

## L'image parasite

André Gunthert

► **To cite this version:**

André Gunthert. L'image parasite. Etudes photographiques, Société française de photographie, 2007, pp.174-186. halshs-00154197

**HAL Id: halshs-00154197**

**<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00154197>**

Submitted on 13 Jun 2007

**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.

Fig. 1. H. Leglise-Bataille, "Silence, on tourne!",  
gare du Nord, 27 mars 2007, photographie numérique, diffusée sur Flickr, licence CC.





André GUNTHERT

## L'image parasite Après le journalisme citoyen

Au mois de mars 2006, une proposition gouvernementale visant à modifier le droit du travail des jeunes suscite une importante mobilisation universitaire et de nombreuses manifestations dans toute la France. Gilles Klein, journaliste indépendant et blogueur, note que *Libération* et *Le Monde* invitent leurs lecteurs à leur faire parvenir des photographies numériques des manifestations. Cette démarche fait partie des nouveaux réflexes de la presse lors d'un grand événement collectif: le 7 juillet 2005, au matin des attentats de Londres, le site BBC News lançait un appel similaire: « *We want your pictures*<sup>1</sup>. »

À la date où Gilles Klein rédige son billet, le mouvement anti-CPE<sup>2</sup> a mis plusieurs centaines de milliers de personnes dans la rue, avec une forte participation de la jeunesse. Pourtant, il constate que les propositions des journaux ne rencontrent qu'un faible écho. « Les "jeunes" ne semblent pas avoir envie d'envoyer leurs photos à des journaux qu'ils ne lisent peut-être pas, commente-t-il. Ils les partagent plutôt

sur Flickr – tapez le mot "CPE" et ce matin vous avez près de 1 400 photos<sup>3</sup>. »

### Les plates-formes visuelles, nouveaux supports d'information

Où est passé le "journalisme citoyen"? Depuis le modèle historique d'OhmyNews, l'agence de presse collaborative sud-coréenne décrite par Dan Gillmor<sup>4</sup>, créée en l'an 2000, l'évolution des technologies et des usages a rendu méconnaissable la participation privée à la création de l'information. À côté de dispositifs qui perpétuent la grille du journalisme classique, ses habitudes éditoriales ou son système de validation<sup>5</sup>, des formes plus sauvages de transmission se sont imposées. Elles ont pour caractéristique de reposer essentiellement sur l'image, par l'intermédiaire de plates-formes de partage de contenus visuels, telles Flickr<sup>6</sup>, Youtube ou Dailymotion. Photographies ou vidéos y sont la plupart du temps très peu éditorialisées, font l'économie de toute espèce de validation et parasitent des systèmes qui

Fig. 2.  
"Manifs, AG...  
Envoyez-nous  
vos photos témoi-  
gnages", site  
de libération.fr,  
annonce  
du 10 mars 2006,  
copie d'écran.



n'ont jamais été prévus pour produire de l'information.

Revenons à l'invitation des journaux français. Sur le site de *Libération*, la formule est brève: «Manifs, AG... Envoyez-nous vos photos témoignages. Elles seront sélectionnées par la rédaction, publiées au fur et à mesure sur Libération.fr.» Mais cette sollicitation est suivie d'un texte beaucoup plus long, d'une vingtaine de lignes, qui énonce les conditions de publication: «Vous accordez à *Libération* le droit de publier gratuitement sur tous les supports de son choix les images que vous lui avez envoyées. [...] Vous certifiez bien être l'auteur de ces images et posséder les autorisations nécessaires de toutes les personnes photographiées. [...] Nous nous réservons le droit de couper et/ou recadrer les images et de modifier les légendes envoyées.»

Ces dispositions ne font que rappeler les diverses obligations légales qui s'appliquent aux photographies publiées, ainsi qu'un certain nombre

d'options à valeur contractuelle, que le quotidien ne peut omettre de stipuler. Mais elles marquent aussi très précisément la limite de l'exercice, la frontière du contrôle éditorial appliqué à des contenus soumis au bon vouloir d'une rédaction, à la façon de l'ancien courrier des lecteurs. Elles supposent de la part du destinataire le désir d'être publié sur le site du journal et la volonté de jouer le jeu journalistique.

