



HAL
open science

Introduction. Derrière l'image : pour une histoire sociale et culturelle des productrices et producteurs de photographies

Marie-Eve Bouillon, Laureline Meizel

► To cite this version:

Marie-Eve Bouillon, Laureline Meizel. Introduction. Derrière l'image : pour une histoire sociale et culturelle des productrices et producteurs de photographies. *Photographica*, 2022, Derrière l'image, 4, pp.11-20. hal-03718750

HAL Id: hal-03718750

<https://hal.science/hal-03718750>

Submitted on 9 Jul 2022

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

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

DERRIÈRE L'IMAGE. POUR UNE HISTOIRE SOCIALE ET CULTURELLE DES PRODUCTRICES ET PRODUCTEURS DE PHOTOGRAPHIES

Marie-Ève Bouillon et Laureline Meizel

« En voyant la quantité considérable d'épreuves, stéréoscopiques ou autres, qui sont chaque jour mises en vente, on ne songe pas à la somme énorme de travail qu'elles représentent, au nombre de mains par lesquelles elles passent avant d'être livrées aux acheteurs, ni à la place que les ateliers où elles se produisent occupent dans le Paris moderne. C'est là pourtant une question intéressante et qui vaudrait bien la peine d'être étudiée. »
Anonyme, « Quelques mots sur la photographie au point de vue industriel »,
La Lumière, vol. 9, n° 51, 17 décembre 1859, p. 201.

RENVERSER LA PERSPECTIVE

Une photographie est produite par un photographe. Apparemment, rien de plus évident qu'une telle affirmation : un œil, un appareil, une image, passant elle-même de main en main, circulant, presque autonome, de support en support, gagnant en notoriété, avant éventuellement de devenir icône, grâce à la pertinence de l'œil qui en est à l'origine. Naturalisant le rapport d'un individu à une audience par l'entremise de l'image photographique¹, ce récit a été construit de longue date, par exemple au sein de la coopérative Magnum, dans le sillage des revendications auctoriales des photoreporters après la Seconde Guerre mondiale². À leur suite, une grande partie de l'histoire de la photographie a été écrite au prisme de la figure de l'auteur, dans le contexte de l'institutionnalisation et de la patrimonialisation du *medium*³. Et pourtant, pour qu'une image photographique existe dans l'espace public, pour qu'elle soit soumise au regard et à l'intellection, qu'elle fasse l'objet d'une consommation et qu'elle intègre le fonds commun des représentations par sa mise en circulation et son appropriation, l'intervention d'une multitude d'actrices et d'acteurs est nécessaire.

C'est ce que manifeste avec éclat l'œuvre de Jean-Luc Moulène, analysée par Philippe Artières au seuil de ce numéro. Datée de 1987, la une de journal photographiée par l'artiste – premier « objet de grève » de la série du même nom – révèle que toute matérialisation d'une photographie conçue pour être diffusée à de nombreux exemplaires – condition *sine qua non* de son existence sociale – est le produit d'une action collective, qui ne se limite pas à celle du photographe. En particulier, les filets typographiques qui encadrent des images absentes et pourtant créditées invitent à prendre conscience de la diversité des professionnels, en l'occurrence les retoucheurs et les photographeurs, dont l'intervention est absolument essentielle à la « vie "publique" des photographies⁴ », alors même qu'elle est le plus souvent indiscernable dans l'espace de la représentation.

En outre, ce qui pourrait paraître d'autant plus frappant à une période de consensus sur le statut d'auteur du photographe l'est aussi aux prémices de l'histoire du *medium*. Dès la fin des années 1850, en plein essor du capitalisme industriel et financier,

les revues spécialisées se font l'écho d'une économie de la photographie dont l'effcience, mesurée au nombre croissant des images vendues, repose sur la division des tâches au sein des ateliers. En 1859, un article paru dans *La Lumière* décrit par exemple la variété des métiers, des compétences et des interventions nécessaires à la production en série des photographies, au sein de ces entreprises de l'image que sont déjà les ateliers de vues stéréoscopiques dirigés à Paris par Alexis et Charles Gaudin ou, dans l'extrait suivant, par Claude-Marie et Jacques-Alexandre Ferrier, avec Charles Soulier :

