

# Du peuple au populisme

Les couvertures du magazine communiste *Regards* (1932-1939)

Gaëlle Morel

---



### Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/etudesphotographiques/242>

ISSN : 1777-5302

### Éditeur

Société française de photographie

### Édition imprimée

Date de publication : 1 mai 2001

Pagination : 44-63

ISBN : 2-911161-09-9

ISSN : 1270-9050

### Référence électronique

Gaëlle Morel, « Du peuple au populisme », *Études photographiques* [En ligne], 9 | Mai 2001, mis en ligne le 18 novembre 2002, consulté le 09 juin 2022. URL : <http://journals.openedition.org/etudesphotographiques/242>

---

Ce document a été généré automatiquement le 9 juin 2022.

Propriété intellectuelle

---

# Du peuple au populisme

Les couvertures du magazine communiste *Regards* (1932-1939)

Gaëlle Morel

---

- 1 Au début des années 1930, le parti communiste français estime nécessaire la création d'un organe moderne de communication, d'éducation et de combat. Ainsi naît *Regards*, magazine illustré dont les couvertures s'articulent autour d'une image photographique immédiatement lisible dans les thèmes et le style employé. Mais si " la photographie de presse est un message<sup>1</sup>", en passant de la photographie d'avant-garde à la photographie humaniste, ces couvertures reflètent surtout l'expression d'une identité historique. Le médium moderne favoriserait la démocratisation du rapport à l'image tout en justifiant la portée historique du PCF dans le champ politique.
- 2 Après une brève apparition dans les années 1920<sup>2</sup>, c'est en janvier 1932 que le magazine illustré " au service des travailleurs " *Regards sur le monde du travail* (qui devient plus simplement *Regards* en septembre 1933) est de nouveau lancé sur le marché très dynamique de la presse illustrée française<sup>3</sup>. Il revendique le modèle allemand de l'*Arbeiter-Illustrierte Zeitung* (AIZ), créé en 1924 par Willi Münzenberg, responsable des éditions du parti communiste allemand. L'AIZ, d'abord mensuel puis hebdomadaire en 1926, s'affirme comme le journal illustré s'adressant aux travailleurs. Il est lui-même l'héritier du premier magazine communiste usant systématiquement de la photographie dans un but de propagande, *Sowjet-Russlant im Bild* (La Russie en images), lancé en 1921. Publiant les clichés et les photomontages des photographes constructivistes russes, ce dernier devient en 1923 *Sichel und Hammer* (La Faucille et le Marteau), puis l'AIZ en 1924<sup>4</sup>.
- 3 L'AIZ se veut l'indispensable contrepoids à une presse bourgeoise mensongère<sup>5</sup>, ennemie du prolétariat, et donne à voir le monde ouvrier tout en insérant dans ses pages les photographies des Associations de photographes ouvriers (APO), organisées par Münzenberg sur le modèle soviétique<sup>6</sup>. Y collaborent entre autres le Français Henri Barbusse et le Russe Maxime Gorki, que l'on retrouve au comité directeur de *Regards sur le monde du travail*. Dès le début de la parution [p. 45] du magazine français, la référence à l'AIZ est présente et, à l'occasion d'une exposition parisienne des oeuvres de John Heartfield, l'un de ses photomontages, paru dans l'AIZ en février 1935 est reproduit en

couverture le 25 avril 1935 (fig. 1. Couverture de *Regards* du 25 avril 1935, photomontage de J. Heartfield). *Regards* reprend également l'idée des APO, et prodigue régulièrement des conseils à ses lecteurs " prolétaires et photographes ".