Mais à quoi bon se soumettre à ces règles, dont

l'énoncé seul est déjà ennuyeux, sans garantie de voir ses propositions retenues? À quoi bon se plier au regard de l'expert, au recadrage du maquettiste, alors même que leur position d'intermédiaire est tenue pour suspecte? À quoi bon, si l'on dispose d'une alternative gratuite, fiable, simple d'emploi, peu contraignante, qui permet de maîtriser l'ensemble des choix: une plateforme comme Flickr, connue dans le monde entier, sur laquelle on a déjà pris l'habitude d'envoyer ses photos de famille?

Peut-on encore parler de journalisme? À vrai dire, ces contenus n'y prétendent pas. Ils relèvent de prime abord du fonctionnement normal des plates-formes, qui privilégient les usages personnels, de loisir ou de divertissement. Seules les circonstances – et un regard second – sont susceptibles de transformer ces images en support d'information.

Du tabassage de Rodney King en 1991 aux attentats de Londres en 2005,

le cheminement typique des contenus visuels relevant du "journalisme citoyen" est celui d'un témoignage spontané porté par les médias classiques à la connaissance du grand public. Dans ce schéma, la presse reste l'acteur essentiel, non seulement de la divulgation du contenu, mais de sa validation, autrement dit de la qualification du témoignage comme information. Cette figure peut être complétée par d'autres pratiques informationnelles : le jour des attentats de Londres, plusieurs centaines de photographies ont par exemple été envoyées sur Flickr, documentant les conséquences des explosions<sup>7</sup>. Cette activité parallèle ne modifie pas le schéma général du pilotage de la réception par les grands médias. En revanche, celui-ci s'altère lorsque, en l'absence d'un traitement médiatique approprié, les plates-formes visuelles sont sollicitées comme une source d'informations première. La recherche sur Flickr grâce au mot clé "CPE", telle qu'elle est décrite dans le billet de Gilles Klein, témoigne d'un comportement actif de l'utilisateur qui, sans le secours d'une instance de validation, est lui-même à l'origine de la qualification du contenu comme information.

La condition de cette évolution est d'abord d'ordre technique et économique. Succédant aux applications de stockage en ligne payantes, les plates-formes gratuites sont apparues en 2004-2005 comme le prolongement naturel des dispositifs participatifs du web 2.0<sup>8</sup>. Mais les images sont gourmandes en moyens logistiques. En raison de la taille des



Fig. 3. "Eyes of the World", billet de S. Butterfield sur Flickr blog, 24 mars 2006, copie d'écran.

fichiers mis en circulation et de la bande passante requise, le bon fonctionnement de ces outils engendre des coûts élevés. Ces sociétés ont choisi de prendre ces infrastructures à leur charge, en faisant reposer l'équation économique sur d'autres ressources, notamment publicitaires. La fréquentation des plates-formes devenait ainsi logiquement le facteur déterminant de leur valorisation. C'est pour cette raison que ces services ont développé un arsenal d'instruments visant à augmenter la consultation des contenus. Compteurs de vues, tags ou moteurs de recherche, options de notation ou de classement, "interestingness" (chez Flickr) ou "vidéo star" (chez Dailymotion): tous ces dispositifs ne sont pas que des moyens destinés à faciliter la circulation, mais aussi de puissants outils de création d'audience.

Présentée comme un jeu, cette logique de valorisation des contenus ne visait nullement à concurrencer les agences de presse. Elle créait pourtant les conditions d'un usage de ces plates-formes comme un média autonome. Dotés des outils de recherche susceptibles de répondre à une demande d'information, ainsi que des moyens de faire face à une fréquentation importante, ces services étaient prêts à être utilisés comme des producteurs d'information.

