École nationale supérieure Louis-Lumière

Mémoire de Master

Le portrait politique dans la presse nationale quotidienne : Enjeux et signification

Étude des quotidiens *La Croix*, *Le Figaro*, *Le Monde* et *Libération* pendant les mois de novembre et décembre 2015

Casanova Lucile
Spécialité Photographie - Promotion 2016

Sous la direction de Christophe Caudroy
Enseignant à l'Ecole nationale supérieure Louis-Lumière

Membres du jury :
Pascal Martin (Maître de conférences HDR)
Véronique Figini (Enseignante-chercheure)
Christophe Caudroy (Enseignant à l'ENS Louis- Lumière)
Samuel Bollendorff (Photographe et enseignant)

École nationale supérieure Louis-Lumière

Mémoire de Master

Le portrait politique dans la presse nationale quotidienne : Enjeux et signification

Étude des quotidiens *La Croix*, *Le Figaro*, *Le Monde* et *Libération* pendant les mois de novembre et décembre 2015

Casanova Lucile
Spécialité Photographie - Promotion 2016

Sous la direction de Christophe Caudroy
Enseignant à l'Ecole nationale supérieure Louis-Lumière

Membres du jury :
Pascal Martin (Maître de conférences HDR)
Véronique Figini (Enseignante-chercheure)
Christophe Caudroy (Enseignant à l'ENS Louis- Lumière)
Samuel Bollendorff (Photographe et enseignant)

Remerciements

Je remercie Christophe Caudroy pour ses conseils et la pertinence de ses remarques.

Je remercie les membres de mon jury, Pascal Martin, Véronique Figini et Samuel Bollendorff pour leur lecture.

Je remercie Liza Boldt, Mathilde Galis, Fabrice Loussert et Florent Fajole pour leur disponibilité et leur aide, ainsi que Pascale Fulghesu pour son accompagnement au cours de ces trois années.

Je remercie également Muriel Denet pour son avis critique.

Je remercie Armelle Canitrot, Stéphane Correa, Nicolas Jimenez, Lionel Charrier, Robert Injey, Jean-Claude Coutausse, Sébastien Calvet, Frédéric Stucin, Samuel Kirszenbaum, Mathieu Zazzo et Olivier Roller pour le temps qu'ils m'ont accordé. Je remercie également Mme Rousseau, Mme Le Callennec, Mme Assassi, Mme Amiable, Melle Jagu-David, Mme Benguigui, Mme Cheret, et toutes les personnes qui m'ont aidée à porter ce projet. Je remercie chaleureusement Fabrice et Myriam, pour leur soutien.

Je remercie Justine Hochemain, pour le travail qu'elle a réalisé, et pour tout le chemin parcouru ensemble.

Je remercie particulièrement Karen Faurie, Marc Fournier, Chloé Romeyer et Kevin Théard.

Je remercie Clément, pour sa patience, ses encouragements quotidiens. Je remercie ma grand-mère pour sa bienveillance, mes parents pour leur indéfectible soutien et leur implication, Marie, Matthieu et Benoît, pour leur joie de vivre.

Résumé

Ce projet d'étude s'intéresse à l'enjeu du portrait photographique dans la publication de portraits politiques dans la presse, et plus particulièrement, dans la presse nationale quotidienne. Face à l'accumulation des portraits dans la presse, et à la place occupée par la communication via l'image en politique aujourd'hui, se pose la question de la limite entre information, communication et acte photographique, qui sous-tendent au portrait politique de presse.

Au cours de ce travail de recherche, nous étudierons les conditions d'utilisation du portrait politique, ainsi que la place laissée à celui-ci dans une presse nationale quotidienne mise à mal par l'évolution des techniques et des moyens de diffusion.

Dans un second temps, nous tenterons d'analyser la particularité du portrait politique face aux autres portraits envahissant la presse, dans le but d'interroger la potentielle existence de codes propres à cette discipline.

Enfin, cette analyse permettra une interrogation sur la signification, le sens et la place de la création dans ces portraits, afin d'observer à quel point les variables politique et presse conforment, ou non, le portrait.

Mots-Clefs :

Portrait

Politique

Presse nationale quotidienne

Communication

Démarche

Abstract

This research project deals with the issue of photographic portraits of politicians, particularly in the national press.

In view of the accumulation of portraits in the press, and of the position occupied today by visual communication, it is difficult to know where to draw the line between information, communication and the photographic act, regarding political portraiture in the press.

In the first part of this work, we will study the conditions governing the use of political portraits and the place dedicated to these in national newspapers, the circulation of which has dwindled with the development of technology.

In the second part, we will try to analyze the special nature of political portraiture compared to other portraits that pervade the press, in order to question the potential existence of codes in this field.

Lastly, this analysis will allow us to question the meaning, the perspective and the place of creation in these portraits, in order to observe how the political variable and the press variable comply, or not, with the portrait.

Keywords :

Portrait

Policy

Daily newspaper

Communication

Approach

Table des matières

Remerciements **3**

Résumé **4**

Abstract **5**

Table des matières **6**

Introduction **9**

I. Contextualisation du portrait politique dans la presse nationale quotidienne 11

1. Enjeux et origines du portrait photographique *11*

A. Définition 11

B. Hisoire du portrait photographique 12

• Histoire d'une attente 12

• L'individu et la société 14

• Portrait privé et portrait publique 18

C. Le portrait : un genre photographique 19

2. Le portrait en politique en France *22*

A. Du portrait de cour au portrait présidentiel 22

• La représentation des puissants 22

• Le portrait présidentiel 24

B. La représentation de la personne politique 25

• Définition de la personne politique 25

• La médiatisation de la vie politique en France 26

• Affiches électorales et images de campagnes 28

• Les personnes politiques par les photographes 29

3. Etat des lieux de la culture photographique dans la presse nationale quotidienne *30*

A. Evolution de la culture de la photographie dans la presse 30

B. Présentation du corpus 32

• *La Croix* 33

• *Le Figaro* 34

• *Le Monde* 35

• *Libération* 36

II. Etude statistique **38**

1. Analyse quantitative *38*

A. Quantité de portraits photographiques publiés par quotidien 39

B. Quantité d'images produites / quantité d'images achetées 42

• Quantité d'images produites / achetées en volume 42

• Quantité d'images produites / achetées en terme de budget 45

C. Quantité de portraits de reportage et de portraits posés 46

2. Analyse qualitative *47*

A. La place du portrait dans le papier 47

• La taille de l'image 48

• La place de l'image dans la page 49

• Le crédit du photographe 51

B. Quelle utilisation du portrait ? 52

C. Le rapport entre portrait posé et portrait en action 54

• Le portrait en action est-il un portrait ? 54

• La démarche du portrait en rendez-vous 55

3. Existe-t-il des codes au portrait politique de presse ? *57*

A. Le cadre 58

• Le format 58

• L'angle de prise de vue 58
• La focale 59
• L'importance de l'arrière-plan 59
B. La lumière et le rendu 60
C. L'attitude du modèle 63

III. La question de la démarche 67
1. Pourquoi mettre des portraits dans la presse nationale quotidienne pour parler des politiques ? 67
A. Les politiques, des hommes et des femmes comme les autres ? 67
B. Le Jeu de la communication 70
C. Contrôle de la prise de vue 74
2. La relation photographe-modèle 76
A. La temporalité de la prise de vue 77
B. Relation de pouvoir 78
C. Impact du dispositif 80
3. Existe-t-il un bon portrait politique de presse ? 82
A. Le bon portrait du commanditaire au modèle 82
B. Le portrait politique pour la presse nationale quotidienne : entre rencontre et démarche 85

Conclusion 91
Bibliographie 93
Index 95
Table des illustrations 96
Présentation de la partie pratique 101

Introduction

En 2007, Nicolas Sarkozy a été élu Président de la République Française. À cette occasion, et comme pour ses prédécesseurs, a été réalisée la photo officielle du quinquennat. Mais cette photo, prise dans la bibliothèque de l'Élysée aux côtés des drapeaux français et européen, tire son originalité de son photographe. Philippe Warrin, qui est à l'origine du cliché, n'a en effet rien d'un photographe politique puisqu'il est paparazzi. À l'orée d'un mandat placé sous le signe du « bling-bling » c'est donc un spécialiste de la photo people qui a réalisé la photographie du Président.

Depuis une décennie, en parallèle des photographies officielles, les quotidiens nationaux utilisent de plus en plus la photographie pour illustrer leurs pages politiques. Parmi ces photos, les portraits sont de plus en plus nombreux. Femmes et hommes politiques apparaissent dès lors seuls, saisis dans leur singularité, au plus près. Le portrait montre la personne, dévoile le visage et parvient parfois à percer à jour la vérité du personnage. Mais le portrait n'est pas un plan innocent. Entre intimité et démonstration, son ambiguïté est en effet exacerbée par le portrait de presse et son application à la vie politique accroît encore le double jeu entre le dévoilement et l'occultation. Exercice de style, le portrait politique est aussi le lieu d'une confrontation entre plusieurs acteurs. Entre information et communication, il pose donc d'incessantes questions de forme et de fond.

Nous pouvons alors nous demander, au regard de l'actualité, quels sont les enjeux et la signification du portrait politique dans la presse nationale, mais aussi quel sens donner à sa publication.

Pour apporter une réponse à ces questions, nous verrons dans un premier temps que la contextualisation des éléments et la définition des termes du sujet nous permettent de dresser un bilan du portrait photographique, du portrait politique et de l'évolution de l'image dans la presse quotidienne nationale.

Cela nous conduira dans un second temps à analyser des portraits politiques publiés dans les quotidiens *La Croix*, *Le Figaro*, *Le Monde* et *Libération* entre novembre et décembre 2015, période riche en actualité politique. Une mise en regard de ces portraits avec des entretiens réalisés auprès de professionnels de la presse, de la politique et de la photographie nous permettra d'interroger les codes esthétiques de ce genre et de se poser la question de l'existence même d'un vrai portrait politique de presse.

Notre recherche aboutira alors vers une réflexion sur le rôle du portrait dans la remise en question de la place du photographe, de la presse et de la personnalité politique afin d'interroger la démarche et le sens de la spécificité politique du portrait.

I. Contextualisation du portrait politique dans la presse nationale quotidienne

La représentation du personnel politique français dans la presse par le biais du portrait, est un exercice où se confondent information, communication et représentation symbolique. Pour mieux analyser les enjeux que peut impliquer un tel moyen de représentation, il faut replacer cette utilisation dans son contexte et dans ses évolutions.

1. Enjeux et origines du portrait photographique

A. Définition

Le portrait puise ses origines dans la représentation d'une personne réelle, et plus spécifiquement du visage de l'Homme par l'utilisation des moyens des arts du dessin. Si l'on s'attache à la notion de représentation, c'est-à-dire à l'action de mettre devant les yeux, devant l'esprit, quelque chose qui n'y est pas, ou bien de rendre sensible un objet absent, un concept, au moyen d'une image, d'une figure ou d'un signe, un portrait visuel est alors considéré comme une image qui a pour but de rendre visible, sensible, reconnaissable voire identifiable un individu qui est ou peut être absent.

Or, l'Histoire nous montre que la seule ressemblance physique ne suffit pas à faire « portrait ». En effet, ce dernier doit également permettre la reconnaissance psychologique, la représentation de ce qui émane de la personne portraiturée.

Étymologiquement, « portrait » signifie « pour tirer ». Ainsi, si le portrait implique la représentation par la ressemblance, il s'intéresse également à une idée plus profonde sur l'essence de la personne représentée. Mais alors, que cherche-t-on à tirer du modèle ?

B. Histoire du portrait photographique

• Histoire d'une attente

La représentation du visage de l'Homme a toujours existé. Cependant, jusqu'à la Renaissance, la notion de personnalité n'est pas recherchée dans la représentation de la personne. On ne peut donc pas réellement parler de portrait.

Il n'existe pas de représentation structurée du visage dans l'art préhistorique. Seul le site de Jericho a permis la découverte de vestiges datant de 8 000 avant J.-C., composés de crânes humains, remplis d'argile formant ainsi des « visages ». Ces vestiges marquent les premières réflexions de l'Homme sur la perspective de soi à travers la découverte des traits du visage, qui distinguent un individu d'un autre.

Plus tard, on trouvera des visages peints sur certains sarcophages, puis sur des icônes byzantines, mais il s'agissait d'effigies destinées à symboliser plus qu'à représenter.

On a récemment retrouvé à Arles un buste sculpté de Jules César, datant très probablement de 46 avant J.-C.[1].Dans la Grèce antique, les représentations de l'individu passaient avant tout par une sculpture dictée par des codes esthétiques mettant en jeu la perfection du corps et des traits du visage. Fondée sur la *Mimésis*[2], la représentation de l'Homme était avant tout une manière de figurer et d'interpréter la personne, en en excluant sa personnalité. Ainsi, si la Grèce Antique a su amorcer le portrait, ce dernier lui a pourtant échappé par manque de subjectivité, ne permettant pas de le définir comme tel.

Pourtant, le portrait tel que nous le connaissons n'est apparu qu'à la Renaissance avec l'émergence du sujet. Le premier portrait de l'histoire de la peinture est celui de Jean II Le Bon (Fig. 1). Il est représenté avec une expression particulière sur le visage, propre au sujet portraituré : un léger sourire, des yeux malicieux légèrement plissés, un frémissement.

---

[1] Lors de la lutte de pouvoir entre César et Pompée, il avait fait venir César à Arles pour fabriquer des galères.

[2] Terme tiré de la poétique d'Aristote et qui définit l'œuvre d'art comme une imitation du monde tout en obéissant à des conventions.

Puis les artistes vont peu à peu signer leurs portraits. Ainsi, on peut citer Jean Clouet (1480- 541) qui effectue en 1520 le portrait de François Ier sur bois et à l'huile (Fig. 2) . Cette œuvre fait preuve d'une grande virtuosité picturale et souligne la grande importance de l'observation du modèle.

De même, le portrait d'Innocent X effectué par Velasquez (1599-1660) en 1650 (Fig. 3) est remarquable par la représentation du regard et de l'expression du pape, saisie dans sa capacité de présence et d'autorité.

Fig. 1 : ANONYME : *Jean II Le Bon, roi de France (1319-1364),* détrempe à l'œuf sur enduit de plâtre, milieu du XIVe siècle, 60 × 44.5 cm, Musée du Louvre (Dépôt de la BNF), Paris.

Fig. 2 : CLOUET Jean : *Portrait de François Ier, roi de France (1494-1547),* huile sur bois, vers 1530, 96 x 74 cm, Musée du Louvre, Paris.

Fig. 3 : VELASQUEZ Diego : *Portrait d'Innocent X*, peinture à l'huile, 1650, 140 x 120 cm, WellingtonMuseum, Galerie Doria-Pammphilj, Rome.

Avec la révolution, on voit apparaître d'autres attentes en termes de portrait, notamment pour une nouvelle classe, la bourgeoisie, qui voit le jour et veut s'approprier cette représentation. Bien que réservé aux dominants, le portrait sera utilisé par une élite bourgeoise soucieuse de poser pour la postérité. Les tableaux étant réservés aux aristocrates et au clergé, la bourgeoisie va s'approprier d'autres modes de représentation tels que la miniature, le physionotrace ou encore la lithographie. Cependant, toutes les élites restent dans l'attente d'un moyen plus rapide et meilleur marché.

En 1839, lors de la présentation du Daguerréotype à l'occasion de la divulgation de la photographie au monde, Arago (1786-1853)[3] exclut l'utilisation de la photographie à des fins de portrait pour des raisons techniques. Ce dernier sera cependant pratiqué malgré la nécessité d'un temps de pause important imposé par des surfaces peu sensibles. Il s'agit alors d'un dispositif contraignant, car les modèles sont installés sur des supports peu confortables qui les maintiennent afin d'éviter un maximum de mouvements. De plus, pour rester le plus fixe possible, les modèles ne doivent présenter aucune expression, et il en résulte des portraits peu valorisants. Les journaux dénoncent l'inadéquation du médium et du portrait à travers ces débuts audacieux et laborieux.

Le XIXème siècle est alors marqué par l'attente d'un moyen autre que la peinture pour représenter l'individu. L'apparition de la photographie amorce l'âge démocratique de la représentation de soi. C'est avec l'arrivée du Collodion Humide que le portrait trouvera sa place légitime dans la photographie, car ce procédé nécessite un temps de pose moins long, de l'ordre de quelques secondes.

• L'individu et la société

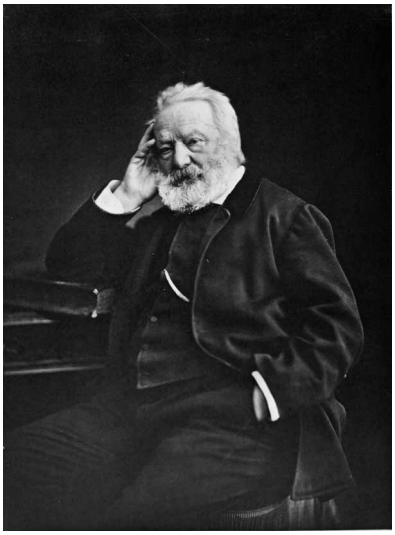
Dans les années 1850, la photographie fait son entrée dans la société par le biais du portrait. Le portrait photographique devient alors un objet ordinaire dans lequel se retrouvent des pratiques individuelles ou de certains amateurs, ainsi que des pratiques artistiques.

Les premières productions questionnent l'identification et la reconnaissance de soi ou des autres. C'est à cette période qu'apparaissent les grands studios.
En 1854, Nadar (1820-1910), homme de presse issu d'une famille modeste, ouvre un studio de photographie à Paris. Installé au sommet d'un immeuble avec verrière, Nadar photographie en lumière du jour qu'il retravaille avec des réflecteurs et des coupes flux.

[3] Astronome, physicien et homme politique français, membre de l'Académie des sciences qui milita pour le progrès technique et le progrès social.

Photographe de l'élite culturelle, intellectuelle et artistique du XIXème (Edouard Manet, Georges Sand, Sarah Bernard, Berlioz), Nadar instaure une relation particulière avec son modèle, et réalise des portraits en buste, en se tenant proche du modèle.

La même année, Eugène Disderi (1819-1889), sensibilisé à la photographie dans un aspect plus commercial, ouvre également son studio de photographie. Il met au point et brevette le portrait au format carte de visite, permettant d'obtenir huit portraits par plaque. Ce format photographique réduit permet une amélioration des coûts, et ne concerne plus uniquement l'élite, mais devient également accessible à la classe aisée. Disderi met en scène ses modèles en leur faisant prendre place dans un décor de théâtre, le personnage arbore quatre poses prédéfinies et codifiées créées par le photographe lui-même. Ses images sont réalisées avec une lumière homogène, de plein pied, et représentent des personnages apprêtés, absorbés dans un décor selon une organisation iconique. Il portraiturera Verdi, Vernet, et parviendra même à faire poser l'empereur.



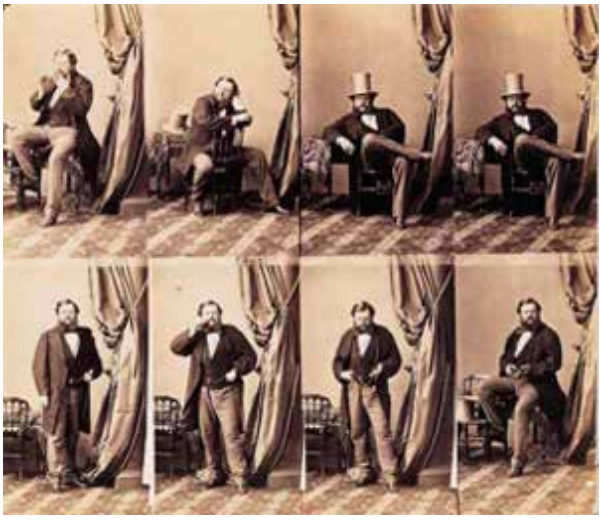


Fig. 4 : NADAR Félix : *Victor Hugo*, négatif verre au collodion humide, 1884, 110x220mm, Musée d'Orsay, Paris.

Fig. 5 : DISDERI Eugène : *Baron Adolphe de Rothschild*, tirage sur papier albuminé d'après négatif sur verre au collodion humide, 1858, 200 x 230 mm, Bibliothèque nationale de France, Département des Estampes et de la photographie, Paris.

Disderi photographie des statuts sociaux alors que Nadar photographie des individus. Ces deux personnages emblématiques du studio annoncent déjà dans leur pratique une balance entre l'individu en lui-même et l'individu représentant une société.

L'essor des studios de photographes donne naissance à un germe d'individualisme et à une exacerbation narcissique des individus. Dans sa critique de la photographie, Baudelaire dénonce cette « société immonde [qui] se rua, comme un seul Narcisse, pour contempler sa triviale image sur le métal.[4] » Pourtant, en 1863, il finit lui aussi par poser devant l'objectif des grands portraitistes.

Le développement du portrait photographique pose également la question de l'identification. Le classement et le contrôle social sont au cœur des premières productions de portraits. Le sujet disparaît au profit d'une étude scientifique d'un groupe ayant pour but la création d'une vision panoramique de la population.

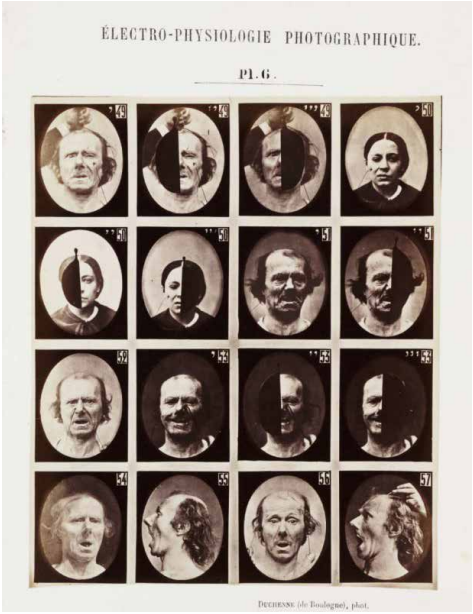


Fig. 6 : DUCHENNE DE BOULOGNE Guillaume-Benjamin-Amand, *expériences électro-physiologiques,* pl. 6, 1865

À partir de 1856, Adrien Tournachon (1825-1903)[5] met son savoir photographique au service des expériences du docteur Duchenne de Boulogne (1806-1875). Tous deux utilisent la photographie à des fins scientifiques, dans le but d'observer les mécanismes du visage humain. En disposant des électrodes sur les muscles des modèles issus d'hôpitaux, et en déclenchant des impulsions électriques, ils réalisent des portraits qu'ils associent à des émotions. L'individu n'est alors qu'un instrument qui s'efface.

[4] Charles BAUDELAIRE, *Salon de 1859*, in *Curiosités esthétiques. L'art romantique*, Paris, Garnier, 1962, p.317.
[5] Adrien Tournachon, photographe, peintre et dessinateur français, connu sous le pseudonyme Nadar jeune, frère de Nadar.

Parallèlement, apparaît la photographie anthropométrique. Pendant la colonisation, les anthropologues mettent en place des mesures et photographient chaque individu, toujours au même grandissement, afin de permettre la comparaison de « races ». Ces photographies sont à l'origine de la photographie d'identité.

Fig. 7 : Divers photographes (contretypes réalisés par Carl Dammann), *Hinter-Indien,* épreuves sur papier albuminé, 8 phot. sur carton 47,5 x 62,4 cm, BnF, département des Cartes et Plans, Société de géographie.

Plus tard, cette utilisation du portrait inspirera la photographie judiciaire, et sera utilisée par la police pour reconnaître des criminels.