- 4 Si le PCF contrôle et gère financièrement le périodique, il le confie aux compagnons de route du Parti, comme en témoigne son comité directeur composé de personnalités reconnues : André Gide, Romain Rolland, Henri Barbusse, Maxime Gorki, Charles Vildrac, André Malraux, Eugène Dabit, Isaac Babel ou encore Vladimir Pozner. Tous revendiquent un intérêt pour l'idéologie marxiste, mais seuls Barbusse et Pozner sont membres du parti communiste français, les Russes Gorki et Babel appartiennent tous deux au parti soviétique<sup>7</sup>.
- 5 Aux côtés des signataires prestigieux, des membres du PCF présentés comme de simples journalistes s'occupent du mensuel : en 1934, Georges Sadoul est nommé responsable de *Regards*<sup>8</sup>, et à partir de 1935, Léon Moussinac dirige le magazine. Ce dernier appelle Pierre Unik (qui rompt avec le surréalisme en 1932) à la rédaction en chef. Et en 1937, Moussinac fait appel au peintre communiste Édouard Pignon pour la conception de la mise en page<sup>9</sup>.
- 6 Cette "absence" de revendication partisane dans les pages du magazine (aucun homme politique n'écrit jamais dans *Regards*) s'inscrit dans la politique du Parti communiste français de l'époque, celui qui souhaite s'attacher les services d'intellectuels sympathisants non communistes, désireux de se retrouver dans les combats menés par le Parti. Depuis 1924, les adhésions souffrent d'une baisse constante, et les élections de 1932 s'avèrent un véritable échec. Le PCF cherche alors à rassembler le plus largement possible, notamment des intellectuels capables d'apporter un certain crédit à la cause prolétarienne et d'obtenir le soutien des classes moyennes. Cette ouverture a pour corollaire le risque de compromettre sa spécificité de parti ouvrier, et les dirigeants communistes tentent alors de remédier à ce décalage en entretenant des relations avec les intellectuels sur le terrain de la notoriété et de la compétence, et non du pouvoir politique. La création de *Regards* participe de la volonté de fédérer des énergies capables de faire sortir le PCF de l'isolement dans lequel il stagne. Alors que la III<sup>e</sup> Internationale, avant même le Congrès de Tours de 1921, impose que " tous les organes de la presse du Parti doivent être rédigés par des communistes sûrs, ayant prouvé leur dévouement à la cause du prolétariat<sup>10</sup> ", les dirigeants communistes français mettent à la disposition des intellectuels des publications dont ils règlent avec soin le degré d'autonomie.
- 7 Dans un marché de la presse illustrée en pleine ébullition, la taille importante de l'hebdomadaire et le choix des photographies de couverture doivent assurer la portée de l'idéologie, puisque les symboles communistes les plus connus, comme la faucille et le marteau, ne s'affichent pas dans la revue. Le mode de transmission du message politique s'appuie alors sur [p. 46] la croyance d'une masse laborieuse à éduquer : par la présence de l'image, il s'agit d'attirer un lectorat jugé peu sensible à la presse non illustrée.
- 8 La revue devient bimensuelle en décembre 1932, puis hebdomadaire en janvier 1934. En février 1934, l'héliogravure remplace la similigravure, ce qui permet d'abaisser le prix de l'impression photographique. C'est donc un magazine richement illustré de photographies noir et blanc et de bonne qualité rédactionnelle (avec des articles des membres du comité directeur, mais aussi d'Ilya Ehrenbourg, Paul Nizan ou encore Georges Sadoul) qui est proposé comme instrument de lutte politique efficace, au prix

de un franc le numéro. En concurrence avec d'autres magazines illustrés, et notamment avec le très célèbre *Vu*<sup>11</sup>, créé et dirigé par Lucien Vogel depuis 1928, dont il copie la mise en page, *Regards* cherche à se démarquer par son engagement déclaré auprès d'une classe sociale modeste. Alors que *Vu* disparaît en 1938, *Regards* paraît pour la dernière fois avant-guerre, le 28 septembre 1939. C'est en effet à la suite du pacte germano-soviétique qu'Édouard Daladier interdit toute la presse communiste, qui compte alors quatre-vingts journaux nationaux et régionaux<sup>12</sup>.