#### La structuration par la demande

Aux prises avec l'élaboration d'un rapport décrivant les principales caractéristiques de Flickr à destination de sa maison-mère, Yahoo!, Stewart Butterfield découvrait en mars 2006 que l'application qu'il avait inventée était devenue, sans qu'il l'ait prévu, un média

d'information. Illustrant son billet de plusieurs images de Hughes Leglise-Bataille et de Charlotte Gonzale, deux jeunes photographes ayant choisi de diffuser sur Flickr leurs vues des manifestations parisiennes, Butterfield expliquait: «Je [les] ai découvert en effectuant une recherche sur le tag "CPE", suivant un lien d'un billet intitulé: "France: la jeunesse ignore les sollicitations de la presse et se tourne vers internet pour publier les photos des manifestations"<sup>9</sup>.» Le blog consulté fournissait la traduction anglaise de l'article de Gilles Klein mentionné ci-dessus et livrait la signification de l'acronyme, clé pour accéder au corpus des images spontanément rassemblées<sup>10</sup>.

Ce n'est pas par hasard si le mouvement anti-CPE donne l'occasion au créateur de Flickr de prendre la mesure de cette nouvelle possibilité. Seules des circonstances exceptionnelles peuvent métamorphoser un service de loisir en média d'information. On peut distinguer deux cas de figure: celui d'un événement paroxystique bref, comme les attentats de Londres ou plus récemment la tuerie de Virginia Tech<sup>11</sup>, qui ont pour effet d'intensifier l'offre comme la demande d'information, en occupant tous les canaux disponibles. Le second cas est un déficit du traitement de l'information par les médias classiques, qui se traduit par l'expression d'une demande qui s'adresse en priorité aux réseaux alternatifs. C'est ce type de contexte qui nourrit tout particulièrement les usages informationnels parasites.