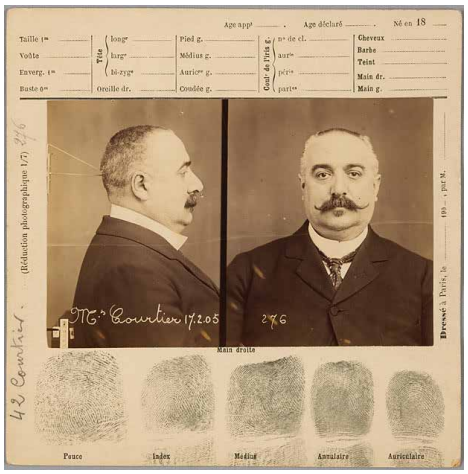


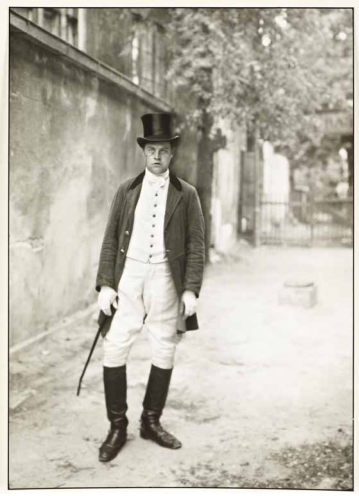
Fig. 8 : ANONYME, *Mr. Courtier,* 17 février 1902.

En 1880, Alphonse Bertillon (1853-1914) de la préfecture de police, met au point les fiches anthropométriques. Le protocole de prise de vue y est strict et impose des images de face, de profil, au même grandissement, avec lumière neutre, sans expression. À partir de 1905, ces portraits sont accompagnés des empreintes digitales des suspects.

Ce système s'avère plus efficace car il permet la comparaison, et l'inclusion d'un ensemble d'informations annexes fiables, créant ainsi un répertoire des types de profil. La physiognomonie criminelle a ainsi pu compter sur un auxiliaire de choix dans la photographie, qui non seulement illustre, mais démontre la mécanique du vivant.

Au-delà du contrôle et du détournement du portrait à des fins scientifiques et judiciaires, ce dernier est également utilisé pour réaliser le portrait d'une société.

Dans son livre *Les Hommes du XX*ème *siècle*[6], Auguste Sander (1876-1964)[7] entreprend la réalisation d'un portrait de l'humanité. Au lendemain de la Première Guerre Mondiale, l'Allemagne a tout perdu, et c'est la situation de son pays qui va l'interpeller. S'appuyant sur la Nouvelle Objectivité pour amorcer sa démarche artistique, il considère que la photographie peut être la technique la plus adéquate pour dresser un portrait de la société allemande du XXème siècle, ainsi que celui de la république de Weimar.



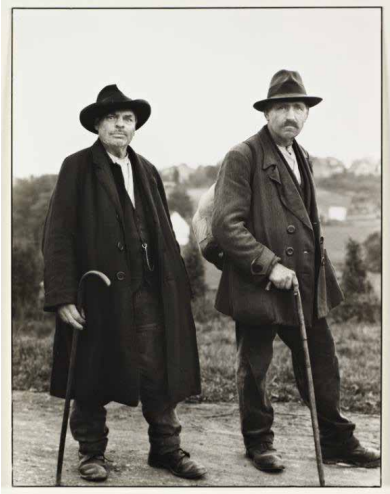


Fig. 9 : SANDER Auguste, *The notary,* gelatin silver print on paper, *1924*, printed 1990, Tate and National Galleries of Scotland.

Fig. 10 : SANDER Auguste, *Jockey,* gelatin silver print on paper, *c. 1930, printed 1990*, Tate and National Galleries of Scotland.

Fig. 11 : SANDER Auguste, *Vagrants,* gelatin silver print on paper, *1929, printed 1990*, Tate and National Galleries of Scotland.

Photographiant à la chambre 18 x 24 cm, il met en place un protocole récurrent afin de portraiturer des individus qui deviennent, à travers son objectif, des archétypes de la catégorie socioprofessionnelle à laquelle ils appartiennent. Dans son ouvrage, le titre de chaque image indique le rang socioprofessionnel du modèle. C'est l'ensemble de ses portraits qui fait son œuvre, chaque portrait n'en étant qu'une facette.

[6] Ulrich KELLER, Auguste SANDER, Gunther SANDER, *Hommes du XXe siècle : portraits photographiques 1892-1952*, traduit de l'allemand par Denis Messier, Paris, Éditions Chênes, 1985, 431p.

[7] Auguste Sander, photographe allemand, possédant son propre studio, et spécialisé dans le portrait classique et la photographie industrielle.

• Portrait privé et portrait publique

À la fin du XIXème, le collodion humide est remplacé par le gélatinobromure d'argent. Il s'agit du premier procédé à être développé par une industrie photographique naissante. C'est à ce même moment qu'apparaît la photographie sociale.

De nombreux studios de quartiers ouvrent leurs portes et mettent le portrait photographique à la portée d'un plus grand nombre de personnes. Les portraits qui y sont réalisés sont destinés à des usages privés, essentiellement familiaux, et témoignent de rituels sociaux qui apparaissent et vont perdurer plusieurs décennies, telles que la photographie de mariage, le service militaire, le portrait d'enfants…

En 1936, l'apparition de l'*Instamatic* démocratise l'utilisation de la photographie et du portrait. Ces pratiques ne sont dès lors plus réservées aux professionnels, mais s'ouvrent aux amateurs. Les divers changements et évolutions de la société permettent à l'industrie photographique de connaître son âge d'or. Cependant, le photographe de quartier perdure en proposant des portraits revus au goût du jour. Plus tard, l'apparition des *blogs* et les réseaux sociaux amènent le portrait sur le devant de la scène en rendant publique la vie privée.

À l'opposé, les années 1920, marquées par l'apparition de la presse et l'épanouissement d'une industrie cinématographique, donnent naissance à la construction d'une image. Dès lors apparaît le concept de Star, désignant une personne placée sous le feu des projecteurs, de sur exposée. Il s'agit de construire l'image de la star, de rendre ces individus surhumains, inaccessibles et hors d'atteinte. Ce n'est plus la personne qui est photographiée, mais l'actrice en train de jouer un rôle. C'est à cette époque que sont créés les premiers studios de stars, et notamment un des plus célèbres d'entre eux, toujours en activité : le Studio Harcourt. Depuis les années 1990, l'information passe par le portrait et la photographie de *paparazzi*. Les raisons de ce que l'on peut appeler la « peopolisation » de l'information pour les agences de presse et les magazines se trouvent notamment

dans la démocratisation de la télévision, aujourd'hui secondée par les supports Internet, qui proposent un flux d'informations immédiates et en direct. À cette époque, la presse traverse une crise, qu'elle dépasse grâce à cette fictionnalisation de l'information par le biais d'individus, et qui engendre une publication dont le volume ne cesse de croître.

Avec le développement de la presse apparaît le portrait publicitaire. En effet, les contenus éditoriaux s'équilibrent autant que possible entre une partie éditoriale et une partie publicité. Dans les années 1970, la photographie de publicité se fonde sur des styles photographiques particuliers. La photographie publicitaire donne naissance à une hybridation qui prône la domination d'un idéal plastique par la sur médiatisation du visage des stars, dans le but de vendre des produits, affichant ainsi un monde irréel, hors d'atteinte. En revanche, pour faire la promotion de produits plus courants, on utilisa l'image d'anonymes, comme des représentants starifiés afin de vanter des produits ou des services utilisés par tous, tel que SFR ou la SNCF, permettant ainsi une identification plus facile à des gens ordinaires.

C. Le portrait : un genre photographique

Dans le cadre d'une création artistique ou culturelle, le genre se définit comme un type de production régit par des règles communes, mais qui autorisent des variations infinies. Il repose sur des règles définies par un cadre historique, géographique, social et qui dépendent d'un sujet, d'intentions, des personnages, des formes utilisées. Ainsi, les productions qui se reconnaissent dans un ensemble de règles communes font genre.
Le portrait, envisagé comme un genre photographique, suppose alors l'existence de règles qui permettent de définir des productions comme appartenant à ce genre, et ayant une spécificité photographique. Construit sur la coïncidence historique de l'apparition d'une technique et des progrès de l'individualisme, le portrait photographique représente à la fois une célébration du sujet, un art de la personne, un genre artistique, et un art de l'image.

Le portrait comme genre photographique a vu naître de grands maîtres. Il est aujourd'hui impossible de parler du portrait photographique sans citer Richard Avedon, Irving Penn, Bert Stern ou encore Jean-Loup Sieff.

La photographie permet une reproduction à l'identique, et c'est dans cette veine que le portrait photographique a été, dans un premier temps, exploité. Cependant, les photographes vont choisir d'en infléchir le but premier, afin de ne plus tirer le portrait « trait pour trait », mais de tourner autour du sujet.

Diane Arbus l'utilise dans son œuvre, pour présenter des gens hors normes et constituer une iconographie de l'étrangeté. Elle présente alors un portrait monstrueux de l'Amérique des années 1960.

Fig.12 : ARBUS Diane, *Child with a toy hand, N.Y.C.* 1962.

Le genre du portrait devient un terrain d'expression de la photographie contemporaine. Pour les artistes, il apparaît comme un moyen idéal pour scruter le monde qui les entoure. Le portrait n'est pas la finalité, mais un moyen pour dire autre chose que l'individu.

Koos Breukel réalise des séries de portraits de personnes ayant eu un accident de la vie, et en portent ou on les stigmates. Il utilise le portrait pour faire face à un individu et à son histoire, pour aller au-delà de la simple représentation.

Fig. 13 : BREUKEL Koos, *Cosmetic View #5.*

Puis, le visage sera envisagé non plus comme sujet, mais comme support et motif pictural, comme dans le travail d'Eric Nehr qui utilise le visage comme pur matériau plastique pour en extraire, grâce à la lumière, la ligne.

Rineke Dijkstra utilise le portrait comme moyen plastique, travaille en série selon un protocole identique, pour interroger le rapport au corps, à la mort, à la maternité.

Le portrait est également un moyen de questionner l'identité et de critiquer une image imposée par la société. Il est alors utilisé pour décrier une société, comme Aziz et Cucher dans leur série *Dystopia*, présentant des individus physiquement fermés au monde, ou encore Valérie Belin, qui photographie des mannequins de cire et des femmes dans de grands tirages, qui interroge l'idée du simulacre, du vrai et du faux dans l'image qui nous est donnée.

Fig. 14 : BELIN Valérie, *Untitled*, in Models, 2001.

Fig. 15 : DUJKSTRA Rineke, Kolobrzeg, Pologne, 26 juillet 1992, C-Print, Courtesy Martian Goodman Gallery, New York, Paris.

Fig. 16 : AZIZ ET CUCHER, *Lynn*, in Dystopia, C-Print, 50 x 40''.

Fig. 17 : NEHR Eric, *Portraits.*

Le portrait est un mode de représentation témoin de l'évolution de la société. La photographie s'en est emparée à des fins paradoxales. En le rendant accessible à tous, elle l'a également utilisé pour mettre en place des icônes.

Ainsi, si le portrait est un mode de représentation dans lequel l'individu et le collectif peuvent se projeter, il a également permis l'émergence d'idéaux que les personnages publics n'ont pas manqué de s'approprier pour communiquer sur leur image, inspirant alors à la politique une communication, pour convaincre et se rapprocher du peuple.

2. Le portrait en politique en France

Dès ses origines, la photographie a revêtu une envergure politique. Le 19 août 1839, François Arago, récemment nommé secrétaire perpétuel de l'Académie des sciences, annonce la découverte du procédé mis au point par Daguerre, divulguant ainsi au monde la photographie, dans un discours devant l'Académie de Sciences.

Si cette découverte est avant tout le résultat d'une avancée chimique et technique, l'envergure politique de son annonce se mesure pleinement à travers le personnage d'Arago et le climat d'industrialisation dans lequel elle s'inscrit. Le soutien d'Arago à Daguerre se place dans un contexte de progrès industriel qui entre dans le programme des Républicains dans les années 1830. Il y voit une machine permettant une économie de travail et d'argent. Le daguerréotype, promesse d'une mécanisation de la fabrication d'images, de baisse des prix de revient et d'accessibilité à un plus large public, représentait une étape dans l'acheminement vers la société égalitaire et juste qu'Arago désirait.

Très vite après sa divulgation, la photographie saura être utilisée par les puissants pour mettre en scène leur représentation à travers le portrait.

A. Du portrait de cour au portrait présidentiel

• La représentation des puissants

Le portrait est d'abord réservé aux deux états qui possèdent le pouvoir : l'aristocratie et le clergé, qui cherchent à travers la représentation de soi à conforter symboliquement ce pouvoir. À cette époque, les portraits font l'objet de commandes de la part des nobles qui y voient un moyen de faire valoir les liens du sang tout en conférant à leur statut « une ubiquité éternelle dans le temps et dans l'espace »[8] et un outil de propagande.

[8] Sylvie AUBENAS, Anne BIROLEAU (sous la direction de), *Portraits / Visages 1853 – 2003,* Paris, Éditions Gallimard, Éditions Bibliothèque nationale de France, collection « Galerie de Photographie », 2003, 183p.

Au cours du XVIIème siècle, le portrait évolue d'une représentation sérieuse et *stoïque* qui reflète les rapports entre l'individu et l'État, à un style plus opulent qui revêt un aspect officiel, avec l'apparition du portrait d'apparat. Il s'agit d'un genre pictural qui atteint la plus haute place dans le portrait académique. Entre les XVIIème et XVIIIème siècles, le genre s'étend dans toutes les cours d'Europe et on voit apparaître des peintres se consacrant uniquement à produire des portraits de la cour. Au siècle des Lumières, le style évolue vers un portrait plus léger et élégant, et les peintres s'attachent plus particulièrement aux expressions et au regard de leurs modèles.

Fig. 18 : RIGAUD Hyacinthe, *Louis XIV en costume sacré*, huile sur toile, 1701, 277 x 194 cm, Musée du Louvre, Paris.

Fig. 19 : VIGEE-LE-BRUN Elisabeth-Louise, *Marie-Antoinette et ses enfants*, huile sur toile, 1787, 275 x 215 cm, Musée national du chateau de Versailles.

Fig. 20 : INGRES Jean-Auguste Dominique, *Napoléon Ier sur le trône impérial*, huile sur toile, 1806, 2,6 x 1,63 m, Musée de l'Armée, Paris.

Mais on ne peut évoquer le portrait d'apparat sans parler des portraits de Elisabeth Vigée Le Brun, à qui Marie-Antoinette, dans un souci de communication, confia son image. Mal-aimée par le peuple, la reine demanda à la peintre de réaliser des portraits d'elle avec ses enfants pour compenser sa réputation.

Napoléon l'utilisa pour obtenir et asseoir son pouvoir. Durant ses campagnes, il se fit représenter pendant les batailles, et utilisa la presse pour modifier les faits en sa faveur, ou pour glorifier ses hommes. Il fit circuler son image de grand général, à travers la pièce de monnaie par exemple, pour manipuler les masses.

• Le portrait présidentiel

Le portrait présidentiel, ou portrait officiel du Président de la République Française, s'inscrit dans une tradition républicaine mise en place dès la IIème République.
En effet, bien que Napoléon III soit le premier « président » à être portraituré, on considère que c'est Adolphe Thiers, en 1871, qui sera le premier président à répondre à cet exercice symbolique. Le portrait présidentiel se pose dès lors comme la représentation de la fonction plus que de l'homme, devient un exercice imposé dans lequel fond, format et attitude sont contrôlés : en vertical, sur fond neutre, l'individu pose en habit de cérémonie, de trois-quarts, avec une expression neutre, la main droite appuyée sur une pile de livres. Bien que réglementé, ce portrait verra une évolution au fil des présidents, des mœurs et des techniques. Ainsi, si René Coty est le premier président à opter pour le sourire sur son portrait (Fig. 21), le tournant photographique aura lieu avec le portrait de Charles de Gaulle et l'apparition de la couleur.

Fig. 21 : ANONYME, René Coty.

Fig. 22 : LARTIGUE Jacques-Henri, Valéry Giscad d'Estaing.

Ce n'est qu'en 1974 que le portrait présidentiel connaîtra un réel changement, avec le portrait de Valéry Giscard d'Estaing (Fig. 22) , réalisé par Jacques-Henri Lartigue, qui rompt avec la tradition et propose un portrait audacieux : un format quatre-tiers, utilisé

à l'époque pour la communication, et une grande simplicité apportant une certaine modernité à l'exercice.

Le choix du photographe devient également un élément significatif dans la commande du portrait présidentiel. Ainsi, si François Mitterrand retourne à un portrait plus sobre, il fait appel à Gisèle Freund, portraitiste, intellectuelle et femme engagée, pour le réaliser.

Jacques Chirac opte pour Bettina Rheims, et choisit une variation, notamment par la prise du portrait en extérieur.

Philippe Warrin, photographe people, réalise la photo officielle de Nicolas Sarkozy devant la bibliothèque de l'Elysée, au lendemain de son élection.

François Hollande, quant à lui, demande à Raymond Depardon de réaliser un portrait sans grandes variations, dans le respect des codes.

Dans la lignée des portraits d'apparat, le portrait présidentiel répond parfaitement à un exercice de style et de communication. *A posteriori*, le choix des photographes et des mises en scène de ces portraits sous-entend l'image reflétée par ces hommes de pouvoir pendant leurs mandats.

B. La représentation de la personne politique

• Définition de la personne politique

Il est compliqué de définir la personne politique. Pour cela, il faut envisager les appellations utilisées dans la langue française pour parler des personnes qui travaillent dans le milieu de la politique.

Le terme « homme politique » est utilisé pour parler d'un homme impliqué dans la vie politique et qui a fait de la politique son métier. Ce terme est mis en regard avec celui de « femme politique », n'étant entré que récemment dans le langage courant, face à l'émergence des femmes sur la scène politique. L'existence du terme « femme politique »

tend donc à limiter l'utilisation d' « homme politique » uniquement à la gent masculine. Le terme politicien, quant à lui, bien que possédant un fond semblable, est parfois utilisé péjorativement, et s'octroie de fait une connotation négative. Enfin, le terme de « personnalité politique » met en jeu une notion d'importance sociale et de médiatisation qui ne peut s'appliquer à toutes les personnes dont ce mémoire fait l'objet.
Par conséquent, ce mémoire traitant aussi bien d'hommes que de femmes politiques, le terme personne politique sera le terme retenu pour évoquer les personnes représentées.

• La médiatisation de la vie politique en France

En France, la République a, pendant longtemps, protégé la sphère privée des personnes publiques, comme l'illustre le discours qui a entouré la mort de Felix Faure[9], décédé dans les bras de sa maîtresse (information non divulguée par la presse). Pourtant, depuis 1881 et la loi sur la liberté de la presse, les médias n'avaient pas d'interdiction sur le traitement réservé à la vie privée des personnes politiques, comme à celle des citoyens.
Sous la IIIème République, la personne politique n'est pas mise en avant car une personnalité forte et médiatisée est synonyme de danger. Ce n'est qu'à partir de la IVème République que la personne de pouvoir en tant que telle se démocratise. L'apparition des partis politiques est à l'origine de la mise en place des figures de *leaders* politiques qui se soucient davantage de l'opinion des Français, pouvant alors être évaluée par le biais de sondages. Ces derniers, permettant de constater le doute des Français face à la politique, sont à la base de la création d'un lien affectif entre les personnes politiques et les citoyens.

Parallèlement, dès les années 1950, l'influence du modèle américain met en place une culture médiatique importante à travers l'image, le cinéma et la télévision. L'intérêt du public pour la vie des personnes célèbres incite au développement d'une certaine presse leur étant consacrée. La mise à disposition de l'intimité des stars amorce naturellement l'entrée des politiques dans cette presse.

[9] Félix Faure (1841-1899), président de la République Française entre 1895 et 1899.

C'est essentiellement depuis la Vème République que la vie privée des personnes politiques sera envisagée comme stratégie de communication. Cette mise en avant de l'individu dans la politique comme porte-parole d'idées instaure une personnalisation du pouvoir, mis en exergue lors de la course à l'Elysée. Ce n'est plus uniquement les compétences des personnes politiques qui sont jugées, mais également la sympathie qu'ils dégagent.
Les politiques se méfient de l'impact de l'image, mais l'évolution de la société et la banalisation de l'image dans la vie quotidienne les amènent à prendre en compte l'image comme une variable professionnelle. « Dès lors qu'il n'est pas possible de se dérober durablement, il revient à l'homme politique d'apprendre à maîtriser son image plutôt que d'en redouter les effets pervers. » [10]

Sous la Vème République, de Gaulle, bien que discret sur sa vie privée, met en place la conférence de presse, véritable choix de communication traditionnelle et solennelle, reflétant la personnalité du président. Les campagnes deviennent alors le cœur de la vie politique. Mais l'attrait pour les hautes fonctions de la République, à différentes échelles, passe avant tout la conquête d'une opinion. Pour cela, les candidats doivent maîtriser leur image publique et privée, et communiquer avec.

L'année 1970 est marquée par la loi sur la protection de la vie privée, sous la présidence de Georges Pompidou. Contrairement à son prédécesseur, ce dernier s'affiche ouvertement avec sa famille et met en place des exercices de communication consistant en des rencontres organisées avec la presse ou les photographes.
C'est Valéry Giscard D'Estaing qui, le premier, mettra en scène sa vie de famille à des fins de communication, à travers ses vacances, et le mariage de ses filles, largement retranscrits dans des médias comme Paris Match.
La communication politique connut un réel essor avec François Mitterrand, qui s'entoura de grands communicants comme Jacques Ségéla pour conseiller son image.

[10] Jean MOUCHON, *Médiatisation de la communication politique et logiques structurantes,* in Mots, volume 20, numéro 1, La politique à la télévision, septembre 1989, p.46.

Aujourd'hui, les personnes politiques sont devenues des personnalités comme les autres. Elles doivent faire face à une nouvelle forme de concurrence touchant à la mise en scène de leur vie privée, bien que celle-ci parvienne encore à leur échapper.

• Affiches électorales et images de campagnes

L'affiche politique, l'affiche électorale est un système de communication mis en place par les partis pour porter des messages ou des individus, encadré par l'article L.47 à L.52-6 du Code électoral.

Ce dernier impose aux équipes de campagne et de communication, d'une part, une temporalité - il s'agit de ne commencer les campagnes d'affichages que dans les mois précédents l'élection - et d'autre part, une normalisation des dimensions d'affiches et de professions de foi des candidats. Ces conditions sont nécessaires pour bénéficier du financement public de la campagne et des remboursements de frais d'impression lorsque le candidat réalise plus de 5% des voix lors de l'élection.

Si aucune contrainte n'est fixée quant à ce qui doit apparaître sur une affiche électorale, ces dernières sont essentiellement composées de portrait. En effet, les différents partis mettent en avant des candidats, des individus porteurs d'idées. Rite politique ou occupation de l'espace public, des études à l'Université de Harvard aux États Unis ont pourtant montré que l'affiche ne faisait pas changer les votes. [11]

Les campagnes les plus médiatisées sont évidemment les campagnes présidentielles. Les plus grands photographes ont pu suivre les candidats « postulant » à la plus haute fonction du pays. Ainsi, Jean-Loup Sieff a pu suivre Lionel Jospin et Michel Rocard, Helmut Newton Jacques Chirac, Eliott Erwitt François Mittérand. Dans un autre genre, on peut également citer le documentaire de Raymond Depardon *Une Partie de campagne* réalisée en 1974, ou le reportage de Charles Ommanney sur la campagne de François Hollande.

[11] Related Work Selling to a Moving Target: Dynamic Marketing Effects in US Presidential Elections Doug J. Chung and Lingling Zhang HBS WORKING PAPER SERIES 2015.

• Les personnes politiques par les photographes

L'image des politiques a également été utilisée par les photographes afin de porter un propos.

