalisme (il se peut que ce soit le fait d'une reconversion, d'un virage professionnel), de savoir avec qui vous avez envie de travailler, donc de décider quel doit être le point d'orgue de votre carrière. Est-ce à dire que je ne laisse pas de place à l'aléatoire, aux rencontres opportunes qui pourront vous faire prendre un chemin ? Non, cela signifie que plus vous saurez, plus vous aurez préparé et plus vous aurez conscience de ce que vous voulez et pouvez faire, plus vous atteindrez votre objectif et moins vous vacillerez en chemin. Car ce dont il est question, c'est de réussite.

Sébastien Calvet me disait qu'avant toute chose il fallait être capable de reconnaître sa « famille professionnelle ». J'aime beaucoup cette notion, je la tiens pour fondatrice de la réussite. « Une fois que vous avez reconnu votre famille professionnelle, vous avez les passerelles et vous avancez » (entretien, juillet 2015).

Vous pouvez avoir des liens, des relations dans tous les milieux de la photographie comme dans d'autres milieux professionnels mais vous devez avoir un espace et des interlocuteurs de prédilection qui vous permettent de faire effectivement votre métier. Photojournaliste, c'est très vaste. Il y a des photojournalistes dans la presse écrite quotidienne locale, des photojournalistes dans les institutions et les collectivités territoriales locales et régionales, leur métier et leur quotidien n'a rien à voir avec les photojournalistes des magazines ou des grands quotidiens nationaux ou internationaux. La raison tient dans des différences de contexte et l'on est bien d'accord que c'est ce qui compte avant tout car photographier un incendie à Mulhouse, à New York ou à Paris reste une approche sensible d'un fait. Ce qui est fondamentalement différent est le média, le circuit de diffusion et la portée historique ou sociétale du fait.

Les images et l'histoire

Cet ouvrage n'est pas le lieu pour développer la façon dont la photographie a permis de retranscrire et d'enregistrer les faits d'Histoire, mais je souhaite rappeler quelle est sa place dans ce processus.

La photographie, par le reportage des photographes, a été le seul moyen de voir ce qu'il se passait loin de chez soi. Il faut bien se souvenir qu'au XVIII^e siècle ni les moyens de transport, ni les moyens de transcription ne permettaient de rendre compte de ce qu'il se passait à l'autre bout du monde comme d'ailleurs de ce qu'il se passait près de chez soi. Lorsque les événements se déroulaient à proximité, on y assistait ou on en entendait parler ; lorsqu'ils étaient loin, on se contentait des récits des uns et des autres. Le dessin et les croquis furent avant la photographie les premiers témoins.

En 1840, la volonté d'informer et de faire comprendre aux peuples les faits d'actualité définit la fonction et le rôle du photojournalisme. Lors de la Première Guerre mondiale, la photographie reste encore loin des événements du terrain, la proximité avec ce qu'il se passe effectivement est distancée du fait de la technique photographique, les photoreporters sont empêchés dans leurs mouvements par des appareils lourds, encombrants et bien entendu par les conditions liées aux transports. Les tout premiers reporters sont d'ailleurs des soldats que l'on incite à photographier par le biais de concours de photo. Ce sont les années 1930 qui offrent au photojournalisme de devenir ce qu'il est aujourd'hui.

Il permet aux magazines d'informer et au public de se projeter visuellement dans des lieux, des contextes dont il n'a aucune représentation. Nous ne sommes pas à l'heure d'Internet ou en quelques clics nous pouvons nous faire une idée d'à peu près tout. L'âge d'or du photojournalisme et la posture de héros des photojournalistes ont sans aucun doute quelque chose à voir avec le fait qu'ils ont ouvert la porte du monde pour le plus grand nombre.

J'interviais en novembre 2014 un dirigeant d'entreprise qui me disait que l'Histoire était avant tout faite des histoires familiales et des histoires domestiques. Je considère que les premières images de familles sont les premières images documentaires. Elles produisent des histoires et de l'information qui elles-mêmes participent à l'écriture de l'Histoire en train de se faire. Le photojournaliste participe à cette écriture de l'Histoire. Chacun de vous documente un champ de ce qui restera demain. Faisant cela, vous constituez un fond photographique, qui alimente une thématique, un lieu, un mouvement de politique générale et de militantisme, une évolution, un développement, etc.

