

13<sup>e</sup> Semaine des médias à l'école - Fiche pédagogique

## Tous paparazzi ?



**Emission de référence :**  
**Reportage du magazine de la TSR « Illico », diffusé le 25 octobre 2007.** [Module vidéo](#) raccourci visible en streaming sur le site RTS.

**Durée :** 8 min. 31

**Public concerné :** 14-20 ans

**Temps nécessaire :**  
 1-2 périodes

**Matériel nécessaire :** connexion Internet, beamer

**Mots-clés:** photos d'amateurs, clichés volés, agences, paparazzi, scoop (= exclusivité), trucages, presse people

## Résumé

Avec les nouvelles technologies, n'importe qui peut aujourd'hui prendre des photos et les proposer aux médias. Le magazine de la TSR « Illico » s'est intéressé à une agence parisienne qui se propose de vendre ces photos aux médias, moyennant une commission de 25%. (elle s'appelle aujourd'hui [Citizenside](#)). Le reportage se focalise d'abord sur une architecte de 32 ans, Veronica Benini, qui a pris une photo lors d'une nuit d'émeute à Paris, photo publiée à sa Une par le quotidien « France Soir ». Les responsables de Scooplive détaillent les principes du service qu'ils offrent et les limites qu'ils se fixent.

L'idée de fonder cette agence a germé au moment des attentats de Londres, en juillet 2005. Lors d'événements exceptionnels, les grands médias comme la BBC ou CNN incitent les spectateurs à envoyer leurs photos et leurs vidéos. La presse people en fait aussi son beurre. Les paparazzi professionnels ne voient pas une concurrence dangereuse dans l'arrivée des amateurs. Certains évoquent toutefois la possibilité que des clichés soient truqués, dans la course au scoop. Le reportage conclut sur une note d'humour, en relevant à quel point certaines mises en scène pourraient être vendues pour des événements réels...

## Objectifs

- Comprendre le terme de paparazzi et savoir distinguer leur activité de celle des photographes de presse traditionnels
- Comprendre les avantages et les risques pour la presse de publier des photos d'amateur
- Réfléchir à la notion d'intérêt public lié à la publication d'un cliché
- Connaître les dérives possibles dans la course à l'exclusivité et les moyens de prévenir les risques
- Se poser des questions de déontologie journalistique en analysant un cas pratique

## Disciplines et thèmes concernés

Formation générale, MITIC, éducation aux médias :

Exercer des lectures multiples dans la consommation et la production de médias et d'informations, en étudiant les manifestations de la "société de l'information et de la communication" et certaines de ses conséquences, en analysant des images fixes et animées au moyen de la grammaire de l'image, en analysant les formes et les finalités de sites internet et de supports électroniques.  
(Objectif **FG 31** du PER)

Promotion d'amateurs au rang de reporters.

Raréfaction des espaces à l'abri des objectifs indiscrets.

Faits divers et traque des personnalités.

Presse à sensation et course au scoop. Journalisme citoyen.

## ÉTAPES

Visionner le reportage en classe

### 1) Analyse thématique

**Donner l'origine du mot « paparazzo »** (pluriel : « paparazzi ») : terme inventé par le cinéaste Federico Fellini pour définir le métier du personnage principal du film « La Dolce Vita » (1960). « *Photographes faisant métier de prendre des photos indiscrettes de personnes connues, célèbres, sans respecter leur vie privée* ». (Le Petit Robert).

**Mettre en évidence le fait que les photographes de presse traditionnels travaillent plutôt à la commande** : ils sont amenés à illustrer des sujets précis, définis d'avance.

**Demander aux élèves de reformuler le service proposé par l'agence Citizenside**. Observer à quelles conditions.

**Relever une contradiction** : un responsable dit que l'agence ne fait « *pas d'investigation poussée* », mais se contente de « *vérifier l'information* ». Quelle est la différence ? Préciser le terme « investigation ».

**Quelles limites se fixent les responsables de l'agence dans la nature des clichés proposés ?** Montrer qu'il n'y a pas seulement les critères que se fixent les professionnels des médias, mais aussi ceux de la loi. La loi protège les individus contre les atteintes à l'honneur ou à la vie privée. Il n'est pas permis de publier la photo de quelqu'un sans son consentement. Observer dans le reportage la manière dont les responsables de l'agence reportent la responsabilité sur les auteurs des images.

**Mettre en évidence la notion d'intérêt public** : la publication d'une information ou d'une photo devrait répondre à ce critère. Est-ce toujours le cas ? Montrer le conflit potentiel entre intérêt public et protection de la personnalité par un exemple simple : aimeriez-vous découvrir des images de votre mère blessée dans un attentat et reconnaissable ?

**Mettre en évidence l'intérêt pour les médias de publier des images d'amateurs** : pas de charges salariales fixes ; pas de contrats, publication au coup par coup, selon des tarifs aléatoires ; extension formidable du nombre de reporters potentiels ; possibilité d'avoir à disposition des exclusivités sans payer de frais de déplacement ; valorisation du média par l'étendue géographique de son audience, création d'un lien affectif avec le média ("témoin lecteur"), etc.