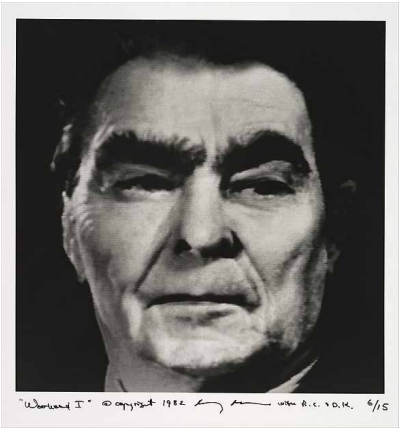


Fig. 23 : BURSON Nancy, Warhead I, Gelatin silver print, 1982, 19,3 x 19,2 cm, The Met, New York.

Fig. 24 : DAVID Jiri, No Compation, 2002.

Fig 25 et 26 : ROLLER Olivier, Figures du pouvoir, François, Représentant.

Dans les années 1980, Nancy Burson est la première à utiliser la retouche sur des personnes politiques dans son travail *Warhead*, un composite numérique des leaders mondiaux, produisant un portrait dans lequel la quantité de visage de chaque dirigeant est fonction du nombre de têtes nucléaires détenues par son pays à ce moment-là.

En 2002, Jiri David réalise une série de portraits des dirigeants intitulée *No Compation,* qui détourne les images médiatiques de ces personnages pour les représenter émus.

Le travail d'Olivier Roller intitulé *Figures du pouvoir, les visages de l'autorité de l'antiquité à nos jours*, propose une fresque du pouvoir depuis ses origines, en se plaçant au plus près des visages, afin d'aller au-delà de l'image que ces hommes et ces femmes se sont construite.

Si aujourd'hui, les politiques connaissent parfaitement les enjeux du contrôle de leur image, ils restent des terrains de création pour les photographes, qui voient en eux des supports leur permettant de véhiculer des messages et des questionnements de société.

3. *État des lieux de la culture photographique de la presse nationale quotidienne*

Le portrait politique connaît un âge d'or exalté par la multiplicité des utilisations et des moyens de diffusion. La photographie, aujourd'hui présente sur une majorité des supports d'information et de communication, est un enjeu de taille non seulement pour la communication des politiques, mais également pour la véhiculation d'informations dans la presse. L'évolution de cette dernière a permis au portrait d'intégrer nos quotidiens. Il est intéressant d'observer la façon dont l'image photographique s'est démocratisée dans les supports papiers d'actualité.

A. Évolution de la culture de la photographie dans la presse

L'utilisation de la photographie comme illustration dans la presse débute dans les années 1840. D'abord exploitée comme document modèle pour les dessinateurs et les graveurs, la photographie ne sera reconnue comme telle par la presse qu'à partir des années 1860. Les mentions « d'après photographie » sont mises en place, affirmant alors la photographie et utilisant sa valeur de vérité pour attester d'une réalité.

À la fin des années 1880, après de nombreuses recherches, le procédé de la similigravure[12] permet l'insertion de photographies dans les journaux. La photographie noir et blanc fait alors son entrée dans la presse. C'est à ce moment-là que les premiers quotidiens se mettent à publier des photographies *via* des suppléments illustrés, comme les grands quotidiens d'informations générales *Le Petit journal*, ou *Le Petit Parisien*. À cette période, presse écrite et reportage photographique ne sont pas liés ; chacun existe indépendamment.

Pourtant, les agences photographiques apparaissent dans les années 1900, avec des noms comme Rol, fondée par Georges Devred, ou Meurisse, du nom de son créateur Louis Meurisse.

[12] Cette technique consiste en la reproduction de la photographie selon une trame qui divise l'image en une multitude de points de densités différentes.

Jusque dans les années 1910, de nouveaux quotidiens se créent, et leur tirage ne cesse d'augmenter. Les événements internationaux sont un moteur à la publication de photographies, car cette dernière attire de nouveaux lecteurs, permettant alors l'émergence de reporters photographes de presse.

Contrairement aux magazines, les quotidiens ne publiaient jusqu'alors que peu de photographies pour des raisons tant idéologiques que techniques.
Les quotidiens doivent faire face à une circulation lente des images, qui ne leur permet pas d'obtenir des photographies d'*actualité chaude*. Ainsi, les événements imprévus restent réservés aux dessinateurs, rendant l'utilisation de la photographie aléatoire. De plus, certains papiers tels que *L'Illustré* ou *l'Excelsior*, pratiquant l'illustration par la photographie, connaissent un échec principalement dû aux habitudes culturelles et littéraires françaises, selon lesquelles il faut privilégier l'écriture et le dessin de presse à la photographie dans les quotidiens. Les populations instruites rejettent une utilisation abusive des photographies qui prennent trop de place au texte.

La Grande Guerre marque un changement radical qui accroît notablement la production de photographies. La censure subie par la presse pendant le conflit rend le lectorat méfiant, et permet l'émergence de quotidiens illustrés par la photographie. De plus, dans les années 1920, Edouard Belin met au point le Bélinographe, un instrument de transmission des images basé sur la lecture d'une photographie par un faisceau lumineux transformé en fréquences, transmises par téléphone et inversement traduites à l'arrivée.
Malgré ces évolutions, la photographie dans la presse quotidienne subit la crise et l'occupation qui rendent la modernisation de la presse difficile.

La fin de la guerre 1945 marque un tournant important pour la photographie dans la presse. La demande évolue avec un intérêt croissant des lecteurs pour les reportages et les moyens de diffusions et de productions de la presse sont plus performants, et engagent la

production photographique dans un rythme important où rendement reste le mot d'ordre. En réaction à ce qu'impose ce nouveau marché de l'image, apparaissent de nombreuses agences photographiques, *Magnum* en 1947, puis *Gamma* en 1967, *Sygma, Sipa Press* ainsi que *Fotolib,* la première agence de presse de photographie du quotidien Libération en 1973 suivie en 1986 par *l'Agence Vu* fondée par Christian Caujolle et Zina Rouabah.
Dans les années 1980 apparaissent les premiers collectifs ainsi que de nouvelles formes de regroupements d'images. Des agences de diffusion d'images comme Corbis. ainsi que des agences filaires avec *AP, AFP, Reuters* qui s'ouvrent à la photographie, et, plus tard, des stocks d'images comme Getty Images, deviennent une ressource importante pour la presse.

Aujourd'hui, beaucoup de structures (agences, collectifs, plateformes de diffusion) ne survivent pas aux lois du marché. Depuis les années 2000, les grandes agences se sont vues rachetées ou ont déposé le bilan. Entre 1994 et 2004, l'entrée de la technologie numérique dans le secteur de la photographie et de la presse est l'un des facteurs majeurs qui les oblige à repenser sans cesse leurs moyens de production et de diffusion. Nous sommes depuis dans une période où, techniquement, tout a été mis en œuvre pour que la photographie prenne une place à part entière dans la presse, qu'elle soit quotidienne, mensuelle ou hebdomadaire, spécialisée ou générale.

B. Présentation du corpus

Le corpus sur lequel se base l'étude qui va suivre est composé de tous les portraits politiques publiés par les quotidiens *La Croix*, *Le Figaro*, *Le Monde* et *Libération* pendant les mois de novembre et décembre 2015.
S'intéresser à l'utilisation des portraits politiques dans la presse nationale quotidienne est un moyen de questionner la nouvelle médiatisation de la politique, mais également la spécificité politique des portraits observés.

De plus, l'actualité politique étant particulièrement riche en cette fin d'année 2015, il était intéressant de se baser sur cette période afin d'en extraire un état des lieux de l'utilisation du portrait par la presse, notamment dans une période où cette utilisation est exacerbée.

Le choix de s'intéresser à des quotidiens nationaux s'est fait aux vues des politiques d'images proposées par les journaux et magazines français. Les politiques photographiques des hebdomadaires déclinant, il était difficile de trouver des supports pour baser la recherche, et la temporalité excluait naturellement les mensuels.
Enfin, la presse nationale, comme elle a pu être présentée précédemment, est une presse qui a accueilli avec plus ou moins de difficulté la photographie au sein de ses pages et qui, depuis quelques années, a fait évoluer quantitativement et qualitativement sa politique visuelle. Ce sont donc des supports particulièrement intéressants à étudier.

• *La Croix*

La Croix est un journal quotidien français appartenant au groupe Bayard Presse, et fondé en 1880 par la congrégation des assomptionnistes[13]. À l'origine mensuel, il devient quotidien en 1883 car il ne dispose pas de suffisamment de lecteurs pour garder son statut de mensuel. Il tire aujourd'hui à 92 280 exemplaires[14].

La Croix est un quotidien national dont la ligne éditoriale est fondée sur son lectorat. Ce dernier est souvent catholique, plutôt féminin, provincial, très cultivé et relativement âgé. La majorité de ce lectorat est sur abonnement et donc déjà fidèle au quotidien. Comme l'explique Armelle Canitrot, directrice du service photo de *La Croix* :

[13] La congrégation des assomptionnistes est une congrégation de religieux catholiques fondée à Nîmes en 1845, défendant les principes de Saint-Augustin.
[14] Donnée répertoriée sur le site http://www.acpm.fr/Chiffres/La-Presse/La-Presse-Payante/Presse-Quotidienne-Nationale consulté le 12 mars 2016.

> « La photographie joue un rôle très important si l'on veut rajeunir le lectorat. Les anciennes générations pensaient sûrement que c'était superflu, voire frivole, de consacrer de la place à la photographie préférant le poids des mots. Aujourd'hui, les deux sont appréciés avec leurs rôles propres. Nous ne séduirons pas de nouveaux lecteurs avec une maquette sinistre. » [15]

La politique photographique de *La Croix* a totalement changé à partir des années 1995. Si avant cela, la photographie avait un rôle de « bouche-trou »[16], c'est également parce que le journal a été considéré longtemps comme un journal sérieux où le poids des mots avait un réel sens.

Son importance au sein de *La Croix* n'a fait que croître, grâce au service photo qui essaie de faire en sorte que l'image soit mise en scène intelligemment et respecte le travail des photographes. La dernière formule sortie début février montre que l'image a pris une place prépondérante avec la mise en place de *Portfolios* et de *Reportage*.

> « Nous sommes dans une politique photo que d'autres jugeront sûrement chochotte. Néanmoins, elle est vraiment liée à notre lectorat. Ce dernier n'a pas envie d'être choqué, ce qui ne signifie pas qu'il a envie qu'on lui montre la vie telle qu'elle n'est pas. »[17]

• *Le Figaro*

Le Figaro est le plus ancien quotidien français, fondé en 1826, et tient son nom du personnage de Beaumarchais dont la réplique « Sans la liberté de blâmer, il n'est point d'éloge flatteur » est la devise. Depuis 2005, le titre est devenu propriété de Dassaut. Il tire aujourd'hui à 311 326 exemplaires[18].

---

[15] Armelle Canitrot, directrice du service photo de *La Croix*, entretien réalisé le 10 février 2016 au journal *La Croix.*
[16] *Ibid.*
[17] *Ibid.*
[18] Donnée répertoriée sur le site http://www.acpm.fr/Chiffres/La-Presse/La-Presse-Payante/Presse-Quotidienne-Nationale consulté le 12 mars 2016.

La ligne éditoriale du quotidien se situe dans une droite conservatrice. Des études menées en interne montrent que le lectorat du *Figaro* a une moyenne d'âge de cinquante-cinq ans. Traditionnellement considéré comme un journal de plume, la photographie y est néanmoins appréciée, particulièrement dans les rubriques *Champs Libres*.

Le rachat du quotidien en 2005 a marqué un grand changement consistant à « faire monter le journal en gamme pour qu'il soit un peu plus attrayant »[19]. L'arrivée d'un directeur artistique, le renfort du service photo et l'arrivée de Deborah Altman à sa tête ont contribué à remettre le service photo en fonctionnement. C'est à ce moment-là que la photographie a pris une place importante, qui, d'après Stéphane Correa, directeur du service photo du *Figaro* «y est appréciée de manières diverses »[20].

> « En 2005, *Le Figaro* a commencé à avoir un grand nombre de pages couleurs, et fin 2008, il est devenu tout couleur. Nous avons fait appel à une nouvelle imprimerie, à une nouvelle technicité d'encrage qui fait que *Le Figaro* est un des rares journaux français qu'on peut lire avec des gants blancs sans les tacher, contrairement à *Libération,* par exemple, qui est très encré.
>
> Tout cela mis bout à bout fait que la photo est un peu plus visible et mieux traitée qu'à l'époque. »[21]

• *Le Monde*

Le Monde est un quotidien français à prisme mondial fondé en 1944 par Hubert Beuve-Méry qui a la particularité de paraître l'après-midi à Paris, daté du lendemain, et le lendemain matin en province. Depuis 2010, le groupe *Le Monde* appartient à Xavier Niel, Pierre Bergé et Matthieu Pigasse. Il tire aujourd'hui à 267 897 exemplaires[22].

---

[19] Stéphane Correa, directeur du service photo du *Figaro*, entretien réalisé le 4 avril 2016 au journal *Le Figaro.*
[20] *Ibid*
[21] *Ibid.*
[22] Donnée répertoriée sur le site http://www.acpm.fr/Chiffres/La-Presse/La-Presse-Payante/Presse-Quotidienne-Nationale consulté le 12 mars 2016.

La ligne éditoriale du *Monde* est considérée comme étant de centre gauche, mais qui se revendique comme essayant «de ne pas avoir de parti pris».

La photographie est réellement apparue dans le journal en 2005. Avant cela, l'absence de photographie était directement liée à l'image sérieuse et austère du journal. Lorsque la formule a changé, une place plus importante a été donnée à l'image aussi bien en termes d'espace que d'expression. Le lectorat du *Monde* reste un lectorat exigeant, comme l'explique Nicolas Jimenez, directeur du service photo du *Monde* :

> « Notre lectorat n'aime pas trop la photographie dans le journal. C'est une tendance qui diminue, mais il n'aime pas trop qu'il y ait des photos dans *Le Monde.*
> Ce n'est pas qu'il n'aime pas les photographies que l'on met, mais il aimait bien quand il y avait beaucoup de choses à lire dans le journal. (...) Ce sont des personnes qui, par ailleurs, peuvent lire *Six Mois* ou *Polka*. Ce sont peut-être des personnes qui aiment la photographie, mais dans *Le Monde* ça les embête. C'est une tendance qui diminue parce que la moyenne d'âge de ce lectorat est assez élevée, et que ces gens-là sont amenés à disparaître. Je pense que culturellement, ça reste quelque chose d'assez compliqué.»[23]

C'est pourquoi, la politique photographique du monde ne prend pas de liberté afin de respecter son lecteur et ses opinions de journal sérieux.

• *Libération*

Libération est un quotidien français, fondé en 1973 avec le soutien de Jean-Paul Sartre. Le journal a aujourd'hui pour actionnaires principaux Bruno Ledoux et Patrick Drahi. Il tire aujourd'hui à environ 88 395 exemplaires[24].

[23] Nicolas Jimenez, directeur du service photo du *Monde*, entretien réalisé le 17 février 2016 au journal *Le Monde.*
[24] Donnée répertoriée sur le site http://www.acpm.fr/Chiffres/La-Presse/La-Presse-Payante/Presse-Quotidienne-Nationale consulté le 12 mars 2016.

Sa ligne éditoriale, autrefois située à l'extrême gauche, est aujourd'hui située dans une gauche sociale démocrate.

Libération est un journal qui a toujours eu une culture photographique très forte car il est né avec de la photographie. Il a même donné naissance à l'agence Vu qui, pendant un temps, a siégé dans les locaux du quotidien. *Libération* est le seul quotidien français pour lequel, les rapports entre les différents services, photos, maquettes, journalistes, sont facilités. Lionel Charrier, directeur du service photo de *Libération*, insiste sur le fait que la place du service photo au sein du journal est bien acceptée, et que tout le monde à *Libération* sait travailler avec la photographie.

> « L'évolution de la photographie dans le journal réside plutôt dans une bataille pour que sa place soit toujours présente, et qu'on arrive à défendre cette place de la narration de la photographie non illustrative au sein de la presse. »[25]

Le corpus étudié dans cette analyse prend appui sur tous les portraits photographiques de personnes politiques parus dans les quotidiens *La Croix*, *Le Figaro*, *Le Monde* et *Libération* pendant les mois de novembre et décembre 2015.

Dans une époque où portrait et politique sont à l'origine d'une médiatisation de l'individu politique et d'une communication exacerbée d'individus charismatiques porteurs de message, il est intéressant de questionner l'utilisation faite par la presse nationale quotidienne du portrait politique, les codes qu'elle y projette, mais également le sens que nous sommes amenés à lui donner.

[25] Lionel Charrier, directeur du service photo de *Libération*, entretien réalisé le 19 avril 2016 au journal *Libération.*

II. Étude statistique

Avant de commencer cette étude, si la notion de personne politique a été définie précédemment, il est important de revenir sur la notion de portrait. Sont considérées comme portraits photographiques les images photographiques présentant une ou plusieurs personnes reconnaissables. Dans la première partie de cette étude, trois « catégories » de portraits sont envisagées :

- les portraits dits « en rendez-vous » :

  portraits organisés par le journal où la personne aura posé avec un photographe dans le cadre de la réalisation de son portrait,

- les portraits dits « contextualisés » :

  portraits où la personne représentée à pris le temps de s'arrêter pour la réalisation du portrait

- les portraits dits « de reportage » :

  où la personne aura été isolée par les moyens photographiques, et que le journal aura choisi d'agencer de sorte à les faire devenir portraits.

Enfin, il est important de préciser qu'il s'agit d'une étude photographique basée sur une analyse statistique, la statistique n'étant pas l'objet de l'étude menée, mais la seule méthode utilisée. Il s'agit d'interpréter les résultats qui auront été obtenus suite à une collecte de données qui aura donné lieu à une analyse.

1. Analyse quantitative

Pour réaliser une analyse aussi bien de manière qualitative que de manière quantitative, il est nécessaire de replacer le corpus d'étude dans son contexte d'actualité, que celui-ci ait été préalablement envisagé ou non.

Le mois de novembre, bien que période de campagne électorale, a avant tout été marqué par les attentats qui ont touché Paris et Saint-Denis le vendredi 13 novembre 2015.

Le mois de décembre 2015 a été un mois riche en actualité politique avec le déroulement des élections régionales et de la COP21.

Bien que le choix de cette période soit un moyen d'observer le traitement de la politique par la presse du point de vue du portrait de manière exacerbée par une *actualité brûlante,* elle n'en reste pas moins dépendante de l'actualité et des événements qui se sont succédés.

A. Quantité de portraits photographiques publiés par quotidien

Si on analyse le nombre de portraits publiés dans *La Croix*, *Le Figaro*, *Le Monde* et *Libération* durant cette période, on constate que la période et les événements politiques ont eu un impact très net sur la quantité de publications.

En effet, on remarque qu'entre les mois de novembre et de décembre, la quantité de portraits a été multipliée par 1,72, augmentation constatée dans tous les quotidiens. *La Croix* a multiplié la quantité de portraits par 1,67, *Le Figaro* par 1,50, *Le Monde* par 1,52 et *Libération* par 2,22 (Fig. 27). Cela nous permet donc de constater l'impact de l'actualité sur la publication de portraits politiques dans la presse nationale quotidienne. En période d'élections, le portrait politique est plus abondamment utilisé.

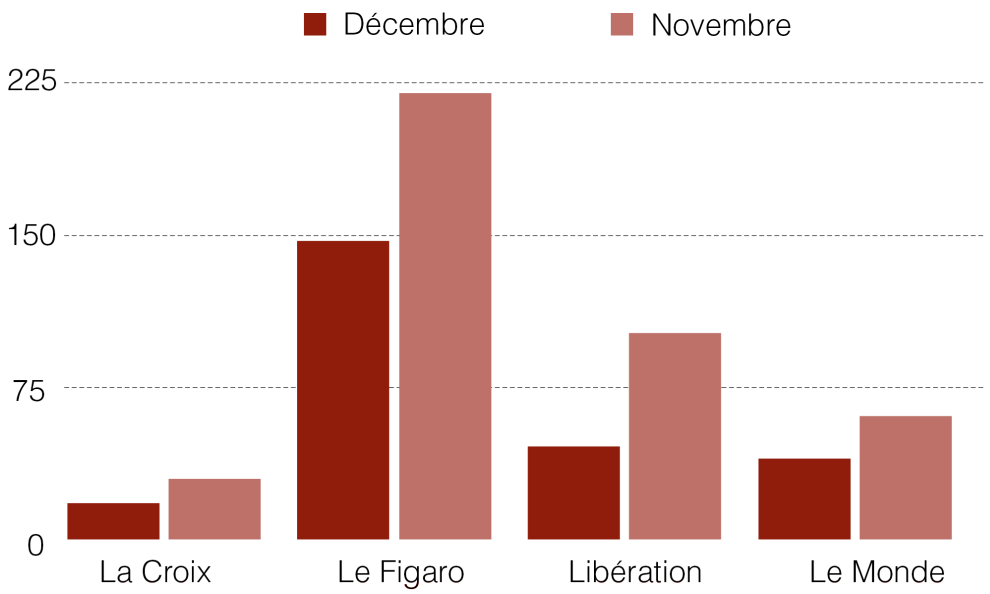


Fig. 27 : Quantité de portraits publiés par mois par quotidien en volume

Cette analyse nous permet également de nous intéresser à la quantité de portraits publiés par chaque quotidien sur une durée de deux mois (Fig.28).

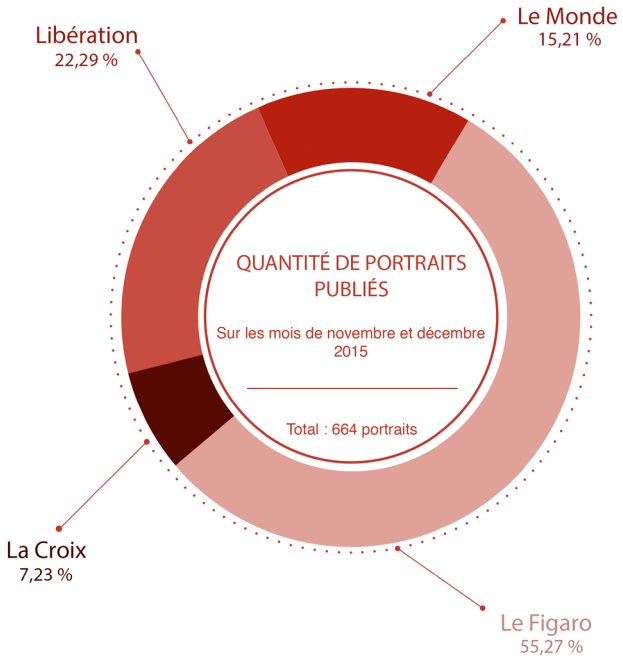


Fig. 28 : Quantité de portraits publiés sur les mois de novembre et décembre 2015 dans chaque quotidien.

En deux mois, *La Croix* aura publié 48 portraits, *Le Figaro* 367, *Le Monde* 101 et *Libération* 148. Si on considère uniquement le mois de novembre, période plus neutre puisque sans résultat d'élections ou de grand meeting, cette tendance reste la même avec 18 portraits pour *La Croix*, 147 portraits pour *Le Figaro*, 40 portraits pour *Le Monde* et 46 portraits pour *Libération*.

Ces chiffres nous permettent de réaliser un état des lieux de l'utilisation quantitative du portrait pour chaque quotidien. Dans le corpus étudié, *La Croix* est le quotidien, dans le corpus étudié, qui publie le moins de portraits politiques. Ces résultats sont en corrélation avec la façon dont le journal a décidé de traiter la politique :

> « Dans des périodes d'élections, c'est incontournable d'avoir des pages politiques tous les jours. (...) Le journal est très équilibré, pas polémique. Parfois, nous accompagnons ces pages par des portraits d'hommes politiques, notamment pour les interviews, parfois par l'illustration d'un enjeu ou d'un thème particulier développé dans la campagne ou dans la démarche.(...) Les visages de certains politiques sont bien connus de nos lecteurs, on peut se demander si cela est intéressant de les publier une fois de plus, tout dépend donc des circonstances.»[26]

En revanche, *Le Figaro* est le quotidien qui publie le plus de portraits politiques. Avec 367 portraits politiques publiés en deux mois, il en aura publié plus de deux fois plus que *Libération*, le second quotidien présentant le plus de portraits politiques.