Un exemple typique: le samedi 11 mars 2006, vers neuf heures, j'apprends

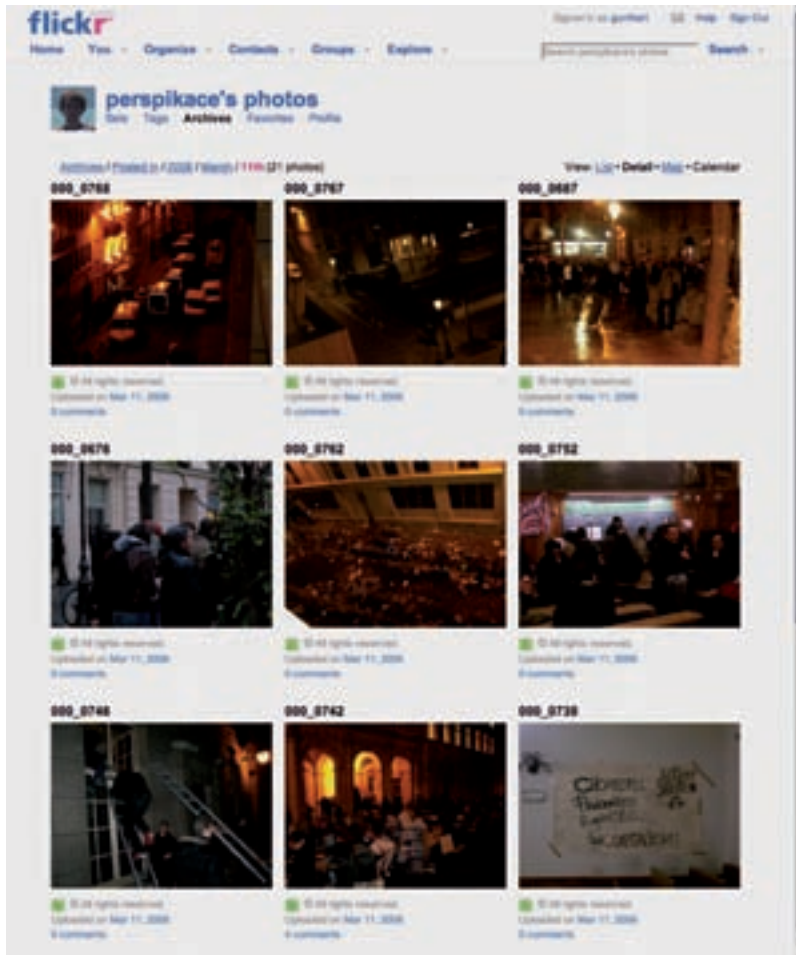


Fig. 4.  
N. Gosset,  
occupation  
de la Sorbonne,  
10-11 mars 2006,  
photographies  
numériques,  
diffusées  
sur Flickr,  
copie d'écran.

par la radio l'évacuation de la Sorbonne par les forces de l'ordre, effectuée durant la nuit. Les quotidiens du matin ayant été imprimés avant ce dénouement, aucun ne peut me renseigner utilement. Ne disposant que de chaînes hertziennes, je sais qu'il me faudra attendre au mieux les bulletins télévisés de la mi-journée pour compléter mon information. Où trouver sans attendre des images de l'événement? Instruit par les précédents, c'est

alors que je tente une recherche sur Flickr, en tapant le tag "Sorbonne" dans le moteur de recherche. La plate-forme collaborative remplit son office: dès les premières heures du jour, un jeune étudiant, présent sur les lieux, a eu la bonne idée d'y télécharger un compte rendu en images, qui permet d'observer différentes phases de l'occupation<sup>12</sup>. Vers dix heures du matin, Flickr a joué pour moi le rôle de média alternatif, en m'offrant les images que je



Fig. 5.  
H. Leglise-Bataille,  
manifestation  
du 28 mars 2006,  
Paris,  
photographie  
numérique,  
diffusée sur Flickr,  
licence CC.



cherchais d'un événement de l'actualité chaude.

Alors que les médias classiques sont structurés par le renouvellement régulier de l'offre, l'usage informationnel des plates-formes visuelles est tout entier conditionné par la demande. Pour autant qu'on puisse le constater, le motif principal du recours à ce système reste la recherche d'une information de complément, qui indique l'existence d'un manque ou d'un biais dans le traitement par les organes traditionnels.

Lorsque l'on observe les photographies des manifestations anti-CPE téléchargées par des particuliers sur Flickr, on est frappé de l'image souriante et apaisée qu'elles transmettent de ces rassemblements. Pendant la durée des événements, les grands médias, et tout particulièrement les journaux

d'information télévisés, avaient choisi de souligner les débordements violents des fins de manifestation. On retrouve du reste sur Flickr cette inclinaison pour les circonstances les plus dramatiques de l'action, lorsque les auteurs des images agissent au nom du "journalisme citoyen".

C'est le cas de Charlotte Gonzale et de Hughes Leglise-Bataille, dont les images ont rapidement fait le tour de la blogosphère, en raison de leur qualités formelles, proches d'un traitement professionnel. Ces photographies, qui mettent volontiers en avant la présence des forces de l'ordre ou les incidents paroxystiques, traduisent une vision de témoin, très différente de celle des acteurs. Pour celui qui participe au cortège, une manifestation est un moment d'expression citoyenne d'autant plus





Fig. 6.  
V.-X. Lentz,  
"La confédération  
étudiante",  
Paris,  
18 mars 2006,  
photographie  
numérique,  
diffusée sur Flickr,  
licence CC.

satisfaisant qu'il est vécu à travers la mobilisation du groupe. C'est cette perception qui s'exprime majoritairement dans les photographies envoyées sur Flickr. C'est cette image refusée par les médias que sont allés y chercher les usagers du tag "CPE".

Cette demande d'une information alternative a également marqué la consultation des vidéos à caractère politique durant la campagne des élections présidentielles françaises de 2007. Durant le mois de janvier, alors que le traitement médiatique est particulièrement favorable à Nicolas Sarkozy, on peut constater un fort déséquilibre d'audience en faveur des candidats de gauche, en particulier Ségolène Royal, sur les plates-formes publiques.