Avant le Front populaire

- 9 Les différents thèmes abordés par la revue concernent pour la plupart la politique intérieure et extérieure, et présentent avec un soin particulier la situation en URSS sur le mode de la comparaison avec la situation française (présentation de livres, de films, de la vie quotidienne, du sport...). Que ce soit sous forme de reportages, d'interviews ou d'analyses, les sujets traitent aussi bien de l'artisanat, de la paysannerie, du monde du travail, de la culture (cinéma, littérature), de sport ("prolétarien"), de la santé publique, des fêtes populaires, de la femme et de l'enfant.
- 10 L'utilisation de la photographie de couverture est envisagée comme support moderne favorisant la prise de position politique. Dans les premières années, le médium correspond aux aspirations de la classe intellectuelle, qui attend un engagement de la part de la classe laborieuse. Souhaitant que "la reproduction de masse amène la reproduction des masses<sup>13</sup>", la photographie et le slogan qui l'accompagne sont chargés de mobiliser une couche sociale déterminée dans la lutte primordiale du début des années 1930 : l'antifascisme. C'est d'ailleurs autour de ce combat que se réunissent régulièrement les membres du comité directeur, ainsi que d'autres intellectuels, au sein de diverses associations ou comités. Ainsi, la lutte contre le fascisme mobilise d'abord les intellectuels français, qui par l'organisation de différentes manifestations, contribuent largement à la formation d'alliances entre les forces politiques de gauche<sup>14</sup>.
- 11 S'ajoute à ces initiatives le changement de conduite du Parti, qui, au début des années 1930 met fin aux attaques constantes contre l'intelligentsia qui primaient dans les années 1920. En invitant les intellectuels à figurer en bonne place parmi les classes exploitées, le PCF se distingue ainsi des autres partis communistes. À la suite des manifestations du 6 février 1934, un mouvement intellectuel se met à la disposition des organisations ouvrières : c'est le Comité [p. 47] de vigilance des intellectuels antifascistes, au sein duquel toutes les grandes familles de gauche sont symboliquement représentées. Lors de sa formation, le Front populaire est alors assuré de la bienveillance d'une pléiade d'intellectuels. En prenant garde de ne pas rappeler la paternité communiste de ces différents mouvements, *Regards* se fait régulièrement l'écho des combats menés par les membres de son comité directeur. Cherchant à s'inscrire dans l'histoire par leur engagement antifasciste, puisque : "écrire l'histoire fait partie de l'action de faire l'histoire<sup>15</sup>", ces différentes personnalités posent parfois en couverture de la revue, dans des attitudes conventionnelles (assisés à leur bureau, s'adressant à la foule...).
- 12 Dans le contexte qui précède le Front populaire, la définition de l'antifascisme communiste, en s'appuyant sur la "tactique classe contre classe" reprise par le magazine au travers des couvertures, assimile la lutte contre Mussolini, Hitler, le colonel de la Roque et plus tard Franco, au combat contre le capitalisme et ses avatars, la guerre et le colonialisme. Le fascisme est d'abord perçu comme une attaque faite aux

travailleurs, dont les représentations répondent à des codes iconographiques spécifiques.