> « [la place de la photographie et du portrait politique dans le quotidien] est importante. La politique dans le journal, c'est important. La politique à la fois dans la rubrique *Politique*, mais également tout ce qui est connexe, en économie, en diplomatie… Et nous traitons cela de la manière la plus neutre possible. »[27]

Le Monde et *Libération*, quotidiens d'actualité eux aussi porté sur la politique, présentent une production relativement proche avec 101 portraits politiques publiés sur les mois de novembre et décembre pour *Le Monde* contre 166 pour *Libération*. Ainsi, malgré un intérêt pour la politique comparable à celle du *Figaro*, leur nombre de publications est divisé par plus de trois.

On constate également que *Libération* a publié 1,67 fois plus de portraits que *Le Monde* au mois de décembre. Cependant, leur nombre de publications était quasiment semblable sur la période de novembre, ce qui permet de les placer sur un pied d'égalité. Il semble donc que la place accordée au portrait politique dans ces deux quotidiens soit relativement comparable puisque se basant sur une échelle commune.

[26] Armelle Canitrot, entretien réalisé le 10 février 2016.
[27] Stephane Correa, entretien réalisé le 4 avril 2016.

Nous pouvons ainsi mettre en regard la politique visuelle des quotidiens étudiés et leur quantité de publication de portraits politiques. En effet, si *La Croix* se place dans une ligne éditoriale située plutôt au centre, il n'en reste pas moins un quotidien peu porté sur la politique. Cette ligne éditoriale se ressent dans l'analyse effectuée puisqu'il publie une quantité de portraits politiques nettement inférieure aux autres quotidiens étudiés.
Cependant, il est intéressant de constater que, si *Le Figaro*, *Le Monde* et *Libération* se situent dans une ligne éditoriale plus semblable puisque politiquement engagée, bien que *Le Monde* cherche à afficher une certaine neutralité, *Le Figaro* reste le quotidien qui utilise le plus de portraits politiques pour illustrer ses pages. Cette différence nous interroge sur le type de portraits publiés, l'utilisation qui en est faite ainsi que la qualité de ces portraits.

B. Quantité d'images produites / quantité d'images achetées

Si les politiques photographiques des quotidiens divergent sur la façon de traiter la politique, elles se différencient également sur leur façon d'obtenir les images qu'elles publient. Les facteurs qui motivent les services photo à produire des images sont multiples. Ils dépendent non seulement de l'exposition médiatique de la personne à portraiturer, mais également de son actualité, de son accessibilité, et enfin, de l'intérêt photographique d'une rencontre entre un portraitiste et cette personne.

• Quantité d'images produites / achetées en volume

À travers l'étude du corpus, le choix consistant à produire ou à acheter une image, et plus particulièrement un portrait, semble s'accorder avec les politiques des services photo. En effet, on constate que, globalement, 59,19 % des portraits politiques publiés sur la période étudiée ont été acheté contre 36,45% portraits politiques produits et 4,37% de production dont il est impossible de déterminer la provenance. Pourtant, ces chiffres ne sont absolument pas le reflet d'une étude au cas par cas.

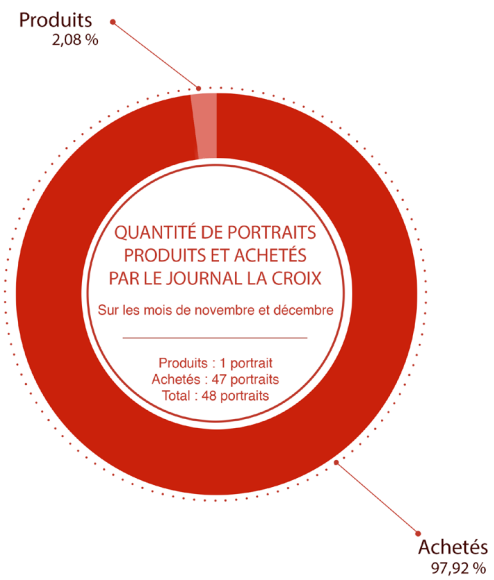


Fig. 29 : Quantité de portraits politiques produits et achetés par *La Croix*.

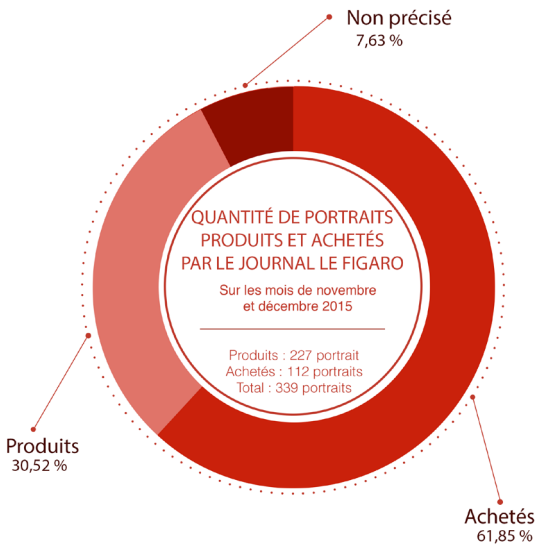


Fig. 30 : Quantité de portraits politiques produits et achetés par *Le Figaro.*

Le journal *La Croix* possède un pourcentage de portraits photographiques achetés largement supérieur à cette moyenne avec 97,92 % de portraits politiques achetés et seulement 2,08% de photographies produites.

Le Figaro au contraire, tend vers la moyenne générale constatée ci-dessus. En effet, sur cette même période, *Le Figaro* a acheté 61,85 % des portraits politiques publiés contre une production de 30,52 %. Il est cependant important de préciser que *Le Figaro* présente un pourcentage de 7,63 % de photographies dont on ne connaît pas la provenance.

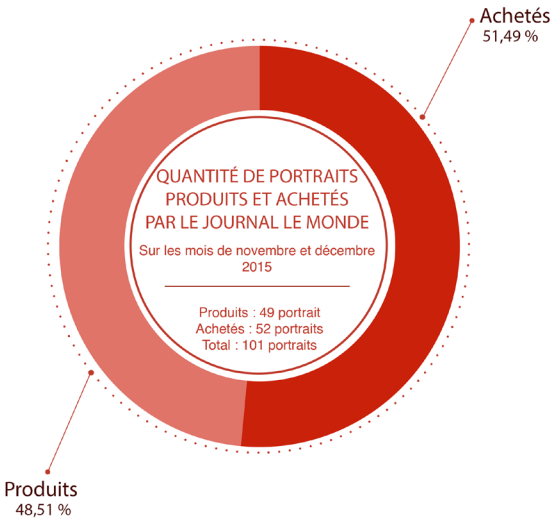


Fig. 31 : Quantité de portraits politiques produits et achetés par *Le Monde.*

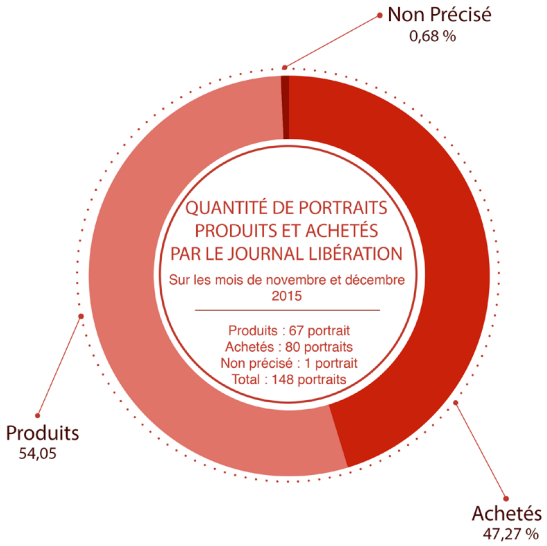


Fig. 32 : Quantité de portraits politiques produits et achetés par *Libération.*

Le Monde et *Libération*, quant à eux, produisent quasiment autant qu'ils achètent en termes de nombre d'images. En effet, *Le Monde* achète 51,49 % des images publiées sur la période novembre-décembre alors qu'il a produit 48,51 % des images. *Libération* a acheté 45,27 % des portraits politiques publiés sur cette même période contre 54,05% d'images produites et environ 0,69 % d'images dont on ignore la provenance.

Ces données sont en corrélation avec les témoignages recueillis auprès des directeurs des services photo des quatre quotidiens.

En effet, sans pouvoir annoncer de chiffres exacts, Armelle Canitrot, de *La Croix*, annonce une part de commande « en constante augmentation »[28] tout en sachant qu'il y avait «plus de photos préexistantes que de photos en commande»[29].

De même, Stephane Correa, du *Figaro*, définit trois tiers de provenance d'images. Un tiers de « productions maison, donc ce sont des photos commandées »[30] et deux tiers regroupant les photos venant d'agences, un tiers d'agences télégraphiques, et un tiers d'autres sources.

Nicolas Jimenez, du *Monde*, dit que « sur l'année ça doit être cinquante-cinquante. En général, en termes de volume, on publie plus de photos qu'on achète que de photos qu'on produit».[31]

Enfin, Lionel Charrier, de *Libération*, a insisté sur le fait que *Libération* produisait énormément d'images, et avait un passé de production très important. Cependant, il n'a pas su donner d'ordre de grandeur.

On constate que l'analyse portant uniquement sur la publication de portraits politiques publiés sur les mois de novembre et décembre 2015, entre tout à fait dans les considérations générales annoncées par les rédactions. Cependant, si l'on parle de volume d'images, il est intéressant de voir ce que cela représente en termes de budget.

[28] Armelle Canitrot, entretien réalisé le 10 février 2016.
[29] *Ibid.*
[30] Stephane Correa, entretien réalisé le 4 avril 2016.
[31] Nicolas Jimenez, entretien réalisé le 17 février 2016.

• Quantité d'images produites / achetées en termes de budget

Les entretiens menés avec les directeurs photo des quotidiens étudiés sont les seules sources qui ont permis d'établir un état des lieux de la part d'images produites par rapport à la part d'images achetées en termes de budget dans les quotidiens.

Le journal *La Croix* n'a pas su donner un ordre d'idée du budget réservé à ces deux catégories d'images, mais il semblerait que la répartition du budget suive la répartition en termes de volume d'image.
Pour ce qui est du *Figaro*, il semble également que les budgets soient répartis en fonction du volume d'images utilisées. Selon son directeur du service photo, « les frais générés par les commandes de mes photographes, des pigistes, l'achat de photos en pige, doit représenter environ trente pour cent du budget total »[32]. Ces données correspondent aux données de volumes déterminées précédemment.
Enfin, *Le Monde* et *Libération* semblent quant à eux s'accorder sur la répartition de leur budget, répartition qui correspond entièrement à la politique d'image qu'ils suivent. Si pour Nicolas Jimenez, *Le Monde* « dépense plus d'argent à en produire qu'à en acheter »[33], Lionel Charrier annonce quant à lui un rapport de « deux fois plus de productions que de photos achetées »[34].

Les rédactions mettent un point d'honneur à produire les images publiées. La tendance qui s'affirme est d'accorder la plus grosse partie de leur budget à la production d'images.

[32] Stéphane Correa, entretien réalisé le 4 avril 2016.
[33] Nicolas Jimenez, entretien réalisé le 17 février 2016.
[34] Lionel Charrier, entretien réalisé le 19 avril 2016.

C. Quantité de portraits de reportage et de portraits posés

Les images étudiées dans cette première partie d'analyse sont de plusieurs natures. En effet, le corpus s'arrête uniquement sur les images que le journal a décidé d'utiliser en portraits, c'est-à-dire des images représentant une ou plusieurs personnes et où elles sont reconnaissables.

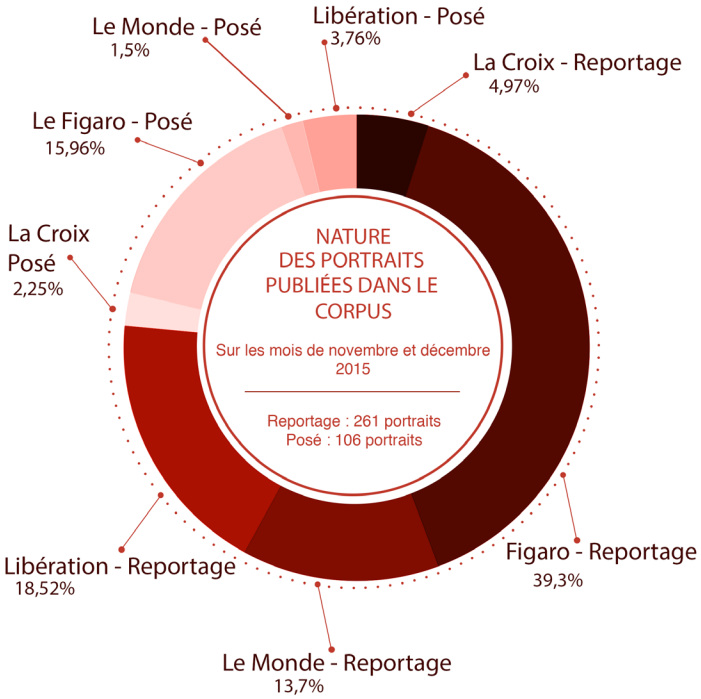


Fig. 33 : Quantité de portraits posés ou de reportage publiés en novembre et décembre 2015 dans chaque quotidien.

Sur les 664 portraits qui composent ce corpus, on constate que 76,51 % des portraits ont été réalisés à l'occasion de reportages et ont été mis en scène par le journal en tant que portrait, contre 23,49 % de portraits posés. Les portraits de reportage regroupent aussi bien les portraits en actions que les portraits « volés ».

Les quatre quotidiens étudiés publient donc majoritairement des portraits issus d'images de reportage : 68,75 % des portraits publiés par *La Croix*, 71,12 % des portraits publiés par *Le Figaro*, 90.10 % des portraits publiés par *Le Monde* et 83,11 % des portraits publiés par *Libération*.

Les portraits posés représentent globalement moins d'un quart des publications. Pourtant, à en juger par le nombre de portraits politiques publiés sur cette période, il semble évident que l'individu est un choix primordial pour parler de politique dans les quotidiens.

On peut alors s'interroger sur la place que le portrait occupe dans l'esprit des rédactions. En effet, l'actualité politique est rythmée par de nombreux événements et de nombreuses situations qui, aux vues des analyses menées précédemment, leur semblent préférables pour illustrer le propos des articles. Mais alors quelle est la place du portrait dans le papier, quelle utilisation en font les rédactions, et quelle différence font-elles entre un portrait de reportage et un portrait posé ?

2. Analyse qualitative

Si à ses débuts, la photographie a été utilisée par les quotidiens comme « bouche-trou »[35], il semblerait que, depuis une dizaine d'années, les rédactions aient décidé de modifier significativement leurs politiques afin de lui donner une place plus importante et de faire passer un message.
C'est pourquoi la question de la qualité des portraits politiques analysés semble se poser. La qualité envisagée ne consiste pas en un jugement arbitraire et subjectif de l'image, mais davantage en l'analyse de la place, de l'importance qui lui est donnée, ainsi que de l'utilisation qui en est faite.

A. La place du portrait dans le papier

Pour interroger la place donnée par les quotidiens nationaux aux portraits politiques, il est important d'observer l'espace et l'agencement qui leur sont consacrés.

[35] Armelle Canitrot, entretien réalisé le 10 février 2016.

• La taille de l'image

Si l'on s'intéresse aux pages dans lesquelles les portraits politiques étudiés sont placés, on peut constater que la majorité d'entre eux sont utilisés en tant que vignettes (on entend par vignette des images de taille inférieure au seizième de page). Ainsi, si on exclut les portraits publiés en pleine page, on remarque également que la quantité de portraits publiés diminue quand la taille de publication augmente.
Cette tendance s'applique à *La Croix*, *Le Figaro* et *Libération* qui publient une majorité de portraits au format vignettes, lorsque *Le Monde* n'utilise ce format que de manière très occasionnelle.

On peut également constater que *La Croix* et *Le Figaro* s'opposent au *Monde* et à *Libération* dans les tailles des images publiées. En effet, si pour *La Croix* et *Le Figaro*, la majorité des portraits politiques sont publiés à des formats inférieurs au quart de page (58,33% des portraits issus de *La Croix* et 80,92 % des portraits issus du *Figaro*), *Le Monde* et *Libération* comptent respectivement 79,21 % et 57,44 % de portraits publiés à des formats supérieurs au quart de page.De plus, *Libération* est le seul quotidien de l'étude à accorder à ses portraits des tailles supérieures à une demi-page.

Ces constats sont à mettre en regard de l'analyse précédente concernant les quantités d'images produites par les quotidiens. En effet, on remarque d'une part, que les quotidiens qui publient le plus de portraits politiques leur consacrent une place réduite, et d'autres parts, que les quotidiens qui mettent le plus de moyens financiers dans la production sont ceux qui donnent le plus de place physique aux portraits publiés.

• La place de l'image dans la page

Les quotidiens ne laissent pas une place unique aux images dans leurs pages. Le placement des images est fonction de la maquette du journal, qui elle, impose la disposition des images. On peut cependant rapprocher l'organisation des pages et les rapports entretenus entre le service photo et la maquette.

Le corpus nous permet d'observer les endroits dans la page où les portraits sont placés. Cette étude s'applique particulièrement aux portraits dans le cas présent, mais pourrait être exploitée sur l'ensemble des images publiées.

On constate que la majorité des images sont situées en haut à droite des pages. Pour des quotidiens comme *La Croix* et *Le Monde*, cet emplacement concerne environ la moitié des portraits politiques publiés.

Lorsque l'on interroge les directeurs des services photo de *La Croix* et du *Monde*, ces derniers nous indiquent que la place de la photographie dans le journal, si elle a été à l'origine d'un long combat, est aujourd'hui relativement acquise. Cependant, ces deux titres étant considérés comme des journaux « sérieux » doivent composer avec cette variable pour faire évoluer la photographie dans le journal. Ainsi, la maquette qui leur est « imposée » propose des emplacements stricts, ne leur permettant pas une variation des placements d'images dans la page.

Le Figaro, quant à lui, témoigne d'une grande diversité de placement des images. Cela s'accorde avec la quantité de portraits publiés, bien plus importante que dans les autres quotidiens, et le fait que *Le Figaro* place, la plupart du temps, plusieurs images dans une même page.

Enfin, *Libération* propose une grande variété de dispositions de ses images dans la page. Ce constat s'explique par la relation particulière entretenue entre le service photo et la maquette, qui travaillent ensemble à rendre le journal dynamique, et surtout à casser les dispositions d'un journal à l'autre et d'une page à l'autre.

Dans les journaux étudiés, à l'exception de *Libération*, les maquettes sont réalisées en amont de la mise en place des images dans les pages du quotidien. La marge de manœuvre du service photo pour changer une mise en page est donc limitée, même si elle est plus importante qu'avant. La place de l'image dans le quotidien s'explique avant tout par l'importance de la maquette par rapport à la photographie, comme en témoignent les *Unes* des quatre quotidiens du lendemain des élections régionales.

Fig. 34 à 37 : *Une* de *La Croix*, du *Figaro* du *Monde* et de *Libération* du 14 décembre 2015.

• Le crédit du photographe

La place de l'image dans le quotidien ne se résume pas à sa taille et à son emplacement. Une image peut tout aussi bien être mise en valeur si elle est plus petite ou disposée différemment. En revanche, l'importance accordée au crédit photographique est un indicateur de la relation que le journal entretient avec ses photographes.

Avant tout, si l'on s'intéresse à la présence ou non du crédit photographique pour accompagner les portraits politiques publiés sur les mois de novembre et décembre 2015 dans les quatre quotidiens étudiés, on constate que la majorité des photographes sont identifiés avec 95,48 % de portraits accompagnés d'un crédit.

Si l'on confronte la présence ou l'absence de crédit et sa place dans la page vis-à-vis de l'image, on constate que ces derniers sont directement reliés à la politique photographique des quotidiens.
En effet, la totalité des portraits politiques publiés dans *La Croix* et étudiés dans le corpus mentionnent le copyright indiquant la provenance de l'image, et ce dernier est toujours disposé de manière verticale, le long d'un côté de l'image. D'une part, cela montre que le quotidien met un point d'honneur à créditer toutes les images qu'il publie, mais à contrario, il place ce crédit de sorte qu'il ne prenne pas de place. Lorsque l'on interroge Armelle Canitrot sur ce choix, elle s'explique :

> « avant, les crédits photo étaient inscrits en vertical sur le bord des photos. Au service photo de *La Croix*, depuis des années nous disons qu'il faut que ce soit horizontal, comme la signature desrédacteurs.»[36]

En effet, la nouvelle formule de *La Croix*, sortie au mois de février, et donc postérieure à cette étude, présente désormais un crédit horizontal.

[36] Armelle Canitrot, entretient réalisé le 10 février 2016.

Au contraire, les trois autres quotidiens du corpus, bien que traitant le crédit de manière différente, s'accordent à présenter principalement des crédits horizontaux.

Le Figaro a crédité 92,37 % des portraits publiés sur le délai étudié, et environ deux tiers de ces crédits sont placés horizontalement. Il semble donc que le service photo préfère un crédit horizontal, mais que la maquette impose régulièrement une autre place à celui-ci.

En revanche, au *Monde*, 99,01 % des portraits analysés ont été crédités, dont la totalité en horizontal. Cela témoigne pleinement de la place que le quotidien a décidé de laisser à l'image. En effet, depuis 2005, *Le Monde* a misé sur la photographie au sein du journal, et c'est aujourd'hui le service bénéficiant du budget le plus important.

On peut considérer que l'intégralité des portraits publiés par *Libération* sont crédités. Tout comme pour *Le Figaro*, on constate qu'un peu plus d'un tiers des crédits sont indiqués verticalement. En revanche, *Libération* est le seul quotidien à attribuer les crédits de certaines images produits avec le crédit du journaliste rédacteur de l'artiste (19,62 % des crédits horizontaux). Cette particularité s'explique par la culture d'image au sein de *Libération*, et aux rapports privilégiés entre le service photo et la maquette.

Enfin, on pourra également retenir que *La Croix*, *Le Figaro* et *Le Monde* présentent toujours les crédits des photographes dans une police light, alors que *Libération* est le seul quotidien qui, lorsque le crédit du photographe est avec celui du journaliste, est utilisé dans une police grasse.

B. Quelle utilisation du portrait ?

Les journaux façonnent le portrait pour l'information. Dans la presse nationale quotidienne, il est évident que l'image ne se suffit pas à elle-même pour faire sens, mais interagit plus ou moins avec le texte pour converger vers une manière de donner l'information.

La mise en relation des portraits politiques du corpus étudié et des titres a permis de faire émerger plusieurs effets de sens récurrents produits par les portraits publiés.

Le portrait politique y ressort comme étant utilisé par les journaux pour montrer la personne dont on parle, pour montrer la personne en situation (ou dans une situation précise objet de l'article), pour montrer une rencontre avec la personne, ou enfin, pour personnifier l'article. Ces utilisations varient selon les quotidiens.
Si *La Croix* et *Le Figaro* utilisent principalement le portrait politique pour montrer aux lecteurs les personnes dont ils parlent, il semble que *Le Monde* et *Libération* les envisagent davantage pour montrer les personnes en situation. On remarque également que seul *La Croix* n'utilise pas le portrait pour montrer la personne politique pendant un rendez-vous.

D'autre part, lorsque l'on interroge les services photo sur l'utilisation qu'ils ont du portrait, ces derniers s'accordent à dire que le portrait est utilisé principalement pour les entretiens, les interviews et les rencontres. Le portrait, en politique, est également utilisé lorsque les quotidiens font le portrait journalistique de la personne, ou dans les rubriques *Portrait* des quotidiens, comme *Libération* en dernière de couverture, ou *La Croix* en avant dernière page.