À côté du vaste magasin où les épreuves, rangées symétriquement dans des casiers numérotés, s'offrent aux acheteurs, s'étend une enfilade de pièces où l'on travaille activement. Ici, c'est le laboratoire, puis la chambre aux préparations, puis celle où se fait le tirage des épreuves ; opération importante que M. Ferrier lui-même surveille continuellement. À la fin de la journée, toutes les épreuves positives obtenues pendant le jour — le nombre en est considérable — sont livrées à d'autres mains et développées pendant toute la soirée, dans une pièce spéciale. Un homme procède au fixage et au lavage dans une chambre voisine. Une fois terminées, les épreuves positives sur verre sont remises à des ouvriers qui les coupent, d'autres y appliquent un verre dépoli ; puis, on les examine une à une pour en corriger, à l'aide d'un pinceau, les légères imperfections ; des femmes les prennent alors et les nettoient, d'autres les encadrent, et, enfin on y colle [...] les légendes explicatives. [...] L'établissement n'occupe pas moins de huit ou dix vastes pièces, et le personnel s'élève à une quinzaine de personnes, sans compter celles qui travaillent au dehors⁵.

L'auteur se demande alors « combien de ceux qui, dans un salon, admirent une vue stéréoscopique d'Italie [Fig. 1] [...] ou de Suisse, se rendent compte de la filière par laquelle elle a passé, et du nombre de bras qu'elle a mis en mouvement avant d'arriver là⁶ ? »

Analysant la photographie « au point de vue industriel » au cœur d'une première période de développement de son commerce⁷, ce texte souligne ainsi la corrélation entre, d'une part, le foisonnement d'images similaires ou identiques mises en circulation auprès d'un large public et, d'autre part, la démultiplication et la spécialisation des individus œuvrant à leur fabrication. De façon remarquable, il conjugue également ces deux phénomènes avec l'accroissement et la restructuration des espaces où ces individus travaillent, en particulier dans le passage placé en exergue de cette introduction. Plus généralement, il suggère que l'augmentation de la visibilité des photographies commerciales, industrielles, est inversement proportionnelle à celle de leurs moyens de production. Par exemple, à l'exception notable des directeurs d'entreprise, l'absence de mention des multiples acteurs qui interviennent dans le processus de leur fabrication – sur les objets comme dans les sources⁸ – semble nécessaire au désir et au plaisir de leur consommation.

Dès cette époque cependant, les moyens de production sont parfois au cœur des représentations. Ainsi, en 1865, une vue stéréoscopique éditée par Jules Raudnitz, autre grand nom de la photographie en relief sous le Second Empire, met en abîme le processus de sa fabrication [Fig. 2]. Ses différentes étapes sont représentées par cinq hommes et une femme, à qui leur attribut et leur positionnement dans l'espace confèrent une dimension allégorique. Près de la porte à l'arrière-plan, un homme tenant une fiole figure le travail en laboratoire. Dans le prolongement de son regard, deux ouvriers se livrent au tirage des



Fig. 1 Ferrier père, fils & Soulier, « Cérémonie de la bénédiction le jour de Pâques, Rome » (n° de catalogue 599), vers 1859, d'après un négatif à l'albumine sur verre attribué à Claude-Marie Ferrier, 1854-1859. Vue stéréoscopique tirée à l'albumine sur verre, légendée et créditée au tirage, fixée sous verre, 8,5 × 17,4 cm. Paris, Collection Serge Kakou.

Fig. 2 Jules Raudnitz, [Le montage des vues stéréoscopiques dans un studio photographique], 1865. Vue stéréoscopique tirée sur papier albuminé, montée sur carte, 8,5 × 17 cm. Paris, Bibliothèque nationale de France, EK-5 (RAUDNITZ, JULES) © Bibliothèque nationale de France.

épreuves, que symbolise le châssis-pressé maintenu par celui au premier plan. Dos à lui, un autre est assis face à une planche-modèle et, grâce à ce qui ressemble à un pinceau ou à un porte-mine, retouche ou colorie des épreuves. À sa droite, ciseaux en main, une femme est absorbée dans la découpe des vues. Enfin, près du poêle, un homme paraît les contrôler, et figurer ainsi le dernier maillon de cette chaîne de production. Par sa composition, la photographie de Raudnitz met donc en valeur la multitude d'employés spécialisés que requiert la fabrication en série des vues stéréoscopiques à cette période. Elle le fait néanmoins sur un mode fictionnel puisque, si les personnages symbolisent les différentes étapes de ce processus, les bouteilles, châssis-pressés, égouttoirs à plaques et planches d'images qui encombrant cet espace exigu ont pour fonction d'offrir une représentation condensée des lieux où se fabriquent les objets photographiques, dans le Paris du milieu du XIX^e siècle. En effet, la division du travail infléchit déjà la structuration spatiale des ateliers, comme l'explique l'auteur de *La Lumière* quelques années auparavant⁹.

