

Archives L'hebdomadaire américain a marqué les années 1930-1960

Dix millions de photos de " Life " en libre consultation sur Internet



Mettre sur Internet, gratuitement, des icônes du photojournalisme et des millions d'autres images : c'est l'initiative inédite, et controversée, que vient de prendre le groupe Time Inc., propriétaire du magazine illustré américain *Life*, qui fut le plus influent au monde dans les années 1930 à 1960.

Un partenariat sans précédent vient d'être signé avec Google. L'intégralité des archives photo du magazine sera bientôt en ligne. " Nous avons un fonds d'images gigantesque dans un entrepôt du New Jersey, s'enthousiasme Andy Blau, président de *Life*. 97 % de ces images n'avaient jamais été publiées ! "

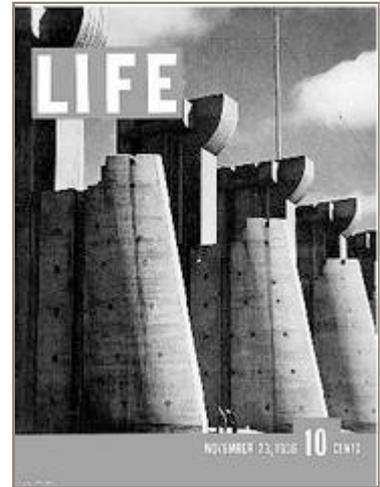
Le magazine a cessé de paraître comme hebdomadaire en 1972, puis a reparu en mensuel, et il a fermé définitivement en 2007. " C'est une renaissance ", dit Andy Blau. La quantité d'images offertes est gigantesque, et elle ravit déjà un nombre énorme d'internautes - les amateurs d'histoire ou de photo qui découvrent une profusion d'images attractives et inconnues.

Début 2009, l'ensemble atteindra dix millions de photos. Le public peut déjà en consulter deux millions, via Google ou sur <http://images.google.com/hosted/life>. Time Inc. a fait numériser tous les tirages, publiés ou non, conservés par le magazine. A cela s'ajouteront, selon Andy Blau, d'autres collections : le court film qu'un témoin amateur, Abraham Zapruder, a enregistré sur l'assassinat de John Kennedy plusieurs ensembles historiques ou des tirages légués à *Life* par des photographes comme Alfred Eisenstaedt.

Le but de ce site est uniquement récréatif et pédagogique. " Les consommateurs peuvent gratuitement regarder ces images, les imprimer, les utiliser pour un travail universitaire. Le site est traduit en seize langues ", explique Andy Blau. Aucune image ne peut en revanche faire l'objet d'une exploitation commerciale (presse, édition, publicité). " Les professionnels qui désirent acheter des reproductions passent par l'agence Getty, avec laquelle nous avons un partenariat, explique Andy Blau. Sur Google, les images sont en basse définition, pour éviter la revente. "

Les internautes qui le désirent peuvent aussi commander en ligne un tirage d'une photo, cadré selon leurs désirs. Selon la taille de la photo, livrée encadrée, le prix varie de 79 à 109 dollars. Toutes sont à vendre, y compris celle de la libération des camps, par Margaret Bourke-White. " Ça ne me choque pas, explique Andy Blau, qui précise que son père a été libéré du camp de Buchenwald. C'est une photo historique, un tirage soigné. "

Mais la navigation sur le site de *Life* n'est pas aisée. Des images célèbres comme le portrait d'une migrante durant la dépression de 1936 aux Etats-Unis, par Dorothea



▼ 21 CARTIER-BRESSON " QUI N'ONT RIEN À FAIRE LÀ "

21 photos de Cartier-Bresson sont à découvrir sur le site de *Life* : son reportage sur les funérailles de Gandhi, en 1948, plus deux images non légendées de 1952 et 1955. Agnès Sire, directrice de la Fondation Henri Cartier-Bresson, qui veille sur l'oeuvre du photographe, n'a pas été consultée. " Ces images n'ont rien à faire là, dit-elle. Cartier-Bresson a créé l'agence Magnum pour justement garder les droits sur ses images, et il n'a jamais été salarié de *Life*. " La Fondation a obtenu de *Life* la promesse que les images seraient rapidement retirées du site. Elle cherche aussi à récupérer les tirages qui ont été numérisés : " Ce sont des tirages prêtés par Cartier-Bresson pour publication, qu'on ne lui a jamais rendus. "

[-] fermer



Lange, ou le Débarquement en Normandie par Robert Capa, voisinent avec des variantes de photos connues et d'innombrables photos qui ont plus ou moins d'intérêt. Les noms célèbres succèdent aux anonymes, sans classement. On peut faire une recherche par auteur ou par mot-clé, comme " guerre du Vietnam ". Mais les légendes sont succinctes (il manque parfois le nom de la personne représentée) ; rien n'indique si l'image a été publiée par *Life*. Certaines photos sont à l'envers.

Ce bazar choque des photographes qui figurent dans la base et leurs ayants droit. Tous ont découvert le site après coup. A l'agence Magnum, où plusieurs photographes sont concernés (Cornell et Robert Capa, Werner Bischof, etc.), le directeur, Julien Frydman, s'insurge : " *On ne peut pas vendre des photos comme du papier toilette. Cela en dit long sur la commercialisation de la mémoire collective. Je n'ai rien contre la démocratisation de la photo, mais là il n'y a aucune sélection, aucun travail historique.* "

Même son de cloche à l'agence Cosmos, dont la fondatrice, Annie Boulat, suit de près le traitement réservé aux images de son mari décédé, Pierre Boulat, qui a beaucoup travaillé pour *Life*. " *Je trouve scandaleux de présenter ces photos ainsi. Cela donne une très mauvaise image du photographe.* "

PROBLÈMES DE DROITS

Le site soulève encore des problèmes juridiques. " *Nous n'avons mis en ligne que les images prises par les photographes salariés, dont nous avons les droits* ", assure Andy Blau. Vraiment ? Ce n'est pas le cas pour Cartier-Bresson, par exemple. Ni pour Pierre Boulat, dont l'épouse précise qu'il n'a " *jamais été salarié de Life* ".

Après cette initiative, *Life* s'apprête à lancer, en février, son site Life.com, en partenariat avec Getty, qui proposera " *une vision du monde par l'image* ". Financé par la publicité, Life.com offrira un flux de 3 000 nouvelles images chaque jour, ainsi que des archives, dans une version " *bien plus travaillée* " que sur Google.

Claire Guillot

© Le Monde

◀ **article précédent**
Pataquès aux assises

article suivant ▶
5 millions d'euros pour un Seurat perdu...