Une dernière utilisation est souvent évoquée par les services photo, bien que faisant polémique au sein des rédactions. Les pages politiques sont très souvent illustrées de portraits au format vignette. Il s'agit la plupart de temps de photographies recadrées qui présentent simplement le visage de la personne dont on parle, ou que l'on cite. À l'exception du *Monde*, ce format vignette est utilisé de nombreuses fois par les trois autres quotidiens. C'est Armelle Canitrot qui explique le mieux cette utilisation :

> "Là où il y a un petit différent avec la maquette, c'est que le service photo n'est pas très favorable aux petits portraits. Certes on veut voir la tête des personnes, mais cela coûte du temps et de l'argent et la multiplication des vignettes plombe les pages souvent au détriment de l'esthétique. Nous ne sommes pas complètement d'accord."[37]

[37] *Ibid.*

Ce constat est commun à tous les services photo. En effet, ils déplorent que ce format soit utilisé dans les maquettes alors qu'ils le trouvent inadéquat. Cependant c'est un compromis qu'ils ont choisi de faire avec les autres services, bien qu'ils n'en assument pas pour autant sa qualité de portrait.

L'ensemble de cette analyse nous amène à converger vers un constat global. Il est assez paradoxal d'observer qu'en termes de chiffres, les portraits politiques réalisés en reportage et publiés en petit format dans la page soient les plus présents. Pourtant, les rédactions semblent les exclure de ce qu'elles appellent le portrait politique.
Se pose alors la question d'une réelle définition du portrait. Il est important de préciser que, pour cette étude, le choix de définition du portrait a été entièrement arbitraire. Il s'est appuyé sur la définition « commune » du mot « portrait », en l'appliquant aux publications des quotidiens. Ainsi, le « portrait politique » analysé jusque-là regroupe les images politiques que les quotidiens ont choisi de mettre en scène en tant que portrait. Et c'est là qu'est le paradoxe. Les quotidiens publient des images qui isolent des individus, les représentent en tant que personnes reconnaissables, pourtant, elles ne semblent pas entrer dans leur définition du portrait. C'est pourquoi, il est pertinent de s'interroger sur la notion de portrait, particulièrement difficile à définir et à différencier d'une image appartenant à un autre genre photographique, mais représentant une personne.

C. Le rapport entre portrait posé et portrait en action

• Le portrait en action est-il un portrait ?

Dans cette étude, ce qui est appelé « portrait en action » est en réalité une image représentant une personne en train de faire quelque chose. Il est compliqué de différencier un portrait en action et une image de reportage d'une personne en action. En effet, une image de reportage représentant une personne isolée, mais au sein d'un reportage, appartient au

genre reportage. En revanche, l'isoler revient à lui donner une autre dimension. Et c'est en cela que les portraits en actions sont considérés dans ce corpus comme des portraits. Si, pour les photographes politiques de presse, la question de savoir si une image d'un personnage en situation, ou une série d'images est aussi un portrait se pose réellement, les rédactions sont catégoriques :

> «Pour nous, un portrait, c'est un portrait posé. La personne est photographiée et le journal interagit avec elle. Dans un portrait en situation, il n'y a aucune interaction. La personne a été isolée de la foule, et la démarche n'est pas la même. (...) Lorsque l'on prend une photo à la volée dans la rue, quand bien même c'est en gros plan, un portrait en situation n'est pas du portrait. Même s'il est recadré, très serré sur la personne.»[38]

Nicolas Jimenez l'explique très clairement, et c'est l'impression qui ressort globalement au sein des services photo. Lorsqu'ils ne le disent pas, c'est leur manière de parler du portrait qui montre bien que le portrait en situation, le portrait volé est complètement exclu de leur vision du portrait. C'est également ce qu'a pu montrer l'analyse précédente sur la place du portrait politique dans le quotidien.

Au-delà d'une analyse quantitative, lorsque l'on confronte le corpus et la place donnée aux portraits politiques par les quotidiens, on constate que, naturellement, ces derniers n'évoquent absolument pas les portraits de reportage.

• La démarche du portrait en rendez-vous

Pour les services photos des quotidiens étudiés, le portrait en rendez-vous englobe deux types de portraits : un portrait posé où la personne aura accepté, en plus du rendez-vous avec le journaliste pour réaliser un entretien, de donner un peu de temps pour la réalisation de son portrait, ainsi que les portraits réalisés dans un style plus reportage de la personne pendant l'entretien, pendant qu'elle s'exprime. Si le premier peut être utilisé en regard d'un entretien, d'un portrait journalistique ou d'une interview, le second est toujours utilisé avec l'entretien, ou pour accompagner des citations de la personne.

[38] Nicolas Jimenez, entretien réalisé le 17 février 2016.

Ces deux types de portraits ont des impacts différents, et leur considération varie selon les rédactions. *Le Monde* est le seul quotidien du corpus à considérer qu' «un portrait, c'est un portrait posé »[39]. Pour les autres, le portrait réalisé pendant l'entretien avec le journaliste contribue à faire portrait.

Réaliser le portrait posé d'une personne politique implique une interaction du journal avec la personne photographiée, ainsi qu'une direction photographique. La personne politique donne de son temps pour la réalisation de cette photo. Dans un portrait en rendez-vous, le quotidien assume entièrement d'avoir mis en scène la personne qu'il photographie, et assume donc une connivence avec le politique.

Cependant, il faut que le quotidien soit vigilant à la personne photographiée en rendez-vous. Selon ses opinions et les valeurs qu'il défend, il ne peut pas se permettre de jouer ce jeu avec n'importe quelle personne politique. Nicolas Jimenez prend exemple sur un portrait de Marine Le Pen réalisé par *Le Monde* :

> « Tout à coup, nous faisions la *Une* du journal avec un portrait de Marine Le Pen où nous avions une interaction avec elle. Nous la faisions rentrer dans quelque chose de normal. Et ça a dérangé juste sur cette question-là. D'un seul coup, nous disions aux lecteurs que nous avions rencontré cette personne, que nous avions fait une interview d'elle comme s'il s'agissait de n'importe quelle autre personne politique, et non pas comme la patronne du parti d'extrême droite français (...) »[40]

Pour le journal, publier un portrait en rendez-vous a une signification importante qui doit tenir compte de la ligne éditoriale du journal. Ce dernier définit des manières de traiter tel ou tel parti politique qui vont dans le sens des valeurs qu'il défend.

Définir le portrait de manière catégorique est quasiment impossible. Les rédactions ne s'accordent pas sur un portrait. Le portrait est multiple dans ses significations, dans ses définitions et dans ses utilisations.

[39] Ibid.
[40] Ibid.

Ainsi, il ressort de cette analyse que les portraits politiques étudiés étant majoritairement considérés comme portraits sont ceux réalisés en rendez-vous, qu'ils soient posés ou en action. Pour la plupart, il s'agit des portraits produits et organisés par le quotidien. Le portrait en rendez-vous endosse alors la définition de portrait de presse. Pourtant, si le portrait en rendez-vous a une signification bien particulière pour les rédactions, il reste difficile de mesurer son impact sur le lecteur.

Cependant, nous avons pu définir un portrait politique de presse au travers du portrait en rendez-vous. Ainsi, pour la dernière partie de cette analyse, nous nous concentrerons sur ces portraits politiques au sein du corpus (voir annexe).

3. Existe-t-il des codes au portrait politique de presse ?

En s'attachant à une définition du corpus établi à partir des témoignages des directeurs des services photographiques des quotidiens, ainsi que ceux des photographes portraitistes, des communicants et des personnes politiques rencontrées, l'analyse qui va suivre s'arrête sur quelques portraits pouvant qualitativement être considérés comme tels.
Le corpus obtenu est ainsi composé de trente-cinq portraits politiques dont un portrait issu du journal *La Croix*, huit portraits issus du journal *Le Figaro*, huit portraits issus du journal *Le Monde*, et dix-huit portraits issus du journal *Libération*.

Il est également important de souligner que la majorité de ces portraits ont été produits par les quotidiens. On y retrouve principalement des images réalisées par des portraitistes, à l'exception du portrait issu de *La Croix*, venant de l'AFP et ayant été acheté par le quotidien, et des portraits issus du *Figaro*, réalisés par les photographes salariés du *Figaro*.

A. Le cadre

• Le format

Le format du portrait politique dans la presse nationale quotidienne du corpus étudié est majoritairement vertical, bien que le format horizontal soit aussi utilisé. On peut constater que ces formats dépendent principalement des titres. *Le Figaro* propose des portraits des deux formats. En revanche, si *Le Monde* publie principalement des portraits horizontaux, *Libération* publie quant à lui uniquement des portraits politiques au format vertical et au format carré.

De plus, il est intéressant de constater que les rapports longueur / largeur sont relativement variés, mais que les normes respectées par la plupart des quotidiens sont les rapports 2 x 3 et 6 x 7.

Ces informations ne sont pas propres au portrait politique dans la presse nationale quotidienne. Il s'agit en réalité de formats imposés aux photographes par la maquette. On peut alors constater qu'il existe des formats relativement récurrents dans la maquette de chaque quotidien, qui conditionnent le portrait politique.

• L'angle de prise de vue

En ce qui concerne le point de vue adopté, les photographes sont relativement classiques. Si les portraits politiques réalisés en légère plongée ou en légère contre-plongée, de côté, voir de biais existent, les portraits publiés sont avant tout réalisés de manière frontale et à hauteur d'œil.

On constate ainsi une certaine neutralité de la part des photographes dans leur cadre, à savoir un point de vue très classique face à la personne politique. Ce choix montre une volonté de ne pas décaler le point de vue pour mettre en place des déformations accentuées du visage, et ce, quelles que soient les opinions politiques de la personne portraiturée.

• La focale

De même, la majorité des portraits politiques étudiés dans ce corpus ont été réalisés à la focale normale, soit le 50 mm. Quelques unes ont été réalisées avec des longues focales. Le peu d'entre elles qui ont été réalisées avec de courtes focales sont généralement des portraits dans lesquels l'environnement de la personne photographiée prend une place importante. Le portrait politique dans la presse a avant tout un rôle informatif. Il est donc normal que les photographes cherchent à représenter les individus sans les déformer physiquement. C'est pourquoi les focales normales et les longues focales sont les plus utilisées généralement dans le portrait, et particulièrement dans les portraits étudiés, et que les courtes focales, produisant des déformations importantes, ne sont que peu utilisées.

• L'importance de l'arrière-plan

Enfin, il est intéressant de constater que la majorité des portraits politiques sont contextualités. Peu d'entre eux sont réalisés sur fond. La personne est souvent isolée du fond par une courte profondeur de champ. Pour autant, la valeur informative du fond contextualisé dans la presse n'est pas négligeable. Au-delà de sa fonction esthétique, elle propose au lecteur une information sur le lieu de la rencontre, mais n'est pas utilisée dans ces portraits pour apporter des éléments informatifs. L'arrière-plan permet de placer la personne dans un environnement, qui, même s'il est identifié comme étant son environnement de travail ou de vie, est avant tout esthétique.

De plus, les photographes rencontrés insistent sur le fait que l'utilisation du fond neutre se fait principalement pour des portraits où l'environnement dessert le portrait, ou bien, plus rarement, lorsqu'il est coloré, pour une valeur esthétique et symbolique forte.

Enfin, Nicolas Jimenez dit de la photographie politique :

> « La photographie politique a cela de chouette que tout se niche dans les détails : qui est à côté de qui, qui regarde qui, qui parle avec qui, l'attention, à quel moment... Ce sont tous ces détails qui font que la photo fait sens. »

L'utilisation dans le portrait de fonds papier ou de fonds contextualisés peu importants est alors également un moyen de se différencier du reportage en décontextualisant la personne pour mieux la regarder.

B. La lumière et couleur

Le corpus étudié permet de distinguer les portraits en rendez-vous de reportage des portraits posés en rendez-vous. Si l'intégralité des portraits de reportage en rendez-vous est réalisée en lumière ambiante pour des raisons évidentes, ne pas déranger la personne politique qui s'exprime, la grande majorité des portraits politiques posés en rendez-vous sont quant à eux réalisés en lumière construite.

On peut observer deux utilisations de lumière construite. Tout d'abord, elle est régulièrement utilisée pour rééclairer une scène en intérieur afin d'exposer correctement la personne et d'utiliser la lumière ambiante, plus faible, pour laisser apparaître le contexte. On constate également que les portraits réalisés en lumière construite font souvent appel à une lumière dure. La plupart des photographes travaillent en lumière focalisée, et soumettent leurs images à un traitement de rendu.

Les portraitistes semblent avoir une vision commune de ce que doit être la retouche d'un portrait politique de presse. Les portraits politiques sont peu retouchés, et cela va souvent avec la vision de la retouche des photographes et des quotidiens. En revanche, ils réalisent tous une retouche de chromie pour poser leur esthétique sur l'image.

Si l'on compare la lumière et la chromie de certaines images du corpus avec les autres portraits réalisés par les photographes qui en sont les auteurs, on peut alors constater que la lumière et la chromie sont avant tout dues à l'esthétique du photographe plus qu'à celle du traitement de l'image du politique.

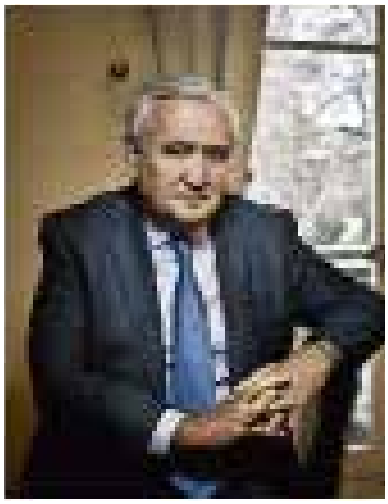


Fig. 38 : CAUPEIL Edouard, *Jean-Pierre Raffarin,* paru dans *Le Monde* le 17 décembre 2015..

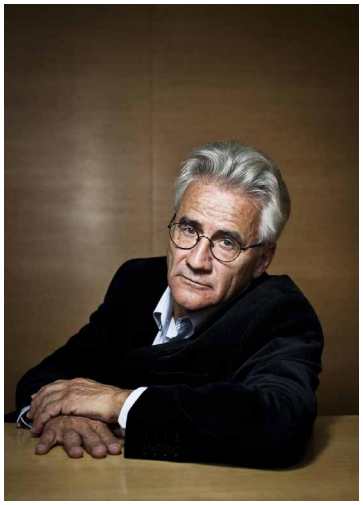


Fig. 39 : CAUPEIL Edouard, *André Comte-Sponville*, paru sur *libération.fr* le 26 octobre 2015.

Fig. 40 : CAUPEIL Edouard, *Roland Auzet*, paru sur *libération.fr* le 14 février 2016.

Ces trois portraits nous montrent que la lumière et le traitement utilisé par Edouard Caupeil sont communs à ses différents portraits. Peu importe la dimension politique ou le quotidien pour lequel il a été réalisé, la lumière est propre au travail du photographe.

Fig. 41 : SWIRC Patrick, *Bernard Cazeneuve,* paru dans *Libération* le 12 novembre 2015.

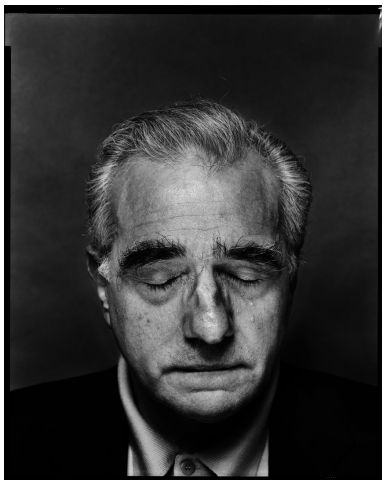


Fig. 42 : SWIRC Patrick, *Martin Scorsese*

Fig. 43 : SWIRC Patrick, *Damien Saez,* paru sur *télérama.fr* le 20 novembre 2012.

On peut avoir le même constat pour ce qui est du travail de Patrick Swirc. S'il n'utilise pas toujours une même lumière et un même traitement, on constate pourtant que ces derniers ne sont pas fonction des personnes photographiées. Si l'on peut s'interroger sur un lien existant entre la lumière du photographe et le quotidien auquel il est destiné, l'observation de son travail dans sa globalité nous permet de rejeter cette hypothèse. En effet, bien que travaillant régulièrement pour *Libération*, Patrick Swirc ne se cantonne pas à une lumière « type » *Libération.*

Fig. 44: ZAZZO Mathieu, *Laurence Tubiana,* paru dans Libération le 17 décembre 2015.

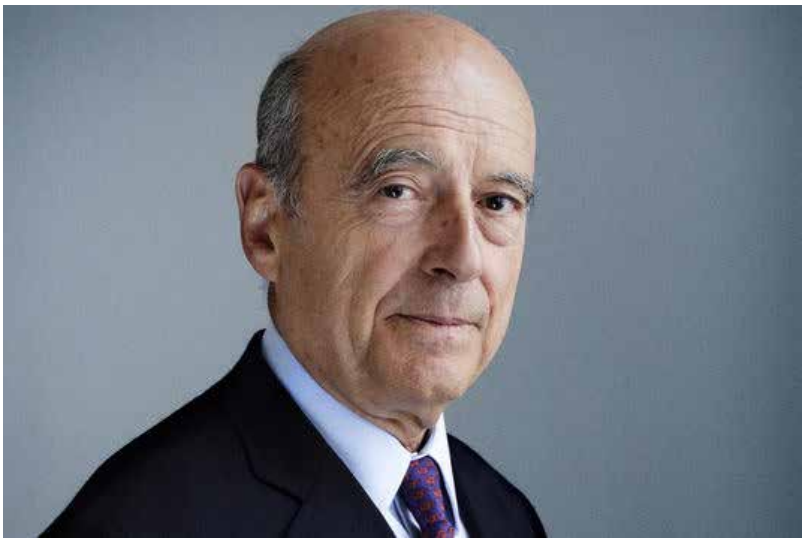


Fig. 45 : ZAZZO Mathieu, *Alain Juppé,* paru sur lemonde.fr le 26 août 2015.

Au contraire, Mathieu Zazzo semble adopter une esthétique similaire pour ses portraits politiques pour la presse. Si l'on rapproche ces portraits du reste de son travail, on constate que, par le choix du fond papier, par la lumière construite et le traitement, Mathieu Zazzo semble adopter une esthétique particulière pour le portrait politique pour la presse. Cependant, lorsque l'on interroge Mathieu Zazzo sur une esthétique propre à la politique, il dit ne pas chercher à produire des portraits différents lorsqu'il s'agit de personnes politiques. Il est alors intéressant de questionner les contraintes qui peuvent pousser un photographe à sortir de son style.

C. L'attitude du modèle

Contrairement à ce que peuvent faire certains magazines, les quotidiens refusent de faire venir des maquilleurs, des coiffeurs, des stylistes. Ils sont intransigeants et partent du principe que l'acte du portrait consiste à prendre la personne comme elle est. Pourtant, l'attitude de la personne politique passe également par la façon dont la personne se présente, et donc principalement par le vêtement.

La majorité des portraits étudiés dans ce corpus nous présente des hommes et des femmes politiques en tailleurs et en costumes. Le vêtement est un indicateur sur la personne politique, mais également sur la politique elle-même. Il reflète un réel questionnement sur la représentation du pouvoir en démocratie. Le vêtement interroge la manière dont le système de l'Etat est fait pour rendre l'État imposant, et ce à travers ses représentants. Le costume et le tailleur contribuent à mettre en place une logique de souveraineté.

On constate également que dans ce corpus, les rares personnes à déroger à cette règle sont Cécile Duflot et Eva Joly, des femmes du parti Europe Écologie Les Verts. Cette distinction les place dans un anticonformisme vestimentaire. Se pose alors la question de l'utilisation du vêtement par les personnes politiques pour faire passer des idées ou par simple stratégie de communication. Le vêtement doit-il s'effacer pour faire passer un message, ou bien est-il un signifiant de ce message ? Ainsi si l'habit nous en dit un peu plus sur eux, il est pourtant indéniable qu'il y a dans ce dernier une part de communication.

Le second paramètre intervenant dans l'attitude de la personne photographiée est son expression. Les portraits posés font souvent appel à un regard caméra de la part de la personne photographiée et à un air neutre. Pour quelques uns, le regard est ailleurs, sur le côté, souvent en train de regarder quelque chose ou quelqu'un et parfois, ils arborent un sourire. Cependant, on remarque que le regard caméra et l'absence de sourire renforcent le portrait et apporte une certaine proximité et une certaine intimité avec la personne.

Enfin, il est intéressant d'observer les postures et attitudes corporelles des personnes portraiturées présentées dans ce corpus. Elles semblent la plupart du temps relativement classiques. Les personnes politiques sont généralement placées de face ou de trois quarts, les bras le long du corps ou joints. Sur l'ensemble du corpus, un seul portrait est réalisé de profil, et il s'agit d'un portrait réalisé en entretien. Seuls quelques portraits sortent du corpus en proposant une attitude un peu plus marquée, un langage corporel plus orchestré par le photographe.

Trois d'entre eux peuvent retenir notre attention par des pauses sortant de l'ordinaire. Il est intéressant de mettre en relation ces portraits avec d'autres portraits réalisés par le photographe. Ces attitudes se retrouvent dans les différents portraits réalisés par chaque photographe.

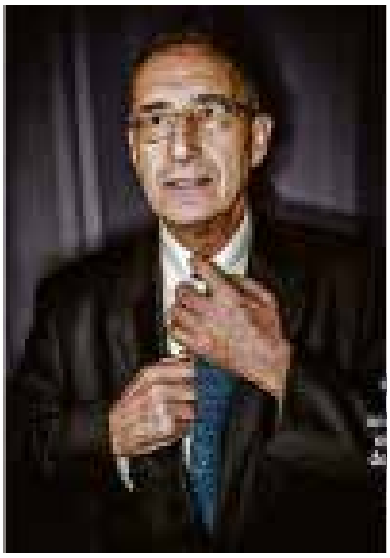


Fig. 46 : TROUDE Laurent, *Philippe Emery,* publié dans Libération le 3 décembre 2015.

Fig. 47 : TROUDE Laurent, *Pascal Blanchard.*

Le portrait de Philippe Emery le présente en train de remettre en place sa cravate. Ce portrait se rapproche du portrait de Pascal Blanchard, historien, également réalisé par Laurent Troude. Ce dernier ne portant pas de cravate remet en place sa chemise.

Fig. 48 : KIHN Fred, *Cécile Duflot,* publié dans Libération le 16 décembre 2015.

Fig. 49 : KIHN Fred, *Françoise Laborde,* publié sur libération .fr le 23 mai 2013.

Fig. 50 : KIHN Fred, *Nathalie Nougayrède,* publié sur libération .fr le 16 septembre 2013.

De même, le portrait de Cécile Duflot se rapproche des portraits de Françoise Laborde, sénatrice radicale de gauche et de Nathalie Nougayrède, directrice du journal *Le Monde,* réalisés par Fred Kihn, et mettant en scène le bras droit de la personne au premier plan, en diagonale et projetant une ombre sur le fond.

Fig. 51 : CAUPEIL Edouard, *Eva Joly*, publié dans *Libération* le 19 décembre 2015.

Fig. 52 : CAUPEIL Edouard, *Alice Taglioni,* publié sur *libération .fr* le 18 février 2016.

Fig. 53 : CAUPEIL Edouard, Chiraz *Chouchane*, publié sur *libération .fr* le 16 mars 2016.

Enfin, le portrait d'Eva Joly se rapproche des portraits de l'actrice Alice Taglioni et de Chiraz Chouchane, poète, plasticienne et étudiante en philosophie, réalisés par Edouard Caupeil, où ces femmes passent leurs mains dans les cheveux ou près de leur visage.

Les trois photographes semblent alors utiliser une gamme d'attitudes qu'ils proposent à leur modèle pendant les prises de vue, qui que soient ces personnes. Ce ne sont pas des poses propres aux personnes politiques, mais propres aux photographes.