Si l'on compare le résultat des requêtes "Sarkozy" et "Royal" au 31 janvier sur Dailymotion, on observe d'abord une sensible différence de corpus. Dans le premier cas, peu de déclarations ou d'interviews, mais beaucoup

de parodies ou de films de dénonciation. Dans le second, nettement plus d'interviews et de reportages, moins de satires. Si l'on se concentre sur les prises de parole proprement dites, pour Sarkozy, les trois vidéos les plus vues ("Vœux 2007", "Nouveaux adhérents", "SarkoSégo débat") totalisent 443 188 consultations. Dans le cas de Royal, l'échantillon équivalent ("Débat participatif Alsace", "Vœux 2007", "Pacte de Bondy") atteint 2 273 321 consultations, soit cinq fois plus. La campagne participative des socialistes bat son plein, mais cette nouvelle forme politique est négligée par la presse. La curiosité du public se reporte sur Dailymotion, où l'une des plus fortes audience est réalisée par l'austère enregistrement d'un débat participatif à Strasbourg, mis en ligne le 20 décembre, qui recueille 816 536 vues fin janvier.

À la fin du mois de mars, le clip militant "Le vrai Sarkozy", disponible en ligne depuis le mois de juillet 2006,



dupliqué à des dizaines d'exemplaires sur plusieurs plates-formes, totalise 2,5 millions de clics. Il s'agit à ce moment de la vidéo la plus consultée de l'aire francophone, tous domaines confondus. Pourtant, ce document n'a pas éveillé beaucoup d'intérêt de la part de la presse, qui le cite de façon expéditive en le ramenant à un pur exercice de propagande. Alors que la plupart des contenus en ligne n'atteignent le haut de leur courbe de fréquentation que pendant une durée brève, quelques semaines au maximum, ce film figure de façon régulière parmi les premières audiences des vidéos à caractère politique, consulté plusieurs milliers de fois par jour neuf mois après sa mise en ligne.

Est-ce pour ses qualités cinématographiques que ce film draine la fréquentation? Il s'agit d'un document plutôt correctement réalisé, ce qui est un atout sur les plates-formes en ligne. Mais sans vouloir faire injure à son auteur, ce bref montage d'extraits télévisés n'a rien d'exceptionnel. À ce moment de la campagne, ce n'est plus tant son contenu que sa réception qui importe. Ce que ses spectateurs reconnaissent dans cette œuvre, nonobstant

son caractère propagandiste, c'est une image du candidat qui n'a alors pas cours dans les grands médias<sup>13</sup>. "Le vrai Sarkozy" exprime un message simple: le candidat de la droite fait peur. La fréquentation de la vidéo indique que cette représentation, effacée dans les supports classiques, reste bel et bien présente pour une partie du public.

#### La garantie de l'image source

Dans un contexte de concentration des médias et d'uniformisation du traitement de l'information, à l'occasion de circonstances mobilisantes, les plates-formes visuelles ont été détournées de leurs fonctions premières pour devenir un canal alternatif, producteur d'une information créée par une demande insatisfaite. Cette translation n'aurait pu s'effectuer à partir de n'importe quel contenu. L'une de ses conditions de possibilité est le consensus qui règne sur l'image d'enregistrement et sa crédibilité comme support d'information.

Le 8 novembre 2006, un diffuseur anonyme poste sur Dailymotion une séquence vidéo de 2 minutes reproduisant une proposition iconoclaste de Ségolène Royal: « la révolution des 35 heures » pour les professeurs de

Fig. 7.  
"Ségolène,  
débat participatif,  
Alsace",  
vidéo en ligne,  
envoyée  
le 20 déc. 2006  
sur Dailymotion,  
copie d'écran.