Cinquante ans plus tard, mais toujours à Paris, l'éditeur de cartes postales Ernest Le Deley propose pour sa part une représentation de l'articulation entre division du travail et organisation de l'espace, à travers une série dédiée à son « usine » de la rue des Arquebusiers, dont chaque carte figure l'une des pièces du bâtiment. Le nombre, le genre ou la posture des travailleurs diffèrent alors selon le lieu représenté, car chacun d'eux correspond à l'une des étapes de la fabrication et de la diffusion des cartes postales. Par exemple, la vue légendée « Bureau du Directeur » [Fig. 3] explicite et met en valeur l'acte du choix éditorial, effectué dans cette pièce par le chef d'entreprise à sa table de travail, comme le souligne le jeu des regards des quelques hommes qui l'assistent dans cette activité centrale de la maison. Par contraste, la carte postale de la « Salle des Expéditions [en] – Province » [Fig. 4] accentue le foisonnement des individus, en particulier des femmes et des adolescents, dont le travail à la chaîne – effectué dans un environnement plus vaste mais saturé de cartes, et surveillé par un contremaître qui n'est autre que Le Deley – est nécessaire à la dissémination en masse de ces images sur tout le territoire français. À travers cette série, l'éditeur promeut donc le bon fonctionnement de son industrie, qui repose sur la productivité et la cadence appliquées à la fabrication et à la diffusion des images, grâce à la hiérarchisation des espaces et des individus qui les produisent. En mettant en scène le travail requis par la production des cartes postales au tout début du XX^e siècle, cette série rend ainsi visible les inégalités, voire les tensions, qui sédimentent dans les photographies, consommées par un public de plus en plus vaste à partir du milieu du XIX^e siècle.

À l'instar de la vue stéréoscopique éditée par Raudnitz, et plus encore peut-être malgré sa date, cette série fait donc écho à la description des ateliers publiée dans *La Lumière* en 1859. Comme le suggérait ce même article, ces représentations du travail photographique brillent toutefois par leur grande rareté¹⁰. Pour cette raison en particulier, elles esquissent des pistes importantes si l'on veut penser les mécanismes de la prolifération de certaines images dans la sphère publique, et donc la formation des cultures visuelles. En nous faisant passer du salon à l'atelier, puis à l'usine, les exemples cités nous invitent notamment à questionner les stratégies qui sous-tendent la disparition partielle ou totale, subie ou consentie, des multiples individus participant à la production industrielle des photographies, des représentations que se forgent les sociétés contemporaines pour fonctionner, tout comme de leur histoire.



Fig. 3 Ernest Le Deley (ELD), « Bureau du Directeur », carte postale de la série *Grand Comptoir de la carte postale illustrée E. L. D. Usine des Arquebusiers [...]*, [1900-1910]. Phototypie, 9 × 14 cm. Collection particulière.

Fig. 4 Ernest Le Deley (ELD), « Salle des Expéditions – Province », carte postale de la série *Grand Comptoir de la carte postale illustrée E. L. D. Usine des Arquebusiers [...]*, [1900-1910]. Phototypie, 9 × 14 cm. Collection François Cazenave.

Dès lors, force est de constater que la question placée en exergue de cette introduction vaut aujourd'hui encore la peine d'être étudiée. Plus de cent soixante ans après, que sait-on par exemple des retoucheurs, des tireurs ou des photograpeurs qui, depuis le milieu du XIX^e siècle, ont contribué à la fabrique et à la diffusion massives des images photographiques ? À la lumière des exemples donnés, il apparaît pourtant que leur étude peut nous permettre de mieux cerner comment ont été formés des imaginaires partagés, en éclairant les enjeux, les ressorts et les effets des multiples couches de médiations qui ont permis aux photographies de marquer les consciences collectives. Aussi, ce numéro de *Photographica* propose-t-il d'adopter la posture de l'article cité dans cet exergue. En examinant ce qui se passe « derrière l'image¹¹ » plutôt que devant elle, les textes qu'il rassemble visent donc à explorer ce que produit ce renversement de perspective sur l'analyse des cultures visuelles.