Cette analyse nous permet de constater qu'il n'existe pas une réelle esthétique aux portraits d'hommes et de femmes politiques pour la presse nationale quotidienne. Les portraitistes rencontrés le disent ouvertement, ils ont une façon de faire du portrait qui est la même pour tout le monde.

Si cette étude nous permet de définir un portrait politique de presse, comme il l'est envisagé par les organes de presse, à savoir un portrait en rendez-vous, majoritairement posé, voire en entretien, elle ne nous permet pas de définir un portrait politique de presse type.

L'esthétique et les codes mis en place par les photographes pour réaliser des portraits politiques pour la presse semblent être les mêmes que ceux utilisés pour le portrait d'autres personnes. Il est impossible de définir des codes propres au portrait politique dans la presse nationale quotidienne, mais davantage des codes au portrait de presse, selon les titres.

Cette constatation nous amène à nous interroger sur la spécificité du portrait politique au regard des portraits autres qui envahissent aujourd'hui la presse, et sur la vision du photographe dans cette réalisation.

III. La question de la démarche

Il est intéressant de mener une interrogation sur la spécificité du portrait politique en regard des portraits autres qui envahissent la presse.

Sur deux mois d'études du quotidien *Libération*, les portraits politiques représentent moins de 1% des portraits publiés en dernière page de *Libération*, page emblématique du quotidien et existant depuis 1993.

Le portrait pour la presse est aujourd'hui un exercice de style auquel chacun se prête, célébrités comme inconnus. Ainsi, face à l'émergence d'un genre trouvant son support dans les pages des quotidiens, et plus largement, dans les pages des magazines français, il est pertinent d'intéresser la démarche photographique d'une telle utilisation du portrait.

Une démarche est « une manière de conduire un raisonnement, de progresser vers un but par le cheminement de la pensée »[41].

Dans la presse, si nous avons pu montrer précédemment que la démarche de commande de portrait de la part des quotidiens s'inscrit dans un raisonnement, qu'en est-il des photographes ? Quelle peut être la démarche pour un portraitiste ? S'agit-il d'une démarche photographique ou d'une évolution personnelle ?

1. Pourquoi mettre des portraits dans la presse nationale quotidienne pour parler des politiques ?

A. Les politiques, des hommes et des femmes comme les autres ?

Tout d'abord, la fonction politique ne peut pas être écartée de la personne photographiée. Peu importe les opinions politiques de chacun, le fait que ces personnes aient décidé de mettre leur métier et souvent leur vie au service de l'État, fait d'elles des personnages atypiques. La personne politique est un personnage qui, par ses choix de vie, se rapproche du personnage mythologique.

[41] Définition du mot « démarche » dans le Larousse 1992.

Si Sébastien Calvet, ex-photographe spécialisé dans la politique pour *Libération*, les envisage comme des personnages passionnants presque littéraires, Jean-Claude Coutausse, photographe spécialisé dans la politique pour *Le Monde*, y voit davantage des personnages de tragédie, dans le sens véritable du mot « tragédie ». La tragédie met en scène des « personnages illustres et représente une action destinée à susciter la terreur ou la pitié, par le spectacle des passions et des catastrophes qu'elles provoquent »[42]. La personne politique, comme le personnage de tragédie, est en proie à une grandeur mise à mal par son destin. En effet, si on lui attribue une certaine gloire lors de sa conquête des foules et du pouvoir, il n'en reste pas moins destiné à une inévitable descente aux enfers. Olivier Roller, portraitiste français, dit des personnes politiques :

> « Les politiques (...) sont torturés. Il faut être fou pour faire de la politique, et ils le sont tous (...) ils sont beaux dans leur folie. »[43]

Le photographe devient alors un témoin adoptant « une place privilégiée, pour les voir courir vers leur destin, qui peut être leur perte ou leur victoire »[44]. Dans une société actuelle, où la politique est extrêmement médiatisée et où les flux d'images et d'informations déferlent, l'acte du portrait, pour les photographes rencontrés, va à l'encontre de « ce monde-là, et enfin, on peut regarder les choses »[45].

Et, si ce sont souvent leurs passions qui causent leur perte, bien que leurs destins soient particuliers, ils n'en restent pas moins des êtres humains. C'est en cela que les portraitistes de presse trouvent leur principale raison de photographier des personnes politiques.
Frédéric Stucin, portraitiste pour la presse, le dit lui-même, il cherche à « montrer que ce sont juste des hommes et des femmes »[46]. Samuel Kirszenbaum, portraitiste pour la presse, ajoute que le portraitiste qu'il est aime avant tout photographier les gens.

---

[42] Définition du mot « tragédie » dans Le Larousse 1992
[43] Olivier Roller, photographe portraitiste, entretien réalisé le 12 avril 2016 à Paris.
[44] Jean-Claude Coutausse, photographe spécialisé dans la politique pour *Le Monde*, entretien réalisé le 2 mars 2016 à Paris.
[45] Olivier Roller, entretien réalisé le 12 avril 2016.
[46] Frédéric Stucin, photographe portraitiste pour la presse, entretien réalisé le 24 mars 2016 à Paris.

Pour lui « les politiques sont des personnes comme les autres»[47] et « tout le monde mérite d'être pris en photo »[48]. Ainsi, si ces personnages romanesques sont les objets idéaux pour projeter l'univers photographique du portraitiste, ce n'est majoritairement pas cette particularité que les photographes veulent mettre en avant.

Montrer les personnes politiques comme elles sont, comme elles se sont données le temps du rendez-vous, reste avant tout une source d'information immense. Au même titre qu'un article informe sur la personne, le portraitiste cherche à capter un instant de faille dans le personnage politique en représentation, pour informer le lecteur sur l'homme ou la femme qui se cache derrière ce masque. La photographie permet donc aux quotidiens d'adopter un autre angle sur la personne que l'angle qui aura pu être choisi dans le papier, afin de faire converger ou d'associer portrait journalistique et portrait photographique vers la description de la personne politique, au moment où elle est photographiée. Là où les photographes de presse peuvent permettre à un journal de donner une information supplémentaire, c'est en proposant leur regard neuf sur des personnes et des situations. Il s'agit davantage de montrer une image de la personne politique, non pas vraie, mais juste. La justesse est une notion récurrente chez les photographes rencontrés. Ils ont tous un point de vue sur la vérité, et savent tous que ce n'est ni ce qui leur est demandé, ni ce qu'ils recherchent. Obtenir une image juste en politique, qui plus est pour un portrait, est un véritable challenge dans ce monde contrôlé et mis en scène par des services de communication. Cette notion est particulièrement mise en avant par Jean-Claude Coutausse :

> « Les communicants ont tendance à nous fournir des angles et des axes, ce que j'appelle les axes officiels. Ils font tout pour que l'on se place à un certain endroit, parce que le politique est éclairé de telle manière et qu'il y a un fond derrière »[49].

[47] Samuel Kirszenbaum, photographe portraitiste pour la presse, entretien réalisé le 13 avril 2016 à Paris.
[48] *Ibid.*
[49] Jean-Claude Coutausse, entretien réalisé le 2 mars 2016.

Si l'on regarde attentivement dans le corpus étudié la quantité de portraits « en action» produits, on peut aisément constater que la majorité de ses portraits correspondent à une action contrôlée par une communication politique omniprésente. Meetings, débats, sorties, rencontres sont l'essentiel des actions présentées dans les pages des quotidiens. Mais alors, existe-t-il des portraits faits en dehors ou en marge du marketing politique ?

B. Le Jeu de la communication

> « Nous sommes dans un moment où la période politique est un peu démonétisée et où la communication prend beaucoup le pas sur la mise en scène de séquences, de situations… Par les temps qui courent, c'est un vrai défi de photographier la politique et c'est ça qui m'intéresse. »[50]

L'image politique est encadrée par une communication omniprésente qui en définit les codes esthétiques et symboliques. Au-delà d'une communication de la personne, les mises en scène des débats, des déclarations, des visites, sont millimétrées par les services de communication. Et si l'orchestration du marketing politique se fait en coulisses, certaines symboliques récurrentes montrent que les mises en scène ont été pertinemment réfléchies.

Parmi ces symboliques, quelques éléments, particulièrement dans les portraits en action réalisés pendant les discours officiels, ont été observés de manière récurrente dans le corpus. Il est en effet intéressant de constater que les discours officiels, qu'il s'agisse des discours du gouvernement, ou des meetings d'une majorité des partis, sont organisés sur fond bleu. Ce choix de couleur n'est absolument pas anodin.

[50] Sébastien Calvet, ex-photographe spécialisé en politique pour *Libération,* fondateur du site d'information *lesjours.fr,* entretien réalisé le 3 mars 2016.

Le bleu symbolise le consensus. C'est une couleur appréciée par une majorité des personnes, qui exprime le calme et la sobriété. Utiliser le bleu en politique est un moyen de s'attirer une certaine popularité.

Fig. 54 : SANSON Thomas, *Manuel Valls à Matignon, dimanche 13 décembre,* publié dans *Le Monde* le 16 décembre 2015.

Fig. 55 : JOCARD Alain, *Nathalie Kosciusko-Morizet et Nicolas Sarkozy, lors du conseil national du parti Les Républicains, le 7 novembre, à Paris,* publié dans *Le Monde* le 16 décembre 2015.

De plus, associé au rouge, autre couleur récurrente dans le corpus, le bleu renvoie au drapeau français datant de 1789. Ces deux couleurs encadrant le blanc symbole de la royauté, symbolisent la Révolution française.

Fig. 56 : SANSON Thomas, *Marine Le Pen, son bras droit Florian Philippot et le maire de Hayange, Fabien Engelmann, en meeting en Moselle le 25 novembre dans une ambiance digne de Dario Argento*, publié dans *Le Monde* le 16 décembre 2015.

Le rouge quant à lui, est traditionnellement associé à une gauche révolutionnaire, et plus souvent au Parti Communiste. Bien que le Parti Socialiste l'utilise par la représentation de la rose rouge, elle reste l'image d'une gauche édulcorée, plus douce.

Le rouge est donc utilisé par des personnes politiques comme Jean-Luc Mélenchon pour affirmer leurs convictions. Aujourd'hui, le rouge est devenu plus rare en politique. Le gouvernement, bien que socialiste, utilise le bleu dans ses interventions, couleur traditionnellement choisie par une droite classique et conservatrice, mettant alors en exergue la notion de consensus. Ce jeu de couleur peut alors être mis en regard des dérives politiques actuelles, où gauche et droite se confondent.

On remarque également la récurrence d'un contraste jaune-bleu, mis en scène dans les décors, mais également, et plus souvent, dans les mises en lumière des politiques.
Le jaune est une couleur symbolisant l'énergie, la puissance, et qui, utilisée par contraste au bleu, lui apporte une certaine force. Si l'on fait la synthèse de ces deux couleurs, apparaît le vert, symboliquement, la couleur de l'espoir. Mais si le langage des couleurs permet des interprétations de fond, le contraste jaune-bleu est avant tout emprunté au cinéma. Depuis une vingtaine d'années, de nombreux films utilisent ce contraste.[51]

Fig. 57 : TROSSAT Théophile, *A Rochefort (Charente-Maritime), mardi 8 décembre,au meeting de soutien à Virginie Calmels, la tête de liste en Aquitaine.* publié dans *Le Monde* le 10 décembre 2015.

Fig. 58 : MORISSART Aurélien, *Remise du rapport sur le statut du parent délégué en présence de Najat Vallaud Belkacem et Myriam El Khomri, mardi à Paris,* publié dans *Le Figaro* le 11 novembre 2015.

Ces observations témoignent du contrôle de la communication sur la représentation de la vie politique. La rencontre avec des photographes de presse spécialisés dans la politique, et des services photo, a permis de faire émerger la question de l'impact de la communication politique sur les portraits politiques réalisés pour la presse quotidienne nationale.

[51] Analyse réalisée par Priceonomics, http://priceonomics.com/why-every-movie-looks-sort-of-orange-and-blue/ consulté le 02 avril 2016.

La communication et le marketing politique existent, pour autant il ne faut pas la dénigrer comme l'explique Nicolas Jimenez :

> « Je ne trouve pas cela intéressant de renier ou de refuser la part de communication qu'il y a dans la politique, parce que cela reviendrait à refuser la politique en bloc. La politique, ce n'est que de la communication. Il faut accepter ce postulat et il y a plusieurs manières de l'accepter. »[52]

Pour les services photo comme pour les photographes portraitistes et les photographes politiques, l'enjeu photographique dans la politique est de réussir à contourner les mises en scène données par la communication.

Lorsque l'on interroge Sébastien Calvet, ex-photographe de *Libération*, ou Jean-Claude Coutausse, photographe au *Monde*, sur ces portraits réalisés «en situation», ils s'entendent sur le fait que, le travail du photographe est d'aller voir au-delà de ce qu'impose la mise en scène proposée :

> « (…) depuis toujours, et c'était déjà notre marque de fabrique à *Libération*, on se décale. On montre au spectateur que le politique a été mis en scène, et un peu des rouages de la communication politique. J'ai tendance à m'exprimer pleinement, parce que si on reste sur les axes officiels, ce n'est pas nous qui nous exprimons, ce sont les communicants. »[53]

L'important pour les photographes rencontrés est de contourner ce qui est donné à voir par les communicants ou par les hommes politiques, pour montrer ce qu'il y a au-delà. Dans les portraits en actions, cela passe avant tout par un décalage du point de vue, dans les portraits en rendez-vous, cela passe davantage par les relations qui vont s'installer entre le photographe, la personne politique et les communicants.

[52] Nicolas Jimenez, entretien réalisé le 17 février 2016.
[53] Jean-Claude Coutausse, entretien réalisé le 2 mars 2016.

C. Contrôle de la prise de vue

Quand on interroge les différents intervenants à l'origine de la création d'un portrait politique, les relations de force qui s'exercent entre eux sont compliquées.

Pour les services photo des quotidiens, les prises de vue sont contrôlées par les communicants qui, dans leur envie de garder un contrôle total, ont tendance à dégrader volontairement ou non le portrait. En effet, pour les journaux, les communicants ont l'impression que le journal veut produire une mauvaise image. Ainsi, en imposant une temporalité très courte et un lieu parfois inadapté, ils ont l'impression de garder le contrôle sur l'image produite.

En revanche, lorsqu'on interroge les photographes, ces derniers nous affirment que ces contraintes sont principalement dues à la manière de fonctionner des quotidiens. Les journaux travaillent régulièrement avec des photographes pigistes pour la plupart, mais n'ont pas de photographe staff. Si le journal faisait appel à des photographes réguliers, ces derniers seraient connus des services de communication, et inversement, connaîtraient mieux les services de communications, ce qui faciliterait notablement leurs rapports. Les photographes politiques des quotidiens se disent en bon terme avec les équipes de communication, que cette bonne entente soit sincère ou feinte. Ils estiment que cela fait partie du travail du photographe que d'apprivoiser les équipes qui cherchent à contrôler l'image des politiques.

Les photographes portraitistes, bien que travaillant moins régulièrement pour les quotidiens, affirment pourtant eux-aussi avoir des rapports stricts et la plupart du temps cordiaux avec les équipes de communication. Ils mettent un point d'honneur à installer dès le début de la prise de vue un climat qui leur permettra de travailler et de s'exprimer pleinement.

Ainsi, le « problème » que semble poser l'équipe de communication des personnes politiques est avant tout un problème rencontré par certains services photo. De plus, il s'agit avant tout d'un problème de contrôle. Il semble que ce soit davantage la relation entre les services de communication et les quotidiens qui soit houleuse, bien plus que celle que ces deux acteurs entretiennent avec le photographe. Or, le photographe étant considéré non pas en tant que tel, mais en tant que photographe d'un journal, les contraintes et difficultés qu'il peut rencontrer lors des prises de vue sont avant tout dues à son statut de photographe pour la presse.

Enfin, selon les équipes de communication, les quotidiens, et plus généralement les médias, instaurent un jeu médiatique auquel la politique se plie. Que les partis et les personnages politiques cherchent ou non à jouer ce jeu, ils n'estiment pas en être les instigateurs.
Cependant, il est important de préciser que le seul service de communication ayant accepté de répondre aux sollicitations occasionnées par ce travail de recherche est celui du Parti Communiste Français. Notons qu'il s'agit d'un des partis les moins représentés dans les médias. Son directeur de communication assume ce postulat. Le choix de communication du parti étant de privilégier les idées à l'individu. Les autres services de communication des partis et des ministères n'ont pas donné suite aux interrogations qui leur ont été soumises. La majorité des demandes sont restées sans réponses, et les quelques interlocuteurs motivés par le projet n'ont pas pu donner suite en raison des délais d'accord trop importants occasionnés par leurs hiérarchies.
Enfin, les personnes politiques rencontrées à l'occasion de la partie pratique de ce travail de recherche, personnes ne se situant pas sur le devant de la scène politique médiatisée au moment de leur rencontre, déplorent la dimension de communication qu'ont adopté les partis pour rester dans la course, que cette dernière passe par le verbe ou par l'image.

Il est important de mettre des portraits politiques dans la presse nationale quotidienne car il est important de documenter les personnes et les événements qui font évoluer le pays. Les hommes et les femmes politiques sont des personnes qu'il faut représenter à la fois pour informer les gens sur les personnes qui les dirige, mais également pour démystifier ces personnages au caractère grandiloquent.

C'est également le devoir du photographe, par le biais de la presse, de documenter la politique sous tous ses angles. Il lui est difficile de s'éloigner des diktats de la communication politique, mais c'est cela qui différencie les photographes de presse des photographes d'agence. Ces derniers sont contraints, pour des raisons financières, de réaliser des images plus universelles, et sont davantage contrôlés par les services de presse. Les photographes de presses, bénéficiant de la protection du journal pour lequel ils travaillent, peuvent alors contourner, voire se confronter à la communication du monde politique, pour capter une image passant outre.

Le rôle du photographe, comme celui du journaliste, devient donc primordial dans la véhiculation d'information. On peut alors questionner son rôle et sa vision dans la prise de vue.

2. La relation photographe-modèle

La relation du photographe et du modèle est la base même du portrait photographique. C'est elle qui conditionnera le rendu de l'image final. Plusieurs paramètres influent sur cette relation. Les paramètres principaux, et ceux évoqués par tous les portraitistes rencontrés, et plus particulièrement par les portraitistes de presse, sont le temps de la prise de vue, les relations de pouvoir qui peuvent s'exercer, ainsi que leurs dispositifs.

A. La temporalité de la prise de vue

Le rapport au temps est une problématique au cœur de la photographie. Cette problématique s'applique particulièrement bien au portrait. Si un photographe réalise des portraits d'une personne à différents moments, selon différentes durées, les portraits obtenus seront infiniment différents. Il est indéniable que le temps, au-delà du temps de pose, est une variable photographique importante.

Comme expliqué précédemment, le portrait photographique de personnes politiques pour la presse nationale quotidienne accompagne généralement un portrait ou un entretien écrit. Tout comme le journaliste réalise son entretien pendant un rendez-vous avec la personne, le photographe réalise le portrait pendant un rendez-vous fixé par le journal. Cependant, le temps accordé aux photographes pour réaliser ce portrait est de l'ordre de quelques minutes. Cette courte temporalité imposée par les services de communication ou par les personnes politiques elles-mêmes est un facteur évident influant directement sur le caractère du portrait.

La rapidité de la prise de vue, mais également celle du rendu des images conditionne le photographe dans sa façon de travailler. Et c'est une des raisons pour laquelle ils travaillent pour la presse quotidienne. Frédéric Stucin suggère une certaine

> « Immédiateté. La presse c'est de la drogue. (...) À midi on t'appelle, à quatorze heures, tu fais un portrait, le lendemain il est publié (...) »[54]

Les rythmes effrénés mis en place par les relations entre organes de presses quotidiennes et politiques, imposent au portraitiste de photographier vite. Les photographes se rejoignent sur le fait que réaliser un portrait pour la presse est un exercice peu dangereux. Le rendez-vous avec la personne étant organisé par le journal et le photographe contrôlant la lumière ainsi que l'attitude du modèle, le seul paramètre qui lui est imposé et qui est susceptible de le déstabiliser est cette temporalité.

[54] Frédéric Stucin, entretien réalisé le 24 mars 2016.

La façon dont le photographe gérera cette variable est directement liée à la relation qu'il entretiendra avec la personne qu'il photographiera, lui permettant alors d'asseoir sa direction, ou de subir ce facteur.

B. Relation de pouvoir

Portraiturer une personne politique, c'est faire cohabiter un commanditaire, un photographe, un communicant et l'homme ou la femme politique photographié(e). Il est alors évident que des rapports de force s'exercent à la fois en amont et pendant la prise de vue. On a pu voir le rôle du communicant dans le déroulé du portrait, la façon dont, bien qu'il essaie de contrôler la prise de vue en imposant un contexte, il reste bien souvent écarté de la mise en scène par le photographe.

Et le photographe doit être vigilant, et prendre le pouvoir. En effet, c'est la façon dont agit la majorité des portraitistes. Ils se doivent d'être tout puissants pour pouvoir tirer ce qu'ils veulent du portraituré. Et c'est là qu'entre en compte l'importance de la fonction politique attribuée aux personnes photographiées.

Les personnes politiques sont extrêmement conscientes de leur image, et savent ce qu'elles doivent montrer d'eux-mêmes. Pourtant, elles cherchent à prendre le pouvoir sur la prise de vue pour éviter la déstabilisation qu'occasionne chez eux la photographie. Frédéric Stucin s'explique sur ce fait de la façon suivante :

> « Le politique a peur de l'image fixe. Le politique est dans le verbe, donc à la télévision, il peut rester 24 heures sur *BFM*, ça ne lui posera aucun problème. Il va avoir son arme, le mot, le verbe le discours, les idées. En photo, tu lui dis « ta gueule ». Et c'est aussi violent que ça. Donc ils sont terrorisés, ils ne savent pas, ils ne connaissent pas les codes, ils sont dévastés. »[55]

[55] *Ibid.*

C'est pourquoi l'exercice du portrait, et particulièrement du portrait politique, doit reposer sur une interaction entre photographe et portraituré à condition que cette interaction soit absolument inégale. Ainsi, le portrait politique n'est pas le portrait d'une personne politique, mais de deux visions de soi et de l'autre qui se cherchent et qui s'affrontent.
Et c'est en cela que résident les enjeux du portrait. Il s'agit davantage d'un échange dans la rencontre, d'une négociation presque « politique » de deux regards.

Cette vision est parfaitement illustrée dans le portait de Manuel Valls réalisé par Frédéric Stucin et paru dans *Libération* le mercredi 13 avril 2016. Ce portrait, extérieur au corpus, est un exemple qui montre l'importance de la temporalité et des relations qui s'exercent lors de la réalisation d'un portrait.

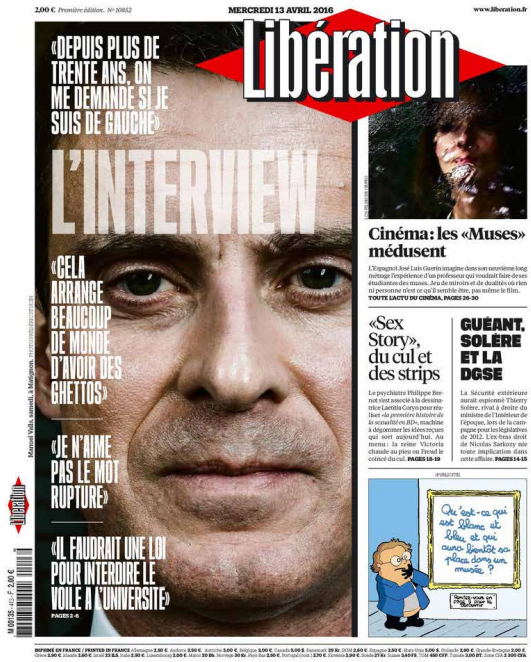


Fig. 59 : STUCIN Frédéric, Manuel Valls, publié dans *Libération* le 13 avril 2016.

