

## Le photoreportage en Europe, 1920-1970 La construction de discours en images sur la guerre

[Mathieu JESTIN](#)

### RÉSUMÉ

Le photoreportage ou photojournalisme de guerre connaît son âge d'or de l'entre-deux-guerres aux années 1970, notamment en Europe occidentale. Porté par les figures mythiques des grands reporters et des magazines, il s'appuie sur l'ensemble des mutations techniques et technologiques qu'a connues la photographie depuis son invention au XIX<sup>e</sup> siècle. Un temps instrumentalisé par les régimes totalitaires, il a désormais perdu son monopole de l'image considérée comme réelle et véridique au profit d'autres médias : la télévision puis Internet. Le genre a depuis trouvé d'autres formes d'expression pour représenter la guerre, plus artistiques et fondées non plus sur l'événement en lui-même mais sur l'émotion suscitée chez son public par le regard du photographe.



Photographie prise par le colonel Meches le 12 avril 1945 à la libération du camp d'Ohrdruf (Allemagne).



Photographie de l'Agence Meurisse, illustrant le départ en 1937 d'une attaque de miliciens pendant la guerre d'Espagne. Source : Gallica <https://goo.gl/PybXbv>



Photographie prise par le capitaine Horton représentant Winston Churchill inspectant les défenses anglaises près de Hartlepool en juillet 1940. Cette photographie a ensuite été détournée par la propagande nazie de manière à présenter le Premier ministre britannique en gangster. Source : IWM <https://goo.gl/VuXSnn>



Photographie prise par Yevgeny Khaldei le 2 mai 1945 et intitulée « Le drapeau rouge sur le Reichstag ». Source : Flickr <https://goo.gl/HovBqw>

## L'émergence d'un genre dans l'entre-deux-guerres

Alors que la photographie tire parti des progrès techniques pour s'imposer progressivement à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle dans les journaux et auprès de l'opinion publique européenne, le photoreportage ne prend véritablement forme que dans l'entre-deux-guerres. Le concept du reportage photographique révolutionne alors l'information. Il s'inspire des séquences d'un autre médium naissant, le cinéma, et remplace l'écrit dans la narration d'un événement par la juxtaposition de photographies. Autour de figures et de magazines mythiques, ces documentaires en images illustrent et racontent, presque en temps réel, l'actualité. Cherchant en effet à coller au plus près de celle-ci, les photojournalistes sont en quête du scoop, du sensationnel. Marie-Claude Vogel, fille du fondateur du magazine *Vu* Lucien Vogel, rapporte ainsi dès 1933 les premières images des camps de concentration nazis. Mais c'est la guerre d'Espagne qui représente l'acmé de ce mouvement. Les clichés de Capa paraissent alors dans tous les grands magazines européens, contribuant à forger un univers commun de

représentations de cette guerre.

L'essor du photoreportage après la Grande Guerre s'explique d'abord par les évolutions des moyens de production et de reproduction amorcées au siècle précédent : appareils plus compacts comme les Leïca, Kodax ou Rolleiflex, pellicules plus performantes, apparition de la couleur, meilleure qualité de l'impression... En Europe de l'Ouest, ce médium s'appuie aussi sur l'émergence et le succès rapide des magazines d'actualité qui se démarquent de la presse traditionnelle, d'abord en Allemagne avec le *Berliner Illustrierte Zeitung* (1891) qui tire à deux millions d'exemplaires en 1930 ou le *Münchner Illustrierte Zeitung* (1923), puis en France avec *Vu* (1928) et *Match* (1936). Le photoreportage bénéficie en outre de la création de puissantes agences photographiques comme l'agence Keystone (1927) fondée par le Hongrois Garai ou l'agence Dephot (1928). Mais le genre repose surtout sur la popularité de photoreporters de renom dotés d'une aura héroïque et quasi mythique : Felix Mann, Otto Umbehre dit Umbo, Robert Capa, Germaine Krull, André Kertész, Henri Cartier-Bresson ou encore Eli Lotar. Ce nouveau modèle journalistique circule et se diffuse dans toute l'Europe, conséquence notamment de la montée des régimes dictatoriaux qui provoque l'émigration d'artistes et d'intellectuels. Ainsi, après avoir collaboré au *Münchner Illustrierte Presse* (1928-1933), le Hongrois Stefan Lorant est emprisonné par les nazis puis, une fois libéré, fonde le *Pesti Napl magazine* en Hongrie (1933) avant de s'exiler en Angleterre. Il y crée successivement les magazines *Weekly Illustrated* (1934), *Lilliput* (1937) et *Picture Post* (1938).