Fig. 8.  
"Le vrai Sarkozy",  
vidéo en ligne,  
envoyée  
le 5 juillet 2006  
sur Dailymotion,  
copie d'écran.



collège. Au cours des jours qui suivent, le "buzz" autour de cette séquence va enfler dans des proportions jusqu'alors inconnues dans le paysage médiatique français. Le mardi 14 novembre, l'expression "Ségolène Royal vidéo" atteint la première place du classement des requêtes enregistrées par le moteur de recherche Technorati. Une semaine après sa mise en ligne, la séquence aura été visionnée un million de fois dans ses différentes copies sur Dailymotion : un score encore jamais atteint sur cette plate-forme, à plus forte raison à ce rythme<sup>14</sup>.

Le contexte de la compétition visant à désigner le candidat socialiste à l'élection présidentielle explique en majeure partie cette réception exceptionnelle. Mais les caractéristiques du document ont également joué un rôle important dans son interprétation. Par son style, reconnaissable entre tous, fait de mouvements de caméra incontrôlés, de dialogues inaudibles, de flous de mise au point ou de plans incongrus, cette vidéo renvoie à ce que notre culture visuelle nous a appris à identifier comme un enregistrement amateur.

Ce type de document occupe une position paradoxale dans le paysage

médiatique. Situé à l'opposé des contenus de qualité professionnelle que revendiquent les journalistes, il n'en bénéficie pas moins d'une forte crédibilité, issue de ses conditions de production supposées, dont le caractère non contrôlé est perçu comme une garantie de sincérité. Ces traits constituent les signes d'une esthétique distinctive, qui peuvent parfaitement être contrefaits. Une part majeure de l'iconographie de la presse dite "people" repose par exemple sur l'imitation des caractères apparents de la photographie amateur ou familiale.

Face à la croissance de l'utilisation des documents amateurs dans les contextes médiatiques, les professionnels insistent volontiers sur le critère qui fait tout le prix de leur activité : la validation de l'information. Mais la grille de lecture appliquée au contenu brut modifie les conditions de sa réception. Parce qu'il donne accès à la source primaire, le clic sur le lien hypertexte place l'internaute dans un rapport à l'événement qui est semblable à celui du journaliste. Alors que l'échange médiatique nous a habitué à une consommation passive de l'information, la découverte solitaire du document intégral

Fig. 9.  
"Profs :  
Ségolène en off",  
vidéo en ligne,  
envoyée  
le 8 nov. 2006  
sur Dailymotion,  
copie d'écran.

Fig. 10.  
"Émeute  
gare du Nord",  
vidéo en ligne,  
envoyée  
le 28 mars 2007  
sur Dailymotion,  
copie d'écran.

confronte à un autre type d'appréciation, qui requiert de chacun l'effort d'évaluer le contenu consulté. Dans des contextes d'interprétation flottante, chacun peut se faire son opinion à sa guise. «Je vais revoir la vidéo», écrit ainsi un internaute en commentaire d'un billet de Daniel Schneidermann sur le *Big Bang Blog* pour préciser une interprétation<sup>15</sup>.

Comme j'ai pu le montrer grâce à l'exemple des photographies de l'occupation de l'EHESS, la confrontation à ces documents non validés provoque spontanément une activité de critique sauvage des sources<sup>16</sup>. C'est la familiarité avec cette "esthétique de l'occasion"<sup>17</sup>, dont l'histoire remonte aux débuts de la photographie instantanée, qui fonde la confiance de l'internaute dans ses propres moyens d'interprétation des contenus proposés. Cette croyance dans la capacité de chacun à évaluer la sincérité d'un document visuel peut être illusoire. Il n'en reste pas moins qu'elle crée un rapport individuel très puissant au contenu. Le prix qui sera attaché à l'information tient précisément au fait que celle-ci a été élaborée et non simplement admise.