Fig. 60 : STUCIN Frédéric, *Manuel Valls, le 9 avril, à Matignon*, publié dans *Libération* le 13 avril 2016.

En effet, Frédéric Stucin raconte un portrait rapide et tendu, réalisé dans des conditions compliquées. L'interview ayant débordé, le Premier Ministre n'avait pas de temps à accorder au portrait, et la tension était palpable aussi bien chez Manuel Valls que chez son directeur de la communication. Concentré sur autre chose, le Premier Ministre s'est permis des remarques sur la direction du photographe. Le contexte de réalisation de ce portrait nous permet d'illustrer l'impact des tensions exercées pendant la prise de vue sur l'attitude et l'expression de la personne photographiée.

Mathieu Zazzo, au contraire, est le seul photographe qui juge que les rapports de force s'exercent surtout avec les communicants et les journalistes. Pour lui, il n'y a pas « besoin de jouer au plus fort »[56] une fois que les relations avec ces deux intervenants sont établies.

C'est pour cela que le portrait politique pour la presse est un exercice difficile. Il s'agit pour le photographe d'interagir avec le portraituré dans la quête d'un équilibre suffisamment instable pour obtenir une image juste de la personne. Or il est aisé, étant donné les contraintes imposées par la presse et par les communicants, que cet affrontement aboutisse à une domination absolue du photographe à des fins esthétiques pouvant alors perdre la personne, ou à une prise de contrôle du politique sur le photographe pour donner une vision faussée de lui-même satisfaisant son ego et son narcissisme.

C. Impact du dispositif

Pour asseoir son contrôle de la prise de vue, le photographe possède un dispositif qui joue en sa faveur. Ce dispositif en dit long sur sa façon de travailler et sur la relation qu'il parviendra à créer pendant la prise de vue. Un photographe qui se rendra sur une prise de vue uniquement avec son appareil photo n'aura pas la même prestance qu'un photographe qui arrivera avec un lourd dispositif d'éclairage.

[56] Mathieu Zazzo, entretien réalisé le 3 mai 2016.

Le dispositif d'éclairage utilisé par la majorité des portraitistes impose un certain cadre à la prise de vue. Les lumières sont dirigées, réglées, et le modèle doit se contraindre à cela. Samuel Kirszenbaum explique que :

> « Quand j'ai fait mon premier portrait de chef d'État, j'ai appelé tous mes copains photographes et c'est Jérôme Bonnet qui m'a donné le meilleur conseil. Il m'a dit de venir avec trois fois plus de matériel que le matériel dont j'avais besoin. Donc je suis arrivé avec trois fois plus de matériel et j'ai installé trois fois plus de matériel. Comme ça, on domine aussi par le dispositif. »[57]

Mathieu Zazzo explique en quoi son dispositif, à l'origine d'un choix esthétique et expressif, est devenu un moyen de maîtriser la prise de vue. Il se différencie des autres photographes rencontrés par sa vision du portrait, mais également par son dispositif.

> « C'est à double tranchant parce que quand tu arrives avec beaucoup de matériel, tout de suite tu fais professionnel. Tu crées une relation de confiance chez la personne photographiée qui se dit que si le photographe a autant de matériel, c'est qu'il sait ce qu'il fait. Quand tu arrives tout seul avec un appareil, avec la lumière disponible, soit on te prend pour un amateur, soit c'est tout l'inverse et on te dit que tu vas faire des vraies photos . (…) Ça fait partie des petits trucs. Même si à la base, ce n'était pas un truc et que je préfère vraiment travailler comme ça, mais c'en est devenu un *a fortiori*. »[58]

Au-delà de l'apport esthétique du dispositif choisi par le photographe, l'apport de ce dernier est également relationnel. C'est un argument pour que le photographe puisse asseoir sa domination sur la prise de vue.

[57] Samuel Kirszenbaum, entretien réalisé le13 avril 2016.
[58] Mathieu Zazzo, entretien réalisé le 3 mai 2016.

3. Existe-t-il un bon portrait politique de presse ?

A. Le bon portrait du commanditaire au modèle

Définir le portrait est une entreprise délicate. Il a été montré précédemment que la notion de portrait n'est pas universelle, qu'elle évolue selon les secteurs qui l'envisagent et selon les individus. Pour autant, ce mémoire aura été l'occasion de questionner ces définitions, et d'établir une typologie du portrait politique dans la presse nationale quotidienne.
Mais pour définir le portrait, il était intéressant de s'interroger sur la définition du « bon » portrait politique. On ne peut pas parler de beau portrait car la définition de ce qu'est la beauté ferait entrer en compte une nouvelle variable arbitraire. Il est plus pertinent de s'attacher au bon portrait politique qui doit un portrait juste.

Pour la presse nationale quotidienne, le bon portrait politique est évidemment un portrait techniquement correct et photographiquement équilibré qui représente une personne. Cependant, on constate que chaque directeur de service photo ponctue sa définition du bon portrait par un exemple significatif.
Pour Armelle Canitrot, le bon portrait est souvent une représentation de la personne dans son environnement, ce qui apporte des renseignements complémentaires. Cette définition du bon portrait politique s'accorde avec la ligne éditoriale du quotidien. En effet, le quotidien traite peu de politique, c'est pourquoi, il cherche peu à représenter les personnes politiques. L'exemple du bon portrait pour Armelle Canitrot est celui de migrants photographiés de dos pour le quotidien.
Pour *Le Figaro*, le bon portrait politique passera par la posture et par le regard. Il met en avant des personnalités comme Jean-Pierre Raffarin, sujet propice à la réalisation du bon portrait.
Libération et *Le Monde* se rejoignent dans leur approche du portrait et considèrent tous deux qu'un bon portrait politique est avant tout le portrait d'un moment.

Lionel Charrier dit qu'un portrait politique doit capter « la psychologie du moment » politique de la personne photographiée, et revient sur le portrait de Mohamed Nasheed réalisé par Manuel Vasquez.

Enfin, Nicolas Jimenez place le bon portrait politique au « croisement entre la période et la rencontre », et cite le portrait de fin de mandat de Jacques Chirac réalisé par Richard Dumas.

Le bon portrait est alors conditionné par le choix de l'éditeur photo du quotidien, et du potentiel de la rencontre photographique entre une personne politique et un photographe.

Fig. 61 : NEWTON Helmut, *Jean Marie-Le Pen.*

Les bons portraits selon les services photo varient en fonction des personnalités et de la ligne éditoriale du quotidien. Pour les photographes, cette définition est bien plus unanime. Les aspects techniques ne sont absolument pas évoqués, uniquement l'attitude du modèle et sa relation avec l'esthétique du photographe. Le portrait qu'ils citent majoritairement en référence du bon portrait politique est celui de Jean-Marie Le Pen par Helmut Newton.

Le bon portrait politique est défini différemment par les photographes, et varie même de l'un à l'autre. Un portraitiste et un photographe politique n'auront pas la même vision du portrait politique, et de sa justesse.

Les photographes politiques vont préférer à la représentation de la personne par le visage, plusieurs images axées sur la personne, sans qu'elles ne la représentent frontalement.

En revanche, les portraitistes pour la presse s'accordent à placer le bon portrait politique dans la captation d'un regard, d'un moment de faille du personnage politique face au photographe.

Ils s'accordent dans une même lignée exprimée par Olivier Roller de la manière suivante :

> « Faire un portrait c'est comme faire le siège d'une forteresse, et au final finir par la prendre ». [59]

Le bon portrait impliquerait donc la réussite pour le photographe à prendre quelque chose à la personne politique photographiée, que cette dernière aurait laissé échapper sans le vouloir. Il est intéressant de rapprocher cette vision de l'expression « prendre une photo », qui implique que le photographe retire quelque chose de la personne photographiée.

B. Le portrait politique pour la presse nationale quotidienne : entre rencontre et démarche

Pour comprendre le sens donné à la publication de portraits politiques dans la presse nationale quotidienne, il est important de comprendre le sens donné par les photographes et les portraitistes à la spécificité politique des portraits.
On a pu voir que l'esthétique du portrait n'était pas remise en cause par la spécificité politique de ce dernier. Cependant, cette dernière joue un rôle sur la démarche photographique.

Lorsque l'on interroge les photographes rencontrés pour savoir s'ils ont déjà travaillé pour des hommes politiques, deux visions s'imposent et s'opposent. Certains photographes comme Sébastien Calvet et Frédéric Stucin refusent de travailler pour des politiques, étant donné qu'ils travaillent pour un quotidien national, tandis que d'autres comme Samuel Kirszenbaum ou Jean-Claude Coutausse ont occasionnellement réalisé des portraits pour des hommes politiques.

[59] Olivier Roller, entretien réalisé le 12 avril 2016.

Pourtant, ils portent tous un discours semblable, selon lequel, travailler pour un parti politique n'est pas compatible avec le travail de photographe de presse :

> « Quand on fait la communication pour un parti, le point de vue s'efface pour laisser place au point de vue et au programme de ceux pour qui on bosse. Quand on bosse pour un journal, il nous appelle pour notre signature, pour notre point de vue, qu'il soit d'ailleurs compatible ou pas avec celui du journaliste qui va écrire le papier. »[60]

Pour eux, cela pose une question d'éthique et de limite. Si le photographe travaille et pour le monde politique et pour le quotidien, comment est-il identifié ? Quelles sont ses limites et comment peut-il tenir un discours ? Travailler pour un parti, ou pour une institution de l'État est incompatible avec le travail de photographe de presse.

De même, il est intéressant d'observer l'impact des opinions politiques des photographes et leurs productions photographiques. La majorité des photographes et portraitistes rencontrés sont conscients que leurs opinions et leurs convictions personnelles sont des variables qui influent sur leur perception du monde et sur leur façon de photographier. Pourtant, si certains assument avoir un engagement personnel auprès de partis politiques, ils affirment également être tout à fait capables de prendre la distance nécessaire en tant que photographes.

La plupart d'entre eux témoignent même d'une certaine curiosité à aller voir des personnes politiques avec lesquelles ils ne sont pas d'accord, car l'acte de sympathie disparaît au profit de l'acte photographique.

[60] Mathieu Zazzo, entretien réalisé le 3 mai 2016.

En revanche, Sébastien Calvet explique être engagé :

> « dans le sens où (...) on va imposer aux autres, c'est-à-dire au lecteur, une image qu'on estime, même si on ne dit pas que c'est La vérité, mais on estime que c'est la nôtre. On s'estime suffisamment engagé pour la montrer. Pour moi c'est déjà un engagement. (...) j'estime qu'avoir une carte de presse m'empêche d'avoir une carte de parti politique. Ça n'empêche pas d'avoir des points de vue, de les revendiquer et de les assumer, au contraire même. »[61]

Tout comme Olivier Roller, il semble que pour eux, l'engagement politique soit incompatible avec la fonction de journaliste pour l'un, et de photographe pour l'autre, et que « faire des images, c'est faire de la politique, c'est changer le monde »[62].

Ainsi, si l'acte photographique est une prise de parole, et la mise en avant d'un point de vue qui veut être exprimé, la photographie par le portrait ne cherche sans doute pas à changer le monde, mais plutôt à en montrer, au travers d'un regard, un aspect.

Les photographes cherchent une neutralité dans leurs propos. Ils ont une esthétique, un point de vue, et faire entrer dans leurs images leur engagement serait pour eux desservir la photographie. Se pose alors la question de la démarche. Être portraitiste pour la presse permet-il d'avoir une démarche dans son travail photographique ?

Lorsque l'on interroge les photographes rencontrés sur leur démarche, beaucoup répondent à côté de la question, en parlant davantage de la manière dont ils font une photographie et de ce que cela représente pour eux de faire de la photographie. Seul Samuel Kirszenbaum répond de façon brutale, mais lucide. D'après lui, « les conditions font qu'on ne peut pas avoir de démarche ». En effet, les cadres imposés par la photographie de presse peremttent simplement aux photographes de faire un portrait avec ce qu'il a, c'est-à-dire un regard, une lumière et peu de temps. Les portraitistes le déplorent, mais c'est la presse française et son rapport à l'image qui impose cela.

[61] Sébastien Calvet, entretien réalisé le 3 mars 2016.
[62] Olivier Roller, entretien réalisé le 12 avril 2016.

Olivier Roller est un portraitiste intéressant sur ce sujet, puisque c'est pour une question de démarche qu'il a quitté la presse. Son parcours et ses choix posent ainsi la question de l'épanouissement du photographe à travers le portrait de presse.

> « Ce qui me gênait, c'est que les gens ne faisaient pas de photo avec Olivier, ils faisaient des photos (...) avec le magazine. (...) Donc on n'avait pas un rapport honnête. Ils ne venaient pas en sachant ce que je fais et en décidant de participer à un projet. (...) Ce n'est pas par générosité, ils sont bien conscients que, dans leur stratégie de communication, il y a des choses qu'ils vont pouvoir donner et d'autres pas.
> À partir de là qu'est-ce que tu fais ? Tu ne veux pas ce qu'ils veulent te donner, tu veux autre chose, tu as peu de temps, donc finalement, il faut les taper, leur voler des choses. (...) j'avais vraiment envie de ce rapport-là d'honnêteté dans la malhonnêteté. C'est-à-dire que je leur dis que je suis un voyou et que je vais les photographier tout nu. Et les mecs me disent d'accord. »[63]

Les photographes estiment avoir des choses à dire sur les politiques car ils se sont confrontés à eux. Ils revendiquent ce qu'ils ont trouvé dans les rencontres, de la sincérité, une part cachée de la personnalité d'une personne politique, ou parfois, un individu entièrement sous contrôle auquel ils se sont heurtés. S'ils peuvent tous raconter la manière dont ils font un portrait, ce qu'ils cherchent dans cette pratique, ils ne peuvent avoir d'autre démarche que celle de photographier pour un quotidien. Samuel Kirszenbaum le dit clairement :

> « *The Family* de Richard Avedon dans le Rolling Stone [est] un sujet illustré sur quarante-six pages en photos. Qui peut faire ça aujourd'hui ? Il y a un seul magazine qui puisse le faire, c'est le New York Times Magazine, qui a d'ailleurs totalement pompé l'idée avec *Obama's people* de Nadav Kander. C'est la même chose sauf que c'est entrecoupé de publicité. (...)Ces gens-là avaient des démarches. Peut-être qu'Olivier Roller peut avoir une démarche, parce que c'est très spécifique. Quand on fait les photos pour Libération, on a trois minutes… »[64]

[63] Ibid.
[64] Samuel Kirszenbaum, entretien réalisé le 13 avril 2016.

En effet, *The Family* de Richard Avedon, comme *Obama's people* de Nadav Kander, est deux projets de portraits réalisés sur des personnes politiques. À quelques décennies d'écart, *Rolling Stone* et *The New York Times Magazine* ont fait ce choix de publier des portfolios, des projets de portraits dans leur totalité pour parler de politique à travers les hommes et les femmes qui la font.

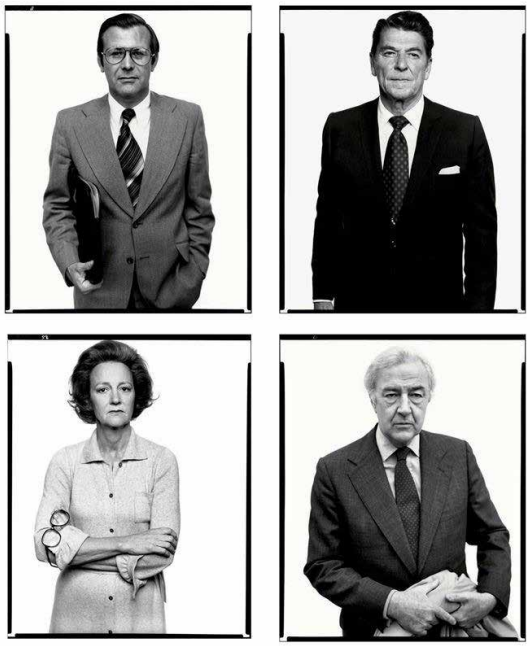


Fig. 62 à 65 : AVEDON Richard, *The Family, 1976.*

Fig. 66 à 69 : KANDER Nadav, *Obama's People,*

Dans des projets comme celui de Richard Avedon, la presse fait appel à un photographe qui possède déjà un statut, une reconnaissance, elle fait presque appel à une photographie. Ces portraits ne sont pas une simple publication pour la presse, mais un projet qui dépasse la politique, qui ne devient que l'objet d'une démarche photographique.

De même, lorsque *le New York Times Magazine* commande à Nadav Kander un projet sur les proches d'Obama, le photographe et le journal font référence au travail d'Avedon, et ne s'en cachent pas.

Samuel Kirszenbaum met en avant le fait qu'un projet de cette ampleur ne pourrait pas voir le jour dans la presse généraliste française, qu'elle soit quotidienne, hebdomadaire ou mensuelle. Pourquoi est-ce le cas ? Car si les services photo ont, pendant des années, mis en œuvre une acceptation de la photographie dans les rédactions, on constate que la photographie ne pourra jamais faire pleinement partie des quotidiens. Les quotidiens ne sont pas prêts à laisser une place de fond à la photographie.

À la question de la démarche, le portrait politique de presse n'est pas une réponse. Nous avons pu constater précédemment qu'esthétiquement, le portrait politique pour la presse est avant tout un portrait réalisé dans l'esthétique d'un portraitiste. La fonction politique n'entre pas en ligne de compte dans la plastique de l'image.
Alors pourquoi photographie-t-on les politiques ? Car leur fonction prend tout son sens dans l'intérêt et la démarche. Il faut montrer les politiques.
La presse fait appel à des portraitistes pour leur esthétique, leur patte, leur vision. Il est important de montrer aux citoyens les personnes qui les dirigent, la façon dont ils souhaitent apparaître, et la façon dont ils sont réellement.

Le point de vue des photographes est directement lié au moment de la prise de vue, et par-là, au rapport qu'ils entretiennent avec les personnes qu'ils photographient. C'est en cela que le portrait politique dénote des autres portraits publiés dans la presse. Lorsque le portraitiste photographie une star de cinéma ou de musique, la matière pour faire un portrait esthétique est dans la personne photographiée. En politique, la personne photographiée ne cherche pas à être belle, bien photographiée, elle cherche à rendre en image ce qu'elle veut bien donner.

Conclusion

Le fondement de notre réflexion sur le portrait politique dans la presse nationale quotidienne découle de l'existence ou non d'un véritable portrait politique. En premier lieu, il y a l'aspect informatif apporté par le portrait photographique sur la fonction politique elle-même, le point de vue que va porter le photographe sur cette personne. En second lieu, se pose la question de la construction du discours et de l'intention donnée par le photographe et les organes de presse aux images politiques : la manière dont l'information est délivrée au public.

La motivation première de la presse nationale dans la publication de portraits politiques réside donc dans l'information que cette image détient : le portrait montre aux publics, au travers d'une rencontre, ceux qui font de la politique. Elle lève le voile sur ces hommes et ces femmes qu'on ne connaît pas et que l'image tente de dévoiler.
De ce fait, cette volonté contribue à la mise en place d'une médiatisation et d'une personnification de la politique à travers des dirigeants et des élus. Leur charisme est mis en scène et leurs décisions et actions sont mises de côté pour laisser la place à leur paraître. En cela, le portrait politique pour la presse nationale n'est plus un simple élément informatif, mais une prise de position politique consistant à donner un point de vue sur la personne.

Alors que l'image, à travers le portrait, entre de plus en plus dans le jeu de la communication politique, cette étude aura cependant montré que les portraits politiques sont avant tout des portraits. Il semble difficile de dégager de véritables codes. Les photographes sont contactés pour leur style, et conservent leur liberté, particulièrement à travers leur

lumière, leur traitement et leur direction. Les images demeurent néanmoins contraintes par les quotidiens commanditaires du portrait, et d'autant plus par la personne politique qui, si elle ne contrôle pas la publication, contrôle entièrement ce qu'elle donne ou ne donne pas au photographe.

Il est dès lors possible de s'interroger sur le sens donné à ces portraits politiques, si ce n'est une banalisation du portrait dans la presse. Les services photo des quotidiens s'entendent sur l'importance du caractère informatif du portrait lorsque les services de communication y projettent un exercice médiatique fort. Les photographes, quant à eux, s'assument comme des artisans au service d'un journal, comme des acteurs privilégiés à qui le quotidien confie la mission de présenter un point de vue sur la personne politique. L'enjeu photographique que représente le politique est celui d'une relation forte, d'une prise de pouvoir des acteurs de la prise de vue l'un sur l'autre.
Les photographes s'accordent à dire que la presse ne permet pas d'avoir une démarche à proprement parler. Réaliser un portrait politique pour le compte d'un quotidien empêche de structurer la construction d'un travail sur la durée. Mais ces contraintes extérieures imposées au photographe posent alors la question de la valeur du portrait de presse : celui-ci n'est-il qu'un matériau porteur d'information ?

Si tel est le cas, on peut se demander si cette démarche est en accord avec l'utilisation même du genre du portrait. Le poids de la politique allié à celui des contraintes de la presse semble en effet dénaturer le portrait et le conduire à se perdre dans sa démarche.

Les directeurs photo des quotidiens ont conscience du poids de la réalité économique difficile de la presse sur leur travail et savent qu'ils doivent s'adapter, notamment face à la mutation numérique imposée à la plupart des rédactions. Mais alors que cette révolution numérique est amorcée, la question des diminutions de budget pèse aussi sur les photographes. Pour l'instant, aucun modèle économique viable n'est envisageable pour la

photographie de presse sur internet, ni pour les services photo, ni pour les photographes. Les services photo doivent faire face à une grande quantité d'images publiées et visibles peu de temps, sur des maquettes pour l'instant inexistantes. Les journaux américains comme le *New York Times* ou *The Guardian* sont parfois cités en exemple puisque leur transition Web a entraîné de nombreux licenciements, surtout chez les journalistes, emplois aujourd'hui remplacés par l'embauche de professionnels plus adaptés aux besoins d'un journal numérique. Mais les journaux français ne sont pas prêts à opérer cette transition, alors même qu'ils la redoutent.

Ainsi, se pose la question de l'évolution de la place de la photographie dans une presse quotidienne nationale qui a du mal à dessiner son schéma futur. On peut cependant s'interroger sur la manière dont le portrait photographique pourrait trouver dans l'information instantanée sur le Web, une nouvelle manière de s'affirmer. Comment pourrait-on alors envisager un portrait politique de presse qui puisse faire partie d'un fond plus que d'une illustration ?

Bibliographie

Ouvrages généraux sur la photographie et le portrait :

- AUBENAS Sylvie, BIROLEAU Anne (sous la direction de), *Portraits / Visages 1853 – 2003*, Paris, Éditions Gallimard, Éditions Bibliothèque nationale de France, collection « Galerie de Photographie », 2003, 183p.
- FREUND Gisèle, *Photographie et société*, Paris, Éditions du Seuil, 1974, 224p.
- GOMBRICH Ernest Hans,*Histoire de l'art,* traduit de l'anglais par J. Combe, C. Lauriol et D. Collins, Paris, Editions Phaidon, 2006, 1046p.
- KOZLOFF Max, *Le jeu du visage, Le portrait photographique depuis 1900,* traduit de l'anglais par Philippe Mothe, Paris, Editions Phaidon, 2008, 335p.
- BENJAMIN, Walter, *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique,* traduit de l'allemand par Lionel Duvoy, Paris, Éditions Allia, 2011, 94p.

Ouvrages contemporains sur le portrait :

- ANGIER Roswell, *Ouvrez l'oeil, une introduction pratique et théorique au portrait*, traduit de l'anglais par Robert Pinto et Catherine Bard, Singapour, Édition originale Train your gaze, 2007, Paris, Éditions La Compagnie du Livre, 2008, 216p.
- BAQUE Dominique, *Photographie plasticienne, l'extrême contemporain*, Paris, Éditions du Regard, 2004, 287p.
- EWING William A., *Faire faces, le nouveau portrait photographique* (*Face : The New Photographic Portrait*), traduit de l'anglais par Nathalie Herschorfer et Joël Vacheron, Londre, Editeur original : Thames & Hundson, Singapour, Editions Actes Sud, 2006, 229p.
- NEHR Eric, *Portraits*, Paris, Filigranes Éditions, 2004, 29p.