DÉFINIR UNE NOTION, QUESTIONNER SES LIMITES

Comme le montrent les autrices et les auteurs de ce numéro, c'est d'abord une constellation d'actrices et d'acteurs auparavant mal identifiés – car souvent anonymisés au sein des représentations, ou invisibles tout simplement –, qui apparaît lorsque l'on se place derrière l'image. Outre les photographes et les directeurs d'atelier, des coloristes, retoucheuses et retoucheurs, éditeurs, rédactrices de mode, directeurs artistiques et documentalistes participent activement à la commande, à la conception, au financement, à la fabrique, à la gestion et/ou à la sélection des images conçues pour être mises à la disposition d'un vaste public. Ce constat invite ainsi à questionner, en synchronie et en diachronie depuis le XIX^e siècle, le rôle de ces acteurs dans la mise en forme des photographies qui nous parviennent, comme dans les fluctuations des valeurs économiques et symboliques qui leur sont associées, car elles interagissent avec leurs usages à différentes étapes de leur existence sociale. Pour le dire autrement, comment l'origine, la culture, l'environnement professionnel ou encore les interactions de ces individus façonnent-ils les photographies diffusées, et plus encore leur réception ? Grâce à l'analyse conjointe de leur trajectoire personnelle, de leurs interrelations, des images photographiques qui constituent le produit de leur action collective, enfin de l'horizon d'attente que celles-ci suscitent, l'enjeu est donc de saisir l'influence, sur les cultures visuelles, de celles et ceux que nous proposons de regrouper sous la notion de « productrices/producteurs de photographies ».

En éclairant l'intervention d'une foule d'anonymes dans la vie publique des images photographiques, le déplacement méthodologique que nous opérons incite en effet à étendre la notion de « producteur », souvent réduite à la figure du photographe sans plus d'explication, à l'ensemble des actrices et des acteurs – individus ou entreprises – qui interviennent dans les processus menant à la diffusion des photographies. Entendue au sens économique¹² – car distinguée de la notion de « consommateur » et associée à l'édition et à la distribution des images –, la notion de « productrices/producteurs de photographies » nous permet donc d'englober les éditeurs, les photographes, les tireurs, les retoucheurs, les photograpeurs, les imprimeurs, les agences de photographies et de presse ou encore les iconographes, qu'ils soient employés ou chefs d'entreprise, professionnels ou amateurs.

Ce renversement s'avère alors extrêmement fécond car, en réincarnant l'histoire de la photographie, il permet d'envisager un système de mise en image dans sa complexité et sa diversité. S'il puise notamment aux apports d'une sociologie pragmatiste de l'art, de la culture et des médias¹³, il prolonge aussi les résultats de nos recherches sur l'édition photographique en France au cours de la seconde moitié du long XIX^e siècle¹⁴. Caractérisées par une démarche empirique et inductive, elles nous ont en effet menées à modifier notre perspective d'analyse, afin de placer la focale sur des acteurs et des pratiques qui avaient émergé de l'étude matérielle de nos objets, et dont le point commun était de transcender les supports éditoriaux par le biais desquels les images photographiques sont diffusées à cette période : livres, périodiques, albums, cartes postales ou faïences¹⁵. Les résultats de ces travaux invitaient donc à penser la circulation des photographies au prisme des producteurs plutôt que des supports de diffusion, ainsi qu'à élargir le champ des objets relevant de l'histoire du *medium*.

Ces résultats convergeaient toutefois avec ceux d'autres chercheuses et chercheurs, de plus en plus nombreux. Renouant avec les études d'histoire sociale de la photographie des années 1980-1990¹⁶, leurs travaux les déployaient, pour mettre l'accent soit sur des métiers ou des entreprises auparavant méconnus ou minorés par l'historiographie¹⁷, soit sur l'influence des réseaux de coopération sur les modalités de production et d'appropriation des images¹⁸. Entre 2018 et 2020, nous avons donc co-organisé un séminaire afin d'engager un dialogue collégial autour de cette dynamique de recherches¹⁹. Dans le même temps, il s'est agi d'intégrer à la réflexion les études qu'elle continuait de susciter²⁰, ainsi que celles menées dans des domaines connexes de l'histoire des représentations – du cinéma et du théâtre en particulier – engagés depuis plus longtemps dans l'exploration du travail collectif, pour des raisons structurelles²¹. Dès lors, ce numéro de *Photographica* se présente comme le prolongement de ce parcours.