En revenant à la confrontation au document brut, les images électroniques diffusées par l'intermédiaire des plates-formes visuelles renouent avec les toutes premières motivations du recours au document iconographique dans les publications illustrées<sup>18</sup>. Les photoreporters qui tentent de défendre la production professionnelle au nom de la compétence et du bon goût n'ont pas encore compris à quel point les usages récents s'inscrivent à rebours de cette tradition du photojournalisme

qui a privilégié la qualité éditoriale au détriment du pouvoir du document<sup>19</sup>. L'image parasite n'est nullement une panacée – elle constitue une réponse partielle et provisoire à un certain état de la production de l'information. Après les affrontements de la gare du Nord, le 27 mars 2007, de nombreux témoins ont envoyé leurs enregistrements sur Dailymotion. Pourtant, ces séquences réalisées au téléphone portable, trop brèves, affreusement pixelisées, ne donnaient à peu près rien à voir d'un événement complexe. Ramenés à l'attestation d'un pur acte de présence, ces documents ne contenaient que très peu d'information visuelle et n'apportaient rien de plus que les extraits choisis des journaux télévisés. Mais le réflexe était acquis: plusieurs centaines de milliers d'internautes allaient consulter ces vidéos dans les jours suivants. Même si ce public n'a pas forcément trouvé les éléments d'information qu'il recherchait, sa réaction signalait que le traitement de l'événement par les médias autorisés n'avait pas été jugé satisfaisant.

André GUNTHERT  
EHESS-Lhivic

## NOTES

Une première version de cet article a été présentée le 24 mai 2007 dans le cadre du séminaire "Problèmes d'histoire visuelle" à l'EHESS. L'auteur remercie Rémi Douine pour son aimable collaboration.

Les adresses web citées ci-dessous ont été vérifiées à la date du 24 mai 2007.

1. La BBC aurait reçu plus d'un millier de photographies pour le seul jour du 7 juillet (cf. James HARKIN, "What are...Citizen Reporters?", *The Times online*, 16 juillet 2006, en ligne : <http://www.timesonline.co.uk/article/0,,1072-1695602,00.html>).
2. Du nom donné au projet de contrat de travail : contrat première embauche (CPE).
3. Cf. Gilles KLEIN, "CPE: photos "amateurs" sur Liberation.fr et le Monde.fr", *Le Phare*, 19 mars 2006 (en ligne : [http://gklein.blog.lemonde.fr/gklein/2006/03/photos\\_dactus\\_p.html](http://gklein.blog.lemonde.fr/gklein/2006/03/photos_dactus_p.html)).
4. Cf. Dan GILLMOR, *We the Media. Grassroots Journalism by the People, for the People*, Sebastopol, O'Reilly, 2<sup>e</sup> éd., 2006, p. 125-129. Pour une version française de cet exemple, voir Thierry CROUZET, *Le Cinquième Pouvoir. Comment internet bouleverse la politique*, Paris, Bourin, 2007, p. 84-88.
5. L'équivalent français d'OhmyNews est le site collaboratif Agoravox, créé en mai 2005 par Carlo Revelli.
6. Flickr comprend deux formules d'abonnement, l'une étendue, d'un montant de 25 \$ par an, l'autre restreinte, gratuite. Il est à noter que jusqu'en 2006, l'abonnement gratuit permettait le téléchargement d'un nombre illimité d'images (ce nombre a été ensuite limité à 200).
7. Url du groupe "London Bomb Blasts Community": <http://www.flickr.com/groups/bomb/pool>. Cf. Louise STORY, "Witness Photos on Web Captured London Drama", *The New York Times*, 8 juillet 2006 (en ligne : <http://www.nytimes.com/2005/07/08/technology/08blog.html?ex=1179892800&en=31f1557a5b0d915c&ei=5070>).
8. Flickr a été créé en février 2004, YouTube et Dailymotion en février 2005.
9. «I came across it after browsing the CPE tag, after following a link from a blog post entitled "France: Youth ignore newspaper requests for protest photos; turn to Internet. The message of the article was that even the biggest French newspapers haven't been able to get readers to send in their photos, but a real time, street-level view of the protests in Paris was flowing into and out of Flickr», Stewart BUTTERFIELD, "Eyes of the World", *Flickr Blog*, 24 mars 2006 (en ligne : [http://blog.flickr.com/flickrblog/2006/03/eyes\\_of\\_the\\_world.html](http://blog.flickr.com/flickrblog/2006/03/eyes_of_the_world.html)).
10. Anon., "France: Youth ignore newspaper requests for protest photos; turn to Internet", *The Editors Weblog*, 20 mars 2006 (en ligne : [http://www.editorsweblog.org/news/2006/03/france\\_youth\\_ignore\\_newspaper\\_requests\\_f.php](http://www.editorsweblog.org/news/2006/03/france_youth_ignore_newspaper_requests_f.php)).
11. Le 16 avril 2007, deux fusillades successives éclatent sur le campus de l'université de Virginia Tech (Blacksburg), faisant 33 victimes – la tragédie la plus meurtrière ayant jamais frappé un établissement d'enseignement américain. Rapidement présents sur place, les reporters de la chaîne câblée CNN ne peuvent filmer que des images d'ambiance: les bâtiments du campus, les allées et venues des services de police, les témoignages oraux des personnes présentes. Par chance, un étudiant a eu le réflexe d'enregistrer la deuxième fusillade sur son téléphone portable, un Nokia N70. En peu de temps, Jamal Albarghouti télécharge la vidéo sur son ordinateur, puis l'envoie sur le site de CNN I-Report, dédié au *citizen journalism*. Le film ne montre que peu de choses. En une minute quinze d'images flageolan