Si vous êtes photojournaliste, vous participez à ce mouvement, cette écriture de l'Histoire. Cela demande conscience et respect des faits et des Hommes. C'est en soi un engagement.

Photographier la guerre et les conflits

Dans ce panorama de l'information et de l'histoire, j'ai choisi de ne pas aborder dans cet ouvrage la photographie de guerre ni la photographie en zone de tensions ou en zone de conflits. Cette photographie est fondamentalement autre chose. Si d'un point de vue purement photographique, je peux entendre que la maîtrise de l'image doit être la même, ni plus ni moins, l'engagement humain, éthique, déontologique et moral est différent. Et pour moi, il était hors de question de mêler dans un même ouvrage ces deux approches que je considère comme deux métiers distincts.

En écoutant les photojournalistes et les professionnels me donner leur point de vue pour ce présent ouvrage, j'ai bien évidemment entendu des avis, des sentiments, des mots concernant la photographie de guerre. Ils m'ont confortée dans mon choix, et sachez que nul ne fait l'amalgame entre les deux. J'attire votre attention sur le fait qu'être photojournaliste ne va pas vous confronter aux grands conflits.

Les photographes qui couvrent les conflits le font quelquefois au début dans l'inconscience galvanisés par l'envie d'être là-bas, de faire partie de l'histoire, de ramener l'image qui peut-être sera le symbole de tel ou tel événement, de tel ou tel lieu, de telle ou telle période... L'adrénaline, le pouvoir, le flirt avec le danger et la mort, faire ce que les autres ne font pas, ne connaissent pas, avoir vu « ça » sont de puissants moteurs, pas toujours les meilleurs conseillers. Si photographier la guerre et les conflits du monde est votre choix, n'hésitez pas mais faites-le en connaissance de cause et sachez que c'est l'ensemble de votre vie, c'est-à-dire votre quotidien, votre rapport à vos proches, votre vie personnelle et intime qui en seront impactés. Vous modifiez définitivement votre rapport à la vie. Et ce n'est pas anodin.

Jérôme Clément-Wilz est réalisateur. Ses tournages l'ont conduit dans plus de vingt pays, sur des thématiques dites « société », ainsi que sur des terrains de conflit. Il a consacré un reportage intitulé « Un baptême du feu » à Corentin Folhen, photographe passionné par l'univers de l'actualité entré chez Wostok Press en 2004. Aujourd'hui diffusé par Divergence, Corentin Folhen collabore, entre autres, avec *The New York Times*, « M » le magazine du *Monde*, *Paris Match*, *Libération*, *Stern*, *Polka Magazine*, *The International Herald Tribune*, *Le Monde*, *le Figaro*, la revue *6 mois*...

Le film de Clément-Wilz montre très bien, à travers l'expérience de Corentin Folhen, pourquoi la photographie sur les terrains en conflit interroge la fonction même de journaliste. « Pourquoi je fais ce job, pour qui est-ce que je travaille, est-ce que je suis emporté par un vent médiatique, embarqué dans un bateau qui n'est pas le mien et qui est juste de la propagande ? À quel point suis-je maître de moi, de mon discours ? » Cela a le mérite de ramener à l'essentiel et d'être universel. Posez-vous exactement les mêmes questions avant d'exercer ce métier à Paris, Lyon, Bordeaux, Nice, ou dans n'importe quelle ville de France ou d'Outre-mer. En somme, pourquoi faites-vous le choix de cette carrière ?