Ayant donné lieu à de nouveaux échanges²², sa réalisation a notamment permis de discuter des difficultés soulevées par le déplacement proposé, et d'abord de la fréquente inexistence des sources qui permettraient de faire l'histoire des productrices et producteurs de photographies. Pour l'expliquer, il faut rappeler cette évidence que leur anonymisation complique leur identification, en particulier lorsqu'elle procède d'un choix ou d'un accord, car elle ne provoque alors aucune controverse susceptible de laisser des traces dans les sources. En outre, si elle a été contractualisée, il est souvent difficile d'en retrouver la preuve, parce que les archives des entreprises au sein desquelles ces contrats ont été passés ont fréquemment été détruites, pour des raisons économiques, légales ou pratiques. Enfin, lorsque ces archives subsistent, leur accès peut être limité, à la suite de décisions commerciales par exemple, ainsi que l'évoque Marlène Van de Castele dans son article du dossier, à propos des archives de l'empire médiatique fondé par Condé Nast en 1909.

Compliquant l'analyse de l'influence des productrices et producteurs sur les images diffusées, ces accrocs dans les processus de conservation des traces de leur activité frappent en outre les objets qui en résultent. En effet, la destination au plus grand nombre des images auxquelles ils contribuent a souvent impliqué leur fabrication en série, donc leur caractère à la fois abondant et éphémère. Produites en masse, vouées à être remplacées rapidement, ces photographies, sans histoire apparemment, ont donc fait l'objet, du moins jusque récemment²³, d'un défaut, voire d'un déni de patrimonialisation. Pourtant, leur analyse matérielle peut permettre de reconstituer les étapes de leur

production et, en extrayant un fonctionnement d'entreprise dans la durée, de restituer l'histoire des individus qui s'y sont engagés.

Dès lors, quelles sources et quelles méthodes mobiliser pour conduire une analyse historicisée, critique et nuancée, des rôles joués par ces productrices et producteurs dans la fabrique d'imaginaires partagés, sur le temps long de l'histoire du *medium* et, idéalement, dans une géographie étendue ? Explorant des contextes différents à travers des études de cas, les textes de ce numéro de *Photographica* n'ont pas vocation à épuiser ce questionnement, pas plus qu'à lui apporter une réponse univoque. Si certains ont pu mettre à profit la récente patrimonialisation d'objets photographiques industriels et commerciaux, d'autres s'appuient sur des sources rarement exploitées, telles que les publicités, ou bien encore sur les méthodes de l'histoire orale. Cependant, parmi le foisonnement des pistes empruntées par les auteur.e.s de ce numéro, trois axes de recherche se dégagent, qui forment autant d'approches pour écrire l'histoire sociale et culturelle des productrices et producteurs de photographies. Ce sont les métiers et les parcours professionnels, les réseaux de coopération et les négociations qui les animent, enfin les lieux de la fabrication et du commerce des images photographiques.

DES TRAJECTOIRES INDIVIDUELLES ET DES RÉSEAUX AUX LIEUX DU COMMERCE DES IMAGES : TROIS APPROCHES D'UN SYSTÈME DE PRODUCTION

Suivant le premier axe, l'article de Nicole Hudgins ouvrant le dossier analyse la construction genrée du métier de coloriste dans le monde nord-atlantique entre 1850 et 1880, à partir des discours développés dans la littérature spécialisée à cette période. Pour sa part, Chloé Goualc'h présente une source inédite pour penser la formation de ces identités professionnelles, dans la rubrique dédiée de ce numéro. Conservés dans les archives du ministère du Travail aux Archives nationales, les mémoires réalisés dans le cadre de leur formation par les conseillères sociales du travail peuvent en effet contribuer à éclairer les dimensions sociales et culturelles des métiers de l'image dans la France de l'après-Seconde Guerre mondiale, ainsi que leur distinction et leurs porosités, en incitant par exemple à les considérer sous l'angle peu abordé de la santé au travail.

