Études photographiques
Notes de lecture | 2015

Clément Chéroux (dir.), *Paparazzi, photographes, stars et artistes*

cat. exp., Paris, Flammarion / Éditions du Centre Pompidou-Metz, 2014, 399 p., 49,90 €.

André Gunthert

OpenEdition Journals

Electronic version
URL: https://journals.openedition.org/etudesphotographiques/3523
ISSN: 1777-5302

Publisher
Société française de photographie

Electronic reference
André Gunthert, "Clément Chéroux (dir.), *Paparazzi, photographes, stars et artistes*", *Études photographiques* [Online], Notes de lecture, Online since 07 May 2015, connection on 14 June 2022.
URL: http://journals.openedition.org/etudesphotographiques/3523

This text was automatically generated on 14 June 2022.

Propriété intellectuelle

Clément Chéroux (dir.), *Paparazzi, photographes, stars et artistes*

cat. exp., Paris, Flammarion / Éditions du Centre Pompidou-Metz, 2014, 399 p., 49,90 €.

André Gunthert

REFERENCES

Clément CHÉROUX (dir.), *PAPARAZZI, PHOTOGRAPHES, STARS ET ARTISTES*, cat. exp., Paris, Flammarion / Éditions du Centre Pompidou-Metz, 2014, 399 p., 49,90 €.

1 La photo paparazzi a son album. Comme souvent en matière visuelle, l'outil muséographique participe activement au défrichage de territoires encore mal connus. Non sans contradictions, dans ce cas précis, car l'exposition dirigée par Clément Chéroux au centre Pompidou-Metz au printemps 2014 élève à la dignité muséale une pratique décriée, qui reste marquée du sceau infâmant de la presse populaire – sorte d'antithèse de la mythologie idéale du photoreporter, incarnée par les prix et les festivals. La proposition n'a d'ailleurs pas manqué de susciter la polémique. À tort, car le caractère propédeutique des contributions du catalogue montre les lacunes des approches existantes du photojournalisme.

2 Orné d'une photographie par Jean Pigozzi d'une main ouverte (celle de Mick Jagger) face à l'objectif, la couverture fait écho de manière emblématique à la définition retenue par Clément Chéroux de la forme prédatrice de « l'image volée ». Cependant, en lieu et place d'une analyse proprement dite des pratiques journalistiques, le volume déploie un ensemble d'approches théoriques (Nathalie Heinich) ou esthétiques (Quentin Bajac, Frédéric Monneyron), et consacre une part importante à l'examen du volet de la mythologie cinématographique, initiée par la *Dolce Vita* de Fellini, qui préserve une forme de légitimité culturelle au genre (Sam Stourdzé, Aurore Fossard-de Almeida). En guise d'approche historique, on doit se contenter d'un récit sommaire de la décadence des agences, proposé par André Rouillé, qui fait l'économie d'une

archéologie médiatique plus dense et plus complexe. Le caractère encore peu développé des études culturelles francophones se ressent dans l'absence d'une analyse des phénomènes de gestion de notoriété, familiers de la sociologie anglo-saxonne, qui aurait permis de relier histoire du cinéma et histoire du journalisme.

3 Dans cet ensemble assez éloigné du terrain, la contribution de Michel Guerrin tranche heureusement par son contenu informatif. En position d'*insider*, le journaliste est par exemple le seul à disposer de données chiffrées en matière de prix, dont les montants faramineux (un prix de 400 000 euros est évoqué pour une photographie de la princesse Diana) fournissent un éclairage précieux sur les rouages de la presse populaire. Complété par les témoignages de plusieurs paparazzi, ces éléments dévoilent des pistes prometteuses, prolongées par la riche iconographie du catalogue, au caractère souvent surprenant. Mieux que n'importe quel document, cette illustration montre à quel point une historiographie encore hésitante n'a fait jusqu'à présent que décrire la moitié du photojournalisme. L'exploration menée par Clément Chéroux montre le chemin qui reste à accomplir pour produire un tableau plus exact – et la difficulté de cet objectif.