**Enumérer les risques encourus à publier des images d'amateurs** :

- piètre qualité technique
- difficulté de vérifier l'authenticité des lieux, des personnes représentées, des événements montrés
- risques de confusion
- risques de trucages
- ...

**Débattre de la notion de scoop** : sur la base de la photo du sous-commandant Marcos (présentée dans le reportage). S'interroger : qu'est-ce qu'une bonne exclusivité ? Cette notion d'exclusivité n'est-elle pas dévalorisée par la prolifération de clichés volés anodins ?

**Mettre en évidence les dérives auxquelles mène la course à l'exclusivité** : quels médias sont concernés ? Quelle est leur stratégie ? Comment se défendent-ils en cas de plainte ? Mettre en évidence le fait que des ventes exceptionnelles permettent ensuite de payer des dommages et intérêts si la ligne rouge a été franchie et que la justice a prononcé une condamnation...

**Mettre en avant la frontière toujours plus floue** entre clichés « volés » et clichés mis en scène : pour maintenir leur notoriété, les célébrités se prêtent parfois complaisamment à l'exhibition de leur vie privée.

**S'interroger** : à quels réflexes obéissons-nous quand nous regardons certaines photos de paparazzi ?

### 2) Analyse formelle

Le reportage est-il bien construit à votre avis ?

Quelles images d'amateurs a-t-il choisi de montrer ? De quoi ne parle-t-il pas ?

### 3) Analyse d'un cas pratique : l'attaque d'un homme par un ours

Le 21 novembre 2009, un jeune handicapé mental saute dans l'un des enclos de la nouvelle fosse aux ours de Berne (coût de la réalisation : plus de 20 millions de francs). Le jeune homme souhaitait récupérer un sac qu'il avait laissé tomber. Il est aussitôt attaqué par l'ours Finn, qui le blesse grièvement. Les spectateurs de la scène réagissent différemment : certains lancent des objets sur Finn en espérant le détourner du malheureux (ce qui ne fait qu'accroître l'énerverment du plantigrade). D'autres filment la scène ou la photographient au moyen de leur téléphone portable.

Plusieurs médias reprendront ces images « exclusives » réalisées par

des amateurs, y compris TF1 et la Télévision suisse romande.

Le quotidien gratuit « 20 Minutes » (qui sollicite explicitement les images d'amateurs) diffusera sur son site un diaporama complet. Ce site sera au fil du temps expurgé des images les plus dures.

#### Proposition d'activité :

Soumettre aux élèves/étudiants les clichés qui figurent en annexe (clichés diffusés par le site Internet de « 20 Minutes »).

Evaluer :

- leur qualité technique
- leur qualité informative
- la justification morale de les publier

Y a-t-il des clichés qu'il n'aurait pas fallu publier ? Pourquoi ?

Suffit-il de « flouter » le visage d'une victime pour se couvrir contre toute atteinte à la personnalité ?

---

## Prolongements possibles

- 1) **Explorer le site de l'agence spécialisée (référence ci-dessous)**  
**Quels types de clichés sont les plus fréquents ?**  
**Quelle impression laisse ce catalogue ?**  
Va-t-on vraiment vers davantage de « transparence » ou vers toujours plus de n'importe quoi ?
- 2) A la faveur d'un événement local ou micro-local, donner la consigne aux élèves de **ramener des photos de cet événement**. Commenter ces clichés en groupe : quelles qualités ont-ils ? quels défauts ? pourraient-ils être publiés ? des personnes pourraient-elles se sentir indisposées ?

---

## Références

Vidéo « Tous paparazzi ? » sur le site de la RTS:

<http://www.rts.ch/video/decouverte/2712320-tous-paparazzi.html>

« La Dolce Vita », de Federico Fellini (1960). En médiathèque.

Citizenside : <http://www.citizenside.com/>

Un blog de photos de lecteurs : <http://vosphotos.blogs.liberation.fr/libe/>

« Participez à l'actualité du moment – Devenez lecteur reporter » (20 Minutes) : <http://www.20min.ch/ro/lecteurreporter/story/13938781>

Diaporama de l'accident de Berne :

<http://www.20min.ch/ro/news/suisse/story/26241519>

---

**Christian Georges**, collaborateur scientifique CIIP, actualisé en février 2016

**ANNEXE : PHOTOS DU SITE INTERNET DE 20 MINUTES**  
(Attaque d'un homme dans la fosse aux ours de Berne, le 21 novembre 2009).

Rappel des faits sous :

[http://www.swissinfo.ch/fre/societe/Un\\_handicape\\_attaque\\_par\\_un\\_ours\\_a\\_Berne.html?cid=7706272](http://www.swissinfo.ch/fre/societe/Un_handicape_attaque_par_un_ours_a_Berne.html?cid=7706272)

Cliché no 1 (Lecteur reporter/Damien T.)



Cliché no 2 (Lecteur reporter/Damien T.)



Cliché no 3 (Lecteur reporter/Adrian W.)



Cliché no 4 (Lecteur reporter/Philippe M.)



Cliché no 5 (Lecteur reporter/Sandro K.)



Cliché no 6 (Lecteur reporter : Joel S.)



Cliché no 7 (Agence KEYSTONE / str)



PHOTOS RETIRÉES APRES COUP DU DIAPORAMA :

Cliché no 8



Cliché no 9



Cliché no 10