Table des matières

1. Les grands repères	1
L'histoire en bref.....	1
La photographie amateur.....	3
Des lendemains qui chantent.....	5
2. La profession de photojournaliste	7
En quoi consiste le métier de photojournaliste ?.....	7
<i>Message et mise en scène</i>	7
<i>Sociologie et information</i>	9
La crise ? Quelle crise ?.....	10
<i>Une crise des donneurs d'ordre</i>	10
<i>La carte de presse</i>	13
<i>Travailler avec qui, travailler pour qui ?</i>	14
Photographe, un terme générique ?.....	18
<i>Trois statuts pour un même métier</i>	19
<i>Les salariés permanents</i>	20
<i>Les pigistes titulaires de la carte de presse</i>	21
<i>Les indépendants</i>	23
La presse, l'argent et la photographie.....	24
<i>Production et diffusion</i>	25
<i>Créativité, innovation et champs créatifs</i>	27
<i>La réalité économique du photographe du XXI^e siècle</i>	28
<i>Financer votre travail</i>	31
Quelques pistes de l'Observatoire du photojournalisme.....	33
<i>Le financement participatif des particuliers</i>	34
<i>La production d'histoires visuelles d'aujourd'hui</i>	34
<i>Des pistes plus institutionnelles</i>	35
3. Ils sont photojournalistes	37
Trois générations.....	37
<i>Argentique et numérique</i>	38
<i>Le métier a changé</i>	39
<i>Construire votre parcours</i>	41
Sébastien Calvet : un parcours, c'est une permanence.....	44
Pierre Terdjman : se poser les bonnes questions.....	46
Capucine Granier-Deferre : se lancer.....	49
Marc Melki : s'engager, revendiquer.....	51
Pierre Morel : être ouvert pour servir l'anticipation.....	54
Yan Morvan : apprendre l'économie.....	58
Joan Bardeletti : travailler autour de trois orientations.....	63
Franck Vogel : s'investir sur un sujet.....	67
Samuel Bollendorff : savoir se renouveler.....	69
Benjamin Girette : trouver sa singularité.....	71
Maya Vidon-White : ne pas se perdre de vue.....	75
4. Se former au photojournalisme	81
Capacité professionnelle et évolution.....	81
Les bases de votre parcours.....	82
<i>Journaliste ou communicant ?</i>	83
<i>Poser les bonnes questions</i>	85

<i>Travailler avec des sources</i>	86
<i>Faire de la pédagogie</i>	87
<i>Les qualités humaines</i>	88
<i>Les qualités professionnelles</i>	92
<i>Atteindre votre objectif</i>	98
<i>Produire un sujet</i>	99
Se former à l'école.....	100
<i>Spéos et Magnum</i>	101
<i>L'EMI-CFD</i>	102
<i>Le Diplôme d'Université en « Photographie documentaire et écritures transmédia » de l'Université de Perpignan</i>	102
<i>Luz Academy, Milan</i>	103
<i>ICP New York</i>	104
Participer à des workshops.....	105
<i>24 The Workshop, International Photography Masterclass</i>	106
<i>Eyes in Progress et VII</i>	107
Quelques parcours et reportages.....	108
<i>Elisabeth Schneider</i>	108
<i>Mathieu Génon</i>	109
<i>Vincent Boisot</i>	109
<i>Frédéric Pauwels</i>	109
<i>Thomas Salva</i>	110
<i>Morgan Fache</i>	110
<i>Hugo Ribes</i>	111
<i>Olivier Tournon</i>	111
<i>Olivier Roller</i>	111
<i>Cécile Dégremont</i>	112
<i>Samuel Hense</i>	112
<i>Autres regards et démarches</i>	112
Pour aller plus loin.....	113
<i>Osez sortir des sentiers battus !</i>	113
<i>Lisez !</i>	113
<i>Sur Instagram</i>	114
5. Diffuser son sujet	117
Diffuser, c'est communiquer.....	117
<i>La communication est une histoire</i>	119
<i>Communiquer, c'est du bon sens</i>	120
<i>Un plan de communication efficace est de la logique</i>	123
<i>Le Web pour soutenir votre démarche de photographe</i>	125
<i>Les prix et les bourses</i>	127
Les diffuseurs.....	132
<i>Rédacteurs photo et iconographes</i>	132
<i>Où trouvent-ils photographes et images ?</i>	135
<i>Les agences</i>	135
<i>Les ONG</i>	141
<i>La presse</i>	146
<i>Les galeries</i>	153
<i>Les festivals en France et en Europe</i>	156
En guise de conclusion	161
Bibliographie	163