

Vers une nouvelle forme temporelle, la « cénorythmie » ? L'Agence France-Presse sur les réseaux

jeudi 1er octobre 2020, par [Maxime Fabre](#)

Ce texte a déjà été publié dans [Sur le journalisme](#), [About Journalism](#), [Sobre jornalismo](#) [En ligne, online], Vol. 9, n°1 - 2020, 15 juin - June 15 - 15 de junio.



A partir d'une étude sémiotique et communicationnelle (Boutaud et Berthelot-Guiet : 2013) de l'exposition de l'Agence France-Presse sur les réseaux socionumériques, nous nous demanderons de quelle manière la photographie agencière a été en partie bouleversée et transformée par ces moyens de communication. Face à un nouveau rythme de publication de l'actualité, que nous proposerons d'appeler la cénorythmie, nous montrerons comment l'Agence s'est à la fois adaptée et a en même temps métamorphosé ses moyens et codes de diffusion, jusqu'à la construction énonciative d'un « Nous ensemble et maintenant » de ses réseaux. L'AFP a donc du même coup fait évoluer ses pratiques représentationnelles tout en préservant ses stratégies éditoriales. En cela, il s'agit avant tout d'une mutation*, au sens où l'entend Bernard Darras, ou d'une traduction dans la définition donnée par la sociologie de l'acteur réseau (Callon, 2013 : 267-276). Pour autant, notre objectif n'est pas d'étudier les transformations inhérentes aux pratiques professionnelles des photojournalistes de l'AFP, la négociation de l'image au sein des desks, par exemple (à ce propos, voir Grossi, 2018). Mais plus simplement d'analyser, à partir d'un corpus resserré sur les réseaux sociaux (qui ne représentent qu'une petite partie des productions de l'Agence) les ressorts de l'exposition numérique. [...]