La Politique et la Photographie :

- BAQUE Dominique, *Pour un nouvel art politique, de l'art contemporain au documentaire*, Paris, Flammarion, 2004, 317p.
- COUTAUSSE Jean-Claude, SCHNEIDER Vanessa, *L'énigmatique monsieur Hollande, Dans les coulisses de l'Élysée*, Barcelone, Éditions Stock, 2015, 128p.
- FRANCESCHI, *Et puis s'en vont...,* Marseille, Éditions Parenthèses, 2007, 240p.
- GOUREVITCH Jean-Paul, *L'image en politique, de Luther à Internet et l'affiche au clip*, Paris, Hachette Littérature, 1998, 247p.
- MIQUEL Pierre, *Le pouvoir et l'artiste*, Paris, Belfond, 1994, 254p.

Ouvrage sur la presse et le photojournalisme:

- COLO Olivia, ESTEVE Wilfried, JACOB Mat, Photojournalisme, à la croisée des chemins, Italie, Éditions Marval et CDF, 2005, 221p.
- GERVAIS Thierry, MOREL Gaëlle, *La fabrique de l'information visuelle, photographies et magazines d'actualités*, Italie, Éditions textuelles, 2015.

Mémoires, thèses et doctorats :

- BOULICAULT Camille, *L'autoportrait parodique féminin,* Mémoire de fin d'études et recherche appliquée en Photographie (sous la directionde M. MAINDON Franck), Saint-Denis, ENS Louis-Lumière, 2005, 101p.
- OUVRAY Enguerrain, *La Photographie comme outil du président sous la cinquième république*, Mémoire de fin d'études et recherche appliquée en Photographie (sous la direction de Mme DENOYELLE Françoise), Saint-Denis, ENS Louis-Lumière, 2010, 116p.
- PAWALK Martyna, *Séries de portraits photographiques, présence et singularité de l'individu parmi les autres*, Mémoire de fin d'études et recherche appliquée en Photographie (sous la direction de M. CAUDROY Christophe), Saint-Denis, ENS Louis-Lumière, 2012, 121p.
- VERA Adolfo, *L'image politique : art et disparition*, Thèse de doctorat en Philosophie esthétique (sous la direction de M. DECOTTE Jean-Louis), Saint-Denis, Paris 8,

Articles de magazines :

- DELPORTE Christian, *Images et politique en France au Vingtième Siècle*, Paris, Nouveau Monde, 2006, 490p.

  GOFFAUX Catherine, *L'imagerie politique, candidats en campagne*, in Photographies Magazine, n°67, mai, 1995.
- MOUCHON Jean, *Médiatisation de la communication politique et logiques structurantes*, Mots / Les langages du politique, n°20 La Politique à la télévision, septembre 1989, pp.43-56.
- DELPORTE Christian, MOLLIER Jean-Yves, SIRINELLI Jean-François, *Comment les présidents sont devenus «people»,* L'Histoire, n°329, mars 2008, p.14.

Sources internet :

- CHERMETTE Myriam, *Le succès par l'image ? Heurs et malheurs de politiques éditoriales de la presse quotidienne,* Études photographiques, n°20, mis en ligne en juin 2007, consultée le 25/02/2016, URL : https://etudesphotographiques.revues.org/922
- CUSSET François, *Critique des années Mitterrand,* in Le Monde, 09 mai 2011, consulté le12/04/2016, URL : http://www.lemonde.fr/idees/article/2011/05/09/critique-des-anneesmitterrand_1519153_3232.html
- GINTRAND Franck, Petite histoire de la pipolisation politique : du tabou de la vie privée à l'ère des scandales, Le fil de l'opinion, paru le 10 décembre 2011, consulté le 12/05/2016, URL : http://lefildelopinion.com/2011/12/10/petite-histoire-de-la-pipolisation-politique-du-tabou-de-la-vie-privee-a-lere-du-grand-deballage-et-des-scandales/#.VzpWu_mLS03

Sites divers :

- ART DB: http://www.artdb.com/fr/theme/le-portrait-d-apparat/onglet/1
- La Croix : *http://www.la-croix.com/*
- Le Figaro : http://www.lefigaro.fr/
- Le Monde : *http://www.lemonde.fr/*
- Libération : http://www.liberation.fr/
- ACPM: http://www.acpm.fr/Chiffres/Diffusion/La-Presse-Payante/Presse-Quotidienne-Nationale

Podcast :

- EUROPE 1, *Europe 1 social club,* présenté par Frédéric Tadéi, émission du 24 avril 2016, 1h35, consulté le 24 avril 2016, URL : http://www.europe1.fr/emissions/europe-1-social-club/europe-1-social-club-250416-2729632
- EUROPE 1, *Europe 1 social club,* présenté par Frédéric Tadéi, émission du 21 mars 2016, 1h35, consulté le 24 avril 2016, URL : http://www.europe1.fr/emissions/europe-1-social-club/europe-1-social-club-210316-2699497
- FRANCE INTER, *La photo politique avec les photographes Denis Rouvre et Jean-Claude Coutausse,* Images Sonores, émission du 29 juillet 2012, 6 min, URL : http://www.franceinter.fr/emission-images-sonores-la-photo-politique-avec-les-photographes-denis-rouvre-et-jean-claude-coutaus

Films et séries :

- *Baron noir* de Eric Benzekri et Jean-Baptiste Delafon, Création Originale CANAL +, Série politique, Saison 1, Format de 52 minutes, 2016, France.
- *House of Cards* de Beau Willimon, Création Originale NETFLIX, Série politique, Saison 1 à 4, Format 55 minutes, 2013-2016, Etats-Unis
- *La Conquête* de Xavier Durringer, Comédie Dramatique, Biopic, 1h 45min, 2011, France.
- Le promeneur du champ de Mars de Robert Guédiguan, Film historique, 1h 57min, 2005,
- France.
- *L'exercice de l'État* de Pierre Schoeller, Drame, 1h 52min, 2011, France.
- *Une partie de campagne* de Raymon Depardon, Palmeraie Productions,Documentaire, 90 minutes, 2002, France.

Table des illustrations

p. 13 **Fig. 1 :** ANONYME : *Jean II Le Bon, roi de France (1319-1364)*, détrempe à l'œuf sur enduit de plâtre, milieu du XIVe siècle, 60 × 44.5 cm, Musée du Louvre (Dépôt de la BNF), Paris.
Sourcre : http://www.louvre.fr/oeuvre-notices/jean-ii-le-bon-roi-de-france-1319-1364

p. 13 **Fig. 2 :** CLOUET Jean : *Portrait de François Ier, roi de France (1494-1547),* huile sur bois, vers 1530, 96 x 74 cm, Musée du Louvre, Paris.
Source : http://www.louvre.fr/oeuvre-notices/le-portrait-de-francois-ier-roi-de-france-1494-1547

p. 13 **Fig. 3 :** *VELASQUEZ Diego : Portrait d'Innocent X,* peinture à l'huile, 1650, 140 x 120 cm, , in Wellington Museum, Galerie Doria-Pammphilj, Rome.
Source : http://passeurdarts.com/portrait-du-pape-innocent-x-diego-velasquez/

p. 15 **Fig. 4 :** NADAR Félix : Victor Hugo, négatif verre au collodion humide, 1884, 110x220mm, Musée d'Orsay, Paris.
Source : http://www.musee-orsay.fr/fr/collections/catalogue-des-oeuvres/notice.html?nnumid=65572

p. 15 **Fig. 5 :** DISDERI Eugène : Baron Adolphe de Rothschild, tirage sur papier albuminé d'après négatif sur verre au collodion humide, 1858, 200 x 230 mm, Bibliothèque nationale de France, Département des Estampes et de la photographie, Paris.
Source : http://expositions.bnf.fr/portraits/grand/017.htm

p. 16 **Fig. 6 :** DUCHENNE DE BOULOGNE Guillaume-Benjamin-Amand, *expériences électro-physiologiques,* pl. 6, 1865
Source : http://www.artnet.com/artists/guillaume-benjamin-amand-duchenne-de-boulogne/past-auction-results

p. 17 **Fig. 7 :** Divers photographes (contretypes réalisés par Carl Dammann), *Hinter-Indien,* épreuves sur papier albuminé, 8 phot. sur carton 47,5 x 62,4 cm, BnF, département des Cartes et Plans, Société de géographie.
Source : http://expositions.bnf.fr/socgeo/grand/199.htm

p. 17 **Fig. 8 :** ANONYME**,** *Mr. Courtier,* 17 février 1902.
Source : http://expositions.museedelaphoto.fr/regardeur/ficheeleve.php?id_anim=33

p. 18 **Fig. 9 :** SANDER Auguste, *The notary*, gelatin silver print on paper, 1924, printed 1990, Tate and National Galleries of Scotland.
Source : http://www.tate.org.uk/art/artworks/sander-the-notary-al00147

p. 18 **Fig. 10 :** SANDER Auguste, *Jockey,* gelatin silver print on paper, c. 1930, printed 1990, Tate and National Galleries of Scotland.
Source : http://www.tate.org.uk/art/artworks/sander-jockey-al00029

p. 18 **Fig. 11 :** SANDER Auguste, *Vagrants,* gelatin silver print on paper, 1929, printed 1990, Tate and National Galleries of Scotland.
Source : http://www.tate.org.uk/art/artworks/sander-vagrants-al00100

p. 21 **Fig. 12 :** Arbus Diane, *Child with a toy hand,* N.Y.C, 1962.
Source : http://www.jeudepaume.org/pdf/DossierEnseignants_Arbus.pdf

p. 21 **Fig. 13 :** BREUKEL Koos, *Cosmetic View #5.*
Source : http://koosbreukel.com/

p. 22 **Fig. 14 :** BELIN Valérie, Untitled, Models I, 2001.
Source : http://valeriebelin.com/works/2001-models-1

p. 22 **Fig. 15 :** DJIKSTRA Rineke, Kolobrzeg, Pologne, 26 juillet 1992, C-Print, Courtesy Martian Goodman Gallery, New York, Paris.
Source : http://www.jeudepaume.org/indexphp?page=document&idArt=34&idDoc=21

p. 22 **Fig. 16 :** AZIZ ET CUCHER, *Lynn,* Dystopia, C-Print, 50 x 40''.
Source http://www.azizcucher.net/project/dystopia

p. 22 **Fig. 17 :** NEHR Eric, *Portraits.*
Source : http://www.galerieannebarrault.com/eric_nehr/

p. 24 **Fig. 18 :** RIGAUD Hyacinthe, *Louis XIV en costume sacré,* 1701, huile sur toile, 277 x 194 cm, Musée du Louvre, Paris.
Source : http://www.louvre.fr/oeuvre-notices/louis-xiv-1638-1715

p. 24 **Fig. 19 :** VIGEE-LE-BRUN Elisabeth-Louise, *Marie-Antoinette et ses enfants,* huile sur toile, 1787, 275 x 215 cm, Musée national du château de Versailles.
Source : http://www.grandpalais.fr/fr/article/oeuvres-commentees-delisabeth-marie-antoinette-et-ses-enfants

p. 24 **Fig. 20 :** INGRES Jean-Auguste Dominique, *Napoléon Ier sur le trône impérial,* huile sur toile, 1806, 2,6 x 1,63 m, Musée de l'Armée, Paris.
Source : http://mini-site.louvre.fr/ingres/1.7.2.1.2_fr.html

p. 25 **Fig. 21 :** ANONYME, *René Coty.*
Source : http://www.ladocumentationfrancaise.fr/droit-institutions/portraits-officiels-des-presidents-de-la-republique

p. 25 **Fig. 22 :** LARTIGUE Jacques-Henri, *Valéry Giscad d'Estaing.*
Source : http://www.ladocumentationfrancaise.fr/droit-institutions/portraits-officiels-des-presidents-de-la-republique

p. 30 **Fig. 23 :** BURSON Nancy, *Warhead I,* Gelatin silver print, 1982, 19,3 x 19,2 cm, The Met, New York.
Source : http://www.metmuseum.org/art/collection/search/266955

p. 30 **Fig. 24 :** DAVID Jiri, *No Compation, 2002.*
Source : https://vpristoupilova.wordpress.com/2010/12/02/jiri-david/

p. 30 **Fig. 25 :** ROLLER Olivier, *François, Représentant,* in Figures du pouvoir.
Source : http://www.olivierroller.com/pages/politiques.html

p. 30 **Fig. 26 :** ROLLER Olivier, *Marine, Représentant,* in Figures du pouvoir.
Source : http://www.olivierroller.com/pages/politiques.html

p. 40 **Fig. 27 :** Quantité de portraits publiés par mois par quotidien en volume

p. 41 **Fig. 28 :** Quantité de portraits publiés sur les mois de novembre et décembre 2015 dans chaque quotidien.

p. 44 **Fig. 29 :** Quantité de portraits politiques produits et achetés par La Croix.

p. 44 **Fig. 30 :** Quantité de portraits politiques produits et achetés par Le Figaro.

p. 44 **Fig. 31 :** Quantité de portraits politiques produits et achetés par Le Monde.

p. 44 **Fig. 32 :** Quantité de portraits politiques produits et achetés par Libération.

p. 47 **Fig. 33 :** Quantité de portraits posés ou de reportage publiés en novembre et décembre 2015 dans chaque quotidien.

p. 51 **Fig. 34** : Une de La Croix du 14 décembre 2015
Source : Corpus

p. 51 **Fig. 35** : Une du Figaro du 14 décembre 2015
Source : Corpus

p. 51 **Fig. 36** : Une du Monde du 13 et 14 décembre 2015.
Source : Corpus

p. 51 **Fig. 37** : Une de Libération du 14 décembre 2015.
Source : Corpus

p. 62 **Fig. 38 :** CAUPEIL Edouard, *Jean-Pierre Raffarin,* paru dans Le Monde le 17 décembre 2015.
Source : Corpus

p. 62 **Fig. 39 :** CAUPEIL Edouard, *André Comte-Sponville,* paru sur libération.fr le 26 octobre 2015
Source : http://next.liberation.fr/livres/2015/10/26/tendre-vers-le-fini_1408967

p. 62 **Fig. 40 :** CAUPEIL Edouard, *Roland Auzet,* paru sur libération.fr le 14 février 2016.
Source : http://next.liberation.fr/musique/2016/02/14/roland-auzet-dans-la-multitude-des-chants_1433304

p. 62 **Fig. 41 :** SWIRC Patrick, *Bernard Cazeneuve,* paru dans Libération le 12 novembre 2015.
Source : Corpus

p. 62 **Fig. 42 :** SWIRC Patrick, *Martin Scorsese*
Source : http://www.swirc.com/portfolio/martin-scorsese/

p. 62 **Fig. 43 :** SWIRC Patrick, *Damien Saez,* paru sur télérama.fr le 24 novembre 2012.
Source : http://www.telerama.fr/musique/damien-saez-nous-sommes-coinces-entre-culture-et-consommation,89761.php

p. 63 **Fig. 44 :** ZAZZO Mathieu, *Laurence Tubiana*, paru dans Libération le 17 décembre 2015.
Source : Corpus

p. 63 **Fig. 45 :** ZAZZO Mathieu, *Alain Juppé,* paru sur lemonde.fr le 26 août 2015.
Source : http://www.lemonde.fr/politique/article/2015/08/26/alain-juppe-oui-j-ai-envie-d-etre-aime_4737107_823448.html

p. 65 **Fig. 46 :** TROUDE Laurent, *Philippe Emery,* publié dans Libération le 3 décembre 2015.
Source : Corpus

p. 65 **Fig. 47 :** TROUDE Laurent, Pascal Blanchard
Source : http://www.divergence-images.com/laurent-troude/reportages/pascal-blanchard-LT0356/pascal-blanchard-ref-LT0356002.html

p. 66 **Fig. 48 :** KIHN Fred, *Cécile Duflot,* publié dans Libération le 16 décembre 2015.
Source : Corpus

p. 66 **Fig. 49 :** KIHN Fred, *François Laborde*, publié sur libération.fr le 23 mai 2013.
Source : http://www.liberation.fr/france/2013/05/23/francoise-laborde-la-nounou-de-la-laicite_905173

p. 66 **Fig. 50 :** KIHN Fred, Nathalie *Nougayrède,* publié sur libération.fr le 16 septembre 2013.
Source : http://www.liberation.fr/ecrans/2013/09/16/le-monde-doit-rayonner-encore-plus_932382

p. 66 **Fig. 51 :** CAUPEIL Edouard, *Eva Joly*, publié dans Libération le 19 décembre 2015.
Source : Corpus

p. 66 **Fig. 52 :** CAUPEIL Edouard, *Alice Taglioni,* publié sur libération.fr le 18 février 2016.
Source : http://next.liberation.fr/cinema/2016/02/18/alice-taglioni-la-renaissance_1434356

p.66 **Fig. 53 :** CAUPEIL Edouard, *Chiraz Chouchane,* publié sur libération.fr le 16 mars 2016.
Source : http://next.liberation.fr/livres/2016/03/16/chiraz-chouchane-la-couronnee_1440047

p. 72 **Fig. 54 :** SANSON Thomas, *Manuel Valls à Matignon, dimanche 13 décembre,* publié dans le Monde le 16 décembre 2015.
Source : Corpus

p. 72 **Fig. 55 :** JOCARD Alain, *Nathalie Kosciusko-Morizet et Nicolas Sarkozy, lors du Conseil national du parti Les Républicains, le 7 novembre, à Paris,* publié dans le Monde le 16 décembre 2015.
Source : Corpus

p. 72 **Fig. 56 :** SANSON Thomas, *Marine Le Pen, son bras droit Florian Philippot et le maire de Hayange, Fabien Engelmann, en meeting en Moselle le 25 novembre dans une ambiance digne de Dario Argento,* publié dans le Monde le 16 décembre 2015.
Source : Corpus

p. 73 **Fig. 57 :** TROSSAT Théophile, *A Rochefort (Charente-Maritime), jeudi 8 décembre,au meeting de soutien à Virginie Calmels, la tête de liste en Aquitaine.* Publié dans le Monde le 10 décembre 2015.
Source : Corpus

p. 73 **Fig. 58 :** MORISSART Aurélien, *Aurélien, Remise du rapport sur le statut du parent délégué en présence de Najat Vallaud Belkacem et Myriam El Khomri, mardi à Paris,* publié dans Le Figaro le 11 novembre 2015.
Source : Corpus

p. 80 **Fig. 59 :** STUCIN Frédéric, Une de Libération du 13 avril 2016.
Source : Libération

p. 80 **Fig. 60 :** STUCIN Frédéric, *Manuel Valls, le 9 avril, à Matignon,* publié sur libération .fr le 12 avril 2016.
Source : http://www.liberation.fr/france/2016/04/12/manuel-valls-depuis-plus-de-trente-ans-on-me-demande-si-je-suis-de-gauche_1445774

p. 84 **Fig. 61 :** NEWTON Helmut, Jean Marie-Le Pen
Source : http://www.mensquare.com/menly/style/176413-jean-marie-pen-crois-avoir-ete-premier-avoir-porte-duffle-coat

p. 90 **Fig. 62 :** AVEDON Richard, Donald Rumsfeld, Secretary of Defense, Washington, D.C., May 7, 1976, The Family
Source : http://www.avedonfoundation.org/the-family/

p. 89 **Fig. 63 :** AVEDON Richard, Ronald Reagan, former Governor of California, Orlando, Florida, March 4, 1976, The Family
Source : http://www.avedonfoundation.org/the-family/

p. 89 **Fig. 64 :** AVEDON Richard, Katharine Graham, Chairman of the Board, the Washington Post Company, Washington, D.C., March 11, 1976, The Family
Source : http://www.avedonfoundation.org/the-family/

p. 89 **Fig. 65 :** AVEDON Richard, Eugene McCarthy, former US Senator from Minnesota, Washington, D.C., March 2, 1976, The Family
Source : http://www.avedonfoundation.org/the-family/

p. 89 **Fig. 66 :** KANDER Nadav, Hilary Rodham Clinton, 61, Obama's People
Source : http://www.nytimes.com/packages/html/magazine/2009-inauguration-gallery/

p. 89 **Fig. 67 :** KANDER Nadav, Ken Salazar, 53, Obama's People
Source : http://www.nytimes.com/packages/html/magazine/2009-inauguration-gallery/

p. 89 **Fig. 68 :** KANDER Nadav, Senator Robert P. Casey Jr., 48, Obama's People
Source : http://www.nytimes.com/packages/html/magazine/2009-inauguration-gallery/

p. 89 **Fig. 69 :** KANDER Nadav, Cass Sunstein, 54, Obama's People
Source : http://www.nytimes.com/packages/html/magazine/2009-inauguration-gallery/

Présentation de la partie pratique

Miroir de femmes politiques est un projet qui explore la représentation de la femme politique. Il est en effet possible d'interroger la manière dont, face à l'émergence des femmes sur la scène politique et dans les débats d'idées au cours des XXème et XXIème siècles, la photographie construit leur image autant qu'elle s'en joue, et parfois la déforme.

Composé de portraits photographiques de femmes politiques de tous âges, sans distinctions de postes ou d'opinions, ce projet cherche à questionner d'une part le portrait photographique politique « traditionnel », un portrait institutionnalisant où lumières et attitudes très dures mettent en scène une notion de pouvoir, et d'autre part la place de la photographie dans la construction de l'image des femmes politiques. Les femmes photographiées se rejoignent par leurs combats et leurs parcours. Quelle que soit la place qu'elles occupent sur la scène médiatique française, ce sont avant tout des femmes impliquées pour une féminité politique.

Ces images sont accompagnées d'un texte, écrit par Justine Hochemain, étudiante en première année de master Politiques Publiques à Sciences Po, mis en regard dans un livre final. Il s'agit d'une écriture fictionnelle qui unit toutes ces femmes politiques prises en photo pour interroger le rapport à l'image et la construction de cette féminité politique par le biais de la photographie.

Les portraits sont réalisés dans l'environnement personnel ou professionnel de la femme photographiée. Utilisant principalement la lumière du jour, ces derniers peuvent néanmoins être légèrement rééclairés selon les contraintes imposées par le lieu et le

moment de la prise de vue. Le dispositif de prise de vue utilisé est un appareil photo numérique, et un objectif 50 mm, objectif classique du portrait, permettant une certaine proximité avec le sujet, tout en évitant des fortes déformations.

Le portrait photographique est réalisé en amont des entretiens officieux que nous conduisons avec ces femmes pour aborder l'actualité et leurs expériences propres relatives à leur féminité tant personnelle que politique. Cette démarche permet de laisser ces femmes dans leur rôle politique, soumises à l'objectif d'une inconnue dont les intentions, bien que le projet leur ait été présenté, restent floues. La rencontre privilégiée avec ces femmes, et les échanges que nous aurons pu avoir avec elles sur leur parcours et leurs histoires personnelles, nous permettent de mettre en regard l'intimité de la discussion partagée, à l'origine d'un texte fictionnel largement inspiré de leurs témoignages, et une image contrôlée de ces femmes endurcies.

La sensibilité de l'instant partagé sera évoqué à travers des déformations optiques occasionnées par des surfaces réfléchissantes telles que des vitres et des miroirs placés selon diverses inclinaisons entre le modèle et l'objectif. Ainsi, le dédoublement et le reflet de la personne ou de son environnement sur elle-même permettent, dans une même image, d'aborder un double point de vue sur ces femmes, un reflet subjectif de ce qu'elles sont et de ce qu'elles veulent bien montrer. Leur sincérité et l'intimité des propos que nous avons pu échanger sont en paradoxe avec l'image qu'elles nous auront laissé tirer d'elles-mêmes.