tes, on aperçoit quelques policiers accourant vers le bâtiment. On entend surtout une série de coups de feu. Mais il s'agit du seul enregistrement vidéo disponible, réalisé pendant le déroulement d'un événement de première ampleur. C'est pourquoi CNN va diffuser en boucle cet extrait, ramené à 41 secondes, pendant une grande partie de la journée. Rapidement dupliqué par plusieurs internautes, ce programme sera recopié sur diverses plates-formes de partage de vidéos. Environ cinq heures après sa diffusion, à 15 heures, heure locale, CNN annonce que la version originale disponible sur I-Report a été consultée plus de 900 000 fois.

12. Cf. André GUNTHERT, "L'occupation de la Sorbonne est sur Flickr", *Actualités de la recherche en histoire visuelle*, 11 mars 2006 (en ligne: <http://www.arhv.lhivic.org/index.php/2006/03/11/127>).

13. Le numéro spécial de l'hebdomadaire *Marianne* intitulé "Le vrai Sarkozy", qui véhicule une image semblable, ne paraîtra que le 14 avril 2007.

14. La séquence qui occupait jusque-là la première place, un extrait de la série d'animation *Southpark*, avait été consultée près de 900 000 fois en 10 mois.

15. Commentaire de Kawouede sur le billet de Daniel SCHNEIDERMAN, "Vidéo Royal, suite : les ségolistes accusent le sénateur "strausskiste" Daniel Raoul", *Big Bang Blog*, 11 novembre 2006 (en ligne: [http://www.bigbangblog.net/article.php3?id\\_article=474](http://www.bigbangblog.net/article.php3?id_article=474)).

16. Cf. A. GUNTHERT, "Les photographies de l'EHESS et le 'journalisme citoyen'", *Études photographiques*, n° 18, mai 2006, p. 120-137.

17. Cf. *id.*, "Esthétique de l'occasion. Naissance de la photographie instantanée comme genre", *Études photographiques*, n° 9, mai 2001, p. 65-87.

18. Cf. Thierry GERVAIS, "D'après photographie. Premiers usages de la photographie dans le journal *L'Illustration*", *Études photographiques*, n° 13, juillet 2003, p. 56-85.

19. Cf. Gaëlle MOREL, *Le Photoreportage d'auteur. L'institution culturelle de la photographie en France depuis les années 1970*, Paris, CNRS éd., 2006.