- 13 À l'aide de préceptes avant-gardistes, les couvertures de *Regards* affichent des portraits de travailleurs en lutte illustrés par de nombreux photomontages et contre-plongées. Au contraire, ce sont des photographies de reportage classique qui illustrent l'intérieur du magazine. Cette différence de traitement entre la une et le contenu démontre l'importance attribuée à la couverture en tant qu'élément mobile de l'affichage urbain. En posant le soldat soviétique et le jeune travailleur comme référents incontournables dans une image qui appelle à l'action, la revue fait ainsi oeuvre de propagande. Le message induit par le slogan qui accompagne la photographie doit être univoque et immédiatement perceptible.
- 14 Dans les années 1920, le triangle Moscou-Berlin-Paris est chargé d'assurer les rencontres entre les différents artistes engagés dans le combat révolutionnaire ; Müntzenberg, assure l'organisation des relations bilatérales entre la France et l'Allemagne. Les oeuvres et les idées circulent entre les trois pays, toujours supervisées par Moscou, par l'intermédiaire de l'Internationale communiste (IC). D'autre part, les revues et quotidiens communistes ou philocommunistes français publient régulièrement les oeuvres, caricatures et illustrations d'artistes soviétiques et allemands. C'est le cas de *Clarté* (rebaptisé *Monde* à la fin des années 1920), de *L'Humanité* ou encore de la revue *Cahiers d'art* fondée en 1926, qui diffuse les théories et les expérimentations du Bauhaus. Enfin, des revues allemandes telles que l'*AIZ* ou *Objet-Viechtch-Gegenstand* éditée à Berlin, ou encore la revue photographique soviétique *La Russie au travail* sont distribuées à Paris<sup>16</sup>. Aussi, en ce début des années 1930, n'y a-t-il rien d'étonnant à ce que le magazine communiste, bien que tardivement, tente d'affirmer son identité par le biais d'images photographiques formellement proches de celles produites par les tenants du constructivisme et de la Nouvelle Vision.
- 15 *Regards* devient l'un des premiers supports français dans lequel la photographie peut se mettre au service du [p. 48] communisme. Jouant le même rôle que l'affichage urbain, puisque vendue en kiosque et dans la rue par les militants, le périodique offre un nouvel espace cohérent pour faire de la photographie une arme utilitaire. Parfois indépendante du contenu éditorial, la couverture met en place une rhétorique, dont la séduction formelle s'appuie sur des slogans simples chargés de renforcer la lisibilité de l'image. Il s'agit d'interpeller le lecteur et d'arriver à une compréhension immédiate en mêlant histoire des événements et imaginaire de la création.
- 16 Il en découle une recherche de symboles, nécessaires à toute propagande. Pour *Regards*, la symbolisation régulière du poing levé, parfois détaché de la personne à qui il appartient, agit comme attribut des forces révolutionnaires de gauche<sup>17</sup> (fig. 2. Quatrième de couverture de *Regards* du 2 mai 1935, photographie anonyme). Sur le modèle de la propagande soviétique, le magazine cherche à mobiliser en provoquant un certain enthousiasme dans le combat antifasciste, indissociable de la lutte des classes. La représentation du héros antifasciste passe donc par un certain nombre de qualités qu'il faut mettre en valeur, en insistant sur les symboles évidents de l'appartenance à la classe sociale " élue<sup>18</sup> ". L'antifascisme devient dès lors un prétexte pour ériger le travailleur en modèle.
- 17 Exception faite des chefs fascistes et de quelques hommes politiques français, la classe prolétarienne constitue la seule classe sociale photographiée. Reconnaissables à leur tenue de travail, l'ouvrier et le paysan restent anonymes, tout comme l'auteur de la [p.

49] photographie ou du photomontage (selon la vertu marxiste qui demande à l'auteur de s'effacer derrière sa production). Mais la glorification des opprimés ne revient-elle pas à magnifier le système qui fait d'eux ce qu'ils sont? *Regards* est donc confronté à cette difficulté qui réside dans les choix iconographiques à effectuer pour interpréter la dialectique marxiste dans le discours communiste. Si le travail est la seule richesse que possède la classe prolétarienne, il participe aussi de l'aliénation capitaliste qui l'écrase. Une dichotomie s'instaure alors dans les couvertures : le travailleur antifasciste (et donc anticapitaliste) n'est jamais montré à la tâche, mais il profite de sa dynamique corporelle et de ses outils pour casser la croix gammée nazie à l'aide de photomontages explicites (fig. 3. Couverture de *Regards* de mai 1933, photographie anonyme). Cependant, si dans ces premières années, de rares photographies présentent l'ouvrier, l'artisan ou le paysan à l'ouvrage, aucune n'a pour ambition de le montrer en tant qu'acteur de la lutte communiste : il s'agit de portraits, de photographies de reportage, qui insistent sur son savoir-faire et non sur l'écrasement dont il est victime (fig. 4. Quatrième de couverture de *Regards* du 6 février 1936, photographie anonyme). Ce type d'iconographie va d'ailleurs largement se développer une fois la coalition de Front populaire au pouvoir.