Si la notion de « productrices/producteurs de photographies » invite donc à envisager la pluralité et les spécificités de ces métiers en synchronie et en diachronie, elle permet aussi de remettre en question certaines frontières établies de longue date, en plaçant notamment la focale sur les trajectoires individuelles plutôt que sur les groupes sociaux. Dans leur article consacré à la pratique photographique du géologue Edgar Aubert de la Rüe (1901-1991), Marie Durand et Anaïs Mauuarin démontrent ainsi que des photographes amateurs peuvent pleinement participer à la production de photographies commerciales, afin d'en tirer un profit économique tout autant que social. Les incitant à s'engager dans la gestion et la diffusion de fonds iconographiques importants, ce profit peut aussi être politique, ainsi que l'analysent plus loin Agnès Devictor et Shahriar Khonsari, dans un texte sur les pratiques visuelles d'un groupe de combattants participant au conflit sévissant en Syrie depuis 2012. En exploitant la notion proposée, ces deux articles soulignent ainsi la fluidité des identités professionnelle et amateur associées à la production de photographies, en retraçant, dans le temps long et une géographie étendue, les dispositifs mobilisés et les relations créées à un niveau individuel.

Les réseaux de coopération forment donc le deuxième axe de ce numéro. Le renversement de la perspective d'analyse incite en effet à questionner leur configuration à différentes échelles spatiales et temporelles, en plaçant l'accent sur la dimension collective du travail des images. Deux articles du dossier s'attachent particulièrement à l'analyse de leurs incidences sur les images fabriquées et/ou diffusées par les productrices et producteurs de photographies. Dans son étude déjà citée, Marlène Van de Castelee se focalise sur les négociations émanant de la réalisation de photographies de mode au sein de l'équipe du *Vogue* américain, autour de 1940. Ce faisant, elle révèle les conséquences de ces discussions sur les images mises en circulation par le magazine. Mais elle éclaire aussi leurs enjeux, et notamment la nécessité, pour le fondateur de *Vogue*, de concilier sa vision éditoriale, les revendications des individus qui la mettent en œuvre et l'horizon d'attente des spectateurs, dans le but de rester compétitif sur le marché particulièrement concurrentiel et fluctuant des images photographiques en contexte médiatique²⁴. Pour sa part, Anne-Céline Callens étudie les archives entrepreneuriales déposées par le groupe Casino en 2016, aux archives municipales de Saint-Étienne. Par ce biais, elle analyse la façon dont cette entreprise a mis en réseau des photographes au statut différent dans la France de l'entre-deux-guerres, afin de construire son identité visuelle et, dans le même temps, de fédérer ses employés à l'échelle du territoire national, selon une politique managériale propre au succursalisme de cette période.

L'implantation et la structuration spatiales des réseaux de fabrication et de diffusion des photographies constituent ainsi le dernier axe transversal de ce numéro. Formant notamment le sous-texte de l'article de Sylvie Gabriel sur l'histoire de la photothèque Hachette, comme celui de l'entretien avec Delphine Desveaux sur l'agence Roger-Viollet, cet axe invite à prolonger les recherches sur la façon dont l'organisation du travail suscitée par la production et le commerce des images a transformé le tissu urbain et modelé le territoire, en particulier sur un mode infrastructurel, comme le rappelle l'exergue de cette introduction. En s'intéressant à l'histoire sociale et culturelle des productrices et producteurs de photographies, c'est donc non seulement l'influence des trajectoires personnelles, des processus de professionnalisation ou des réseaux de coopération sur l'appropriation des images photographiques circulant par le biais de supports variés qui peut être retracée, mais ce sont aussi les interactions entre les systèmes de production et leur environnement qui apparaissent, et qui pourraient être analysées sous cet angle. De même, en se plaçant du côté des individus, les photographies restées à l'état de projets, celles susceptibles de ressurgir après être restées cachées ou les photographies disparues, pourraient être intégrées à la réflexion, en s'inspirant par exemple des méthodes de l'histoire contrefactuelle²⁵. Comme le suggère l'œuvre de Jean-Luc Moulène, c'est ainsi le creux des cultures visuelles qui pourrait être étudié.

Pour cela, la mise en œuvre d'une recherche collective paraît toutefois indispensable, comme le démontrent les articles de ce numéro écrits à quatre mains. Afin d'analyser des phénomènes foisonnants et de contribuer à une histoire de la photographie par le bas et pour tou.te.s²⁶, une approche fructueuse est aussi de conjuguer, dans la durée, les travaux et les points de vue de différents chercheurs – universitaires, conservateurs, professionnels de l'image ou encore collectionneurs. Avant de clore cette introduction, nous tenons donc à remercier l'ensemble des auteur.e.s, expert.e.s, membres des comités de

Photographica, personnels des institutions et collectionneurs prêteurs d'images, correcteur, traducteur, graphistes, photographeur, imprimeur et éditeur pour leur contribution, ainsi que les chercheuses et chercheurs qui, derrière ce numéro, ont œuvré, par leurs remarques et leurs questions, à l'élaboration de cette proposition.