## Photoreportage et propagande

Discours en images, ce médium est cependant aussi rapidement récupéré et instrumentalisé par la propagande des régimes totalitaires comme outil de persuasion et de contrôle. Dans son éditorial fondateur, le magazine *SSSR na stoiïke* [*L'URSS en construction*] (1930) affirme ainsi : « La photographie doit servir le pays, non pas au gré des circonstances mais de manière constante et conformément à un projet. » Dans l'Italie fasciste, ce médium est placé sous la direction de la très puissante Luce (Union cinématographique éducative). Mais c'est dans l'Allemagne nazie que le système est poussé à son paroxysme. Expérimenté avant 1939, notamment lors de la guerre d'Espagne, le contrôle de la photographie est confié pendant la guerre à la Wehrmacht, via son « Unité de correspondants de guerre et de propagande ». La photographie est alors privée de toute valeur pour elle-même (artistique ou documentaire) et devient le support de discours permettant de légitimer l'action du régime. 3,5 millions de clichés – dont 1,4 million ont été conservés – ont ainsi été produits au cours de la Seconde Guerre mondiale par les vingt-huit services de propagande de l'armée allemande. C'est par exemple le cas des prises de vue d'Albert Cusian, membre de la *Propagandakompanie* 689 qui photographie le ghetto de Varsovie au printemps 1941 avec son collègue Ludwig Knobloch.

## De la Seconde Guerre mondiale aux années 1970

Si la Seconde Guerre mondiale voit la suppression ou la récupération par l'occupant allemand de la plupart des magazines européens, nombreux sont les photographes qui continuent leur travail dans le camp allié et qui parviennent à le diffuser. Sur le front ouest, Margaret Bourke-White, Germaine Krull, Lee Miller, Philipp Rodger ou encore Eric Schwab suivent la progression des armées alliées et assistent à la libération des camps. Leurs reportages paraissent notamment dans le magazine américain *Life*, fondé en 1936 par Henry Luce. De leur côté, Dimitri Baltermans et Yevgeny Khaldei témoignent, quant à eux, de toutes les phases et de tous les acteurs de la guerre sur le front oriental jusqu'au procès de Nuremberg. Dans l'Europe post-1945, ces clichés circulent par le biais de la presse mais aussi de l'armée. Il s'agit de sensibiliser l'opinion publique européenne à l'horreur de la guerre et de la dénoncer. Après 1945, le succès du photojournalisme ne se dément pas. Les photoreporters s'exposent toujours plus. S'ils peuvent être pris en charge – *embedded* en anglais – par une unité militaire, ils gagnent aussi en indépendance. Libres de leur travail et souvent fervents militants pacifistes, ils sont nombreux à se persuader que, visant à la neutralité, ils ne peuvent pas être victimes de la guerre. Pourtant, morts, blessés et kidnappings se multiplient. Entre 1954 et 1956, la nouvelle agence Magnum (1947) perd deux de ses fondateurs en Indochine et lors de la crise de Suez : Robert Capa (1954) et David Seymour (1956). C'est aussi à cette époque que le sens même du photoreportage se transforme. S'il tire profit du contexte international lié aux décolonisations et aux conflits de la guerre froide (Cuba, Vietnam, mur de Berlin), il en pâtit également. Du fait des choix éditoriaux, l'image recherchée devient d'abord moins choquante, plus humaniste. Il ne s'agit plus tant de marquer les esprits que de sensibiliser l'opinion publique aux grandes questions internationales. Mais surtout, les attentes du lectorat, dont la confrontation à la guerre devient moins directe, évoluent. L'événement (guerre d'Algérie, printemps de Prague) n'est plus directement placé au cœur de la fabrication du magazine mais doit refléter les

centres d'intérêt du public, tout en apaisant, ou au contraire en suscitant, ses angoisses, comme celle de la menace nucléaire.

La fin des années 1970 sonne donc le glas du photoreportage tel qu'il était apparu cinquante ans plus tôt. Il perd progressivement le monopole des images, de la transcription du réel et de la saisie de l'instant, au profit de la télévision puis d'Internet. Il est également victime des évolutions de la guerre, plus technologique, lointaine, désincarnée et dans laquelle le champ de bataille est plus diffus. Le photoreporter n'immortalise plus les combats mais en observe les conséquences. Le temps glorieux des magazines est également révolu. De nombreux titres de presse disparaissent et ceux qui subsistent font désormais la part belle aux « people ». Le genre doit alors se réinventer par l'appropriation d'autres supports (livres, expositions) et par une autre approche du temps et du rapport à l'événement, moins marquée par l'urgence.

## **BIBLIOGRAPHIE**

BARNADES, Florent, « La fin du photojournalisme de guerre ? », *Médium. Transmettre pour innover*, 2013/1, n° 34, p. 155-170.

BLONDET-BISCH, Thérèse, FRANK, Robert, GERVEREAU, Laurent *et al.*, *Voir, ne pas voir la guerre. Histoire des représentations photographiques de la guerre*, Paris, BDIC/Somogy, 2001.

KENNEDY, Liam, PATRICK, Caitlin, *The Violence of the Image : Photography and International Conflict*, Londres, I.B. Tauris. 2014.

TAVEAUX-GRANDPIERRE, Karine, BEURIER, Joëlle, *Le photojournalisme des années 1930 à nos jours. Structures, culture et public*, Rennes, PUR, 2014.

---

### **Source URL:**

<https://ehne.fr/encyclopedie/thématiques/guerres-traces-mémoires/représentations-de-la-guerre/le-photoreportage-en-europe-1920-1970>