- 1 André Gunther, « Comment lisons-nous les images ? Les imageries narratives », dans Gil Barthelemy (dir.), *Politiques visuelles*. Dijon : Les Presses du réel, 2016, p. 219-234.
- 2 Voir Nadya Bair, *The Decisive Network : Magnum Photos and the Postwar Image Market*. Oakland (Calif.) : University of California Press, 2020 et, dans ce numéro, l'analyse qu'en propose Alice Morin.
- 3 Voir par exemple Laureline Meizel, « *Images à la saulette* et papiers gras ou pourquoi et comment se salir les doigts. Méditations sur le photobook, d'après l'exposition de la fondation Henri Cartier-Bresson (11 janv.- 23 avr. 2017) », *Carnet de recherche de l'ARIP*, 1^{er} et 3 avril 2017 : <<https://arip.hypotheses.org/1760>> et <<https://arip.hypotheses.org/1807>> (consulté le 3 janvier 2022). La deuxième partie, notamment, analyse les conséquences des stratégies élaborées au sein de Magnum sur les politiques patrimoniales menées aujourd'hui à l'égard de la photographie, comme sur son historiographie.
- 4 Thierry Gervais (ed.), *The "Public" Life of Photographs*. Toronto/Cambridge (Mass.) : Ryerson Image Centre Books/The MIT Press, 2016.
- 5 Anonyme, « Quelques mots sur la photographie au point de vue industriel », *La Lumière*, vol. 9, n° 51, 17 décembre 1859, p. 201.
- 6 *Ibid.*
- 7 Voir Elizabeth Anne McCauley, *Industrial Madness : Commercial Photography in Paris, 1848-1871*. New Haven (Conn.) : Yale University Press, 1994. Sur les vues stéréoscopiques en particulier, lire Denis Pellerin, *La photographie stéréoscopique sous le Second Empire*, cat. exp. (Paris, Bibliothèque nationale de France, 13 avril-27 mai 1995). Paris : Bibliothèque nationale de France, 1995 et Kim Timby, « Glass Transparencies : Marketing Photography's Luminosity and Precision », *PhotoResearcher*, n° 25, 2016, p. 7-24.
- 8 Dans l'article cité par exemple, seuls sont nommés les frères Gaudin ainsi que Ferrier père, fils et Soulier, qui sont aussi crédités sur leurs vues (voir en bas à droite de la figure 1).
- 9 Anonyme, « Quelques mots sur la photographie au point de vue industriel », art. cité.
- 10 Ainsi, la même vue stéréoscopique commercialisée par les frères Gaudin vers 1860, qui représente un « atelier de stéréoscopie à Paris », a-t-elle été utilisée dans de nombreux ouvrages d'histoire de la photographie pour illustrer le travail industriel de l'image dans la seconde moitié du XIX^e siècle. Voir par exemple Michel Frizot (dir.), *Nouvelle histoire de la photographie*. Paris : Adam Biro/Bordas, 1994, p. 174 ; Denis Pellerin, *La photographie stéréoscopique sous le Second Empire*, op. cit., p. 98 ; ou encore Kim Timby, « Glass Transparencies : Marketing Photography's Luminosity and Precision », art. cité, p. 17. Dans ce cas, cette image a également été utilisée pour illustrer la couverture du numéro de *PhotoResearcher* dans lequel l'article a été publié.
- 11 Donnant son titre au numéro, ce changement de focale s'inspire bien sûr du célèbre ouvrage de Georges Didi-Huberman, *Devant l'image. Questions posées aux fins d'une histoire de l'art* (Paris : Minuit, 1990), dont il propose le contre-champ.
- 12 À l'instar d'un Walter Benjamin dont la lecture, en particulier de « L'auteur comme producteur », a innervé nos réflexions. Voir Walter Benjamin, « L'auteur comme producteur. Allocution à l'institut pour l'étude du fascisme à Paris, le 27 avril 1934 », dans *Id., Essais sur Brecht*, trad. de l'allemand par Ph. Ivernel. Paris, La Fabrique, p. 122-144.
- 13 Au premier rang desquels ceux proposés par Howard S. Becker dans *Les mondes de l'art* (Paris : Flammarion, 1988 [1982]), ainsi que par Antoine Hennion, notamment dans *Les professionnels du disque. Une sociologie des variétés*. Paris : Métailié, 1981 et « An Intermediary Between Production and Consumption : The Producer of Popular Music », *Science, Technology and Human Values*, vol. 14, n° 4, 1989, p. 400-424.
- 14 Voir en particulier Marie-Ève Bouillon, « Naissance de l'industrie photographique. Les Neurdein, éditeurs d'imaginaires (1863-1918) » (thèse de doctorat, École des hautes études en sciences sociales, 2017) et Laureline Meizel, « Inventer le livre illustré par la photographie en France : 1867-1897 » (thèse de doctorat, université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 2017).
- 15 Marie-Ève Bouillon, « Tourisme, faïence et industrialisation de l'image photographique. Neurdein frères et la manufacture de Sarreguemines », dans Christian Thévenin et Aurélie Aujard (dir.), *Photo & Céramique #1*. Sarreguemines : Éditions Musées de Sarreguemines, 2012, p. 84-95.
- 16 Par exemple André Rouillé, *L'empire de la photographie : photographie et pouvoir bourgeois, 1839-1870*. Paris : Le Sycomore, 1982, ainsi que Elizabeth Anne McCauley, *Industrial Madness*, op. cit.
- 17 Estelle Blaschke, *Banking on Images : The Bettmann Archive and Corbis*. Leipzig : Spector Books, 2016 ; Anne-Céline Callens, « Création photographique publicitaire et industrie. Le cas des Éditions Paul-Martial » (thèse de doctorat, université Jean-Monnet de Saint-Étienne, 2016).
- 18 Audrey Leblanc, « L'image de mai 68. Du journalisme à l'histoire » (thèse de doctorat, École des hautes études en sciences sociales, 2015) ; Valentina Grossi, « L'image négociée. Une sociologie des professions du photojournalisme à l'ère numérique » (thèse de doctorat, École des hautes études en sciences sociales, 2018).
- 19 « Photographie, édition, presse : histoire culturelle des producteurs d'images », organisé en 2018-2019 par Marie-Ève Bouillon, André Gunther et Audrey Leblanc, École des hautes études en sciences sociales (Centre de Recherches sur les Arts et le Langage - Centre d'Histoire et de Théorie des Arts, CRAL-CEHTA), puis « Photographie, édition, presse. Pour une histoire culturelle des producteurs d'images », organisé en 2019-2020 par Marie-Ève Bouillon, André Gunther et Laureline Meizel, dans le même laboratoire.
- 20 Par exemple Olivier Lugon, *Nicolas Bouvier iconographe*. Genève/Gollion : Bibliothèque de Genève/Infolio, 2019 ; Laurent Bihl et Philippe Dogué, « Dans la caverne de l'iconographe. Entretien avec Philippe L.-J. Dogué, réalisé par Laurent Bihl », *Sociétés & Représentations*, n° 50, 2020, p. 119-139 ; Nadya Bair, *The Decisive Network*, op. cit.
- 21 Laurent Le Forestier et Priska Morrissey, « Pour une histoire des métiers du cinéma, des origines à 1945 », 1895. *Mille huit cent quatre-vingt-quinze*, n° 65, 2011 : <doi.org/10.4000/1895.4452> (consulté le 3 janvier 2022) ; Léonor Delaunay, Martial Poiron et Jean-Claude Yon (dir.), « Histoire(s) de travail », dossier de la *Revue d'histoire du théâtre*, n° 285, 2020.
- 22 « Derrière l'image. Pour une histoire sociale et culturelle des producteurs de photographies (XIX^e-XXI^e siècles) », journée d'étude organisée par Marie-Ève Bouillon, Éléonore Challine et Laureline Meizel, Paris, Institut national d'histoire de l'art, 25 juin 2021.
- 23 Voir le numéro 1 de *Photographica*.
- 24 À ce sujet, voir aussi dans ce numéro le compte rendu par Vanessa Schwartz de l'exposition « *Vogue Paris 1920-2020* », à laquelle Marlène Van de Castele a participé en tant que conseillère scientifique.
- 25 Quentin Deluermoz et Pierre Singaravélou, *Pour une histoire des possibles. Analyses contrefactuelles et futurs non advenus*. Paris : Seuil, 2016.
- 26 François Brunet, *La photographie : histoire et contre-histoire*. Paris : PUF, 2017.