- 18 Devenue au cours des années 1930 un véritable enjeu politique, la représentation du sportif participe de la même manière à l'idéalisation du combattant. L'analogie entre sportif "prolétarien" et guerrier politique met en oeuvre une rhétorique de la force et de la santé, et une métaphore de l'excellence politique, alors très présente en Union soviétique (fig. 5. Couverture de *Regards* du 10 août 1934, photographie anonyme). Référence signifiée à de multiples reprises, puisque le soldat russe au poing levé et porté par la foule, s'engage dans le même combat que le travailleur français. [p. 50]
- 19 Selon *Regards*, pour séduire et convaincre en s'affichant, la lutte antifasciste d'avant-garde nécessite donc des méthodes iconographiques d'avant-garde. C'est pourquoi les dirigeants du magazine communiste s'appuient sur des expérimentations photographiques théorisées par les tenants du constructivisme et de la Nouvelle Vision dans les années 1920. Les photomontages, qui permettent de juxtaposer sur la page différents éléments photographiques pour créer une nouvelle image, sont appelés à faciliter la compréhension du message par la simultanété et le rapprochement de personnages et de scènes. Les rapports de proportion s'inversent : les personnages sont grandis, changés en colosses face à une architecture qu'ils dominent. Souvent représentatif des succès du socialisme, le "nouvel aspect de l'art des masses<sup>19</sup>" est destiné à promouvoir et à populariser ses idées. Par la création effective d'une image, il s'agit de passer de la représentation de la vie à sa transformation, afin d'illustrer la philosophie marxiste de la fin de l'histoire qui promet un avenir radieux à l'humanité, en s'appuyant sur une des thèses avant-gardistes de l'union de l'art et de la vie. Les photomontages des couvertures se divisent alors en deux catégories : certains, très proches des montages constructivistes par l'agencement de constructions architecturales (métalliques ou autres) et de personnages à la fonction symbolique claire, animés par un point de vue en contre-plongée cohabitent avec des photomontages qui rappellent ceux de Heartfield (mêlant dessins et photographies dans un but grotesque et comique, alliant de façon volontairement ridicule la tête d'un personnage politique avec le corps d'un autre...) (fig. 7. Couverture de *Regards* du 2 février 1934, photographie anonyme).

- 20 Accompagnant les photomontages, la récurrence des portraits en contre-plongée finit d'imposer le personnage [p. 51] et d'affirmer sa puissance. Dans *Regards*, l'édification du héros combattif passe par l'inversion des rapports de dimension par des vues de bas en haut, où le travailleur surdimensionné devient le modèle archétypal du manifestant (fig. 8. Couverture de *Regards* du 20 février 1936, photographie anonyme). S'appuyant sur l'idée que la photographie doit contribuer à la formation de l'homme des temps nouveaux, Alexandre Rodtchenko proclame : " Les points de vue les plus intéressants pour l'époque actuelle sont ceux de bas en haut et de haut en bas et c'est là-dessus qu'il faut travailler<sup>20</sup>. " Renverser les points de vue, renverser les conventions traditionnelles de la perspective et de la profondeur, permettrait aussi de renverser l'ordre social. En déstabilisant les habitudes perceptives du spectateur, ce dernier sous l'effet du choc serait alors capable de se mobiliser à des fins politiques.
- 21 Les portraits en gros plan témoignent également de ces nouvelles conventions photographiques en rupture avec la représentation bourgeoise, et favorisent le caractère monumental du héros. Rarement montrés dans une situation pénible, le travailleur, le soldat ou le sportif offrent une image à laquelle le lecteur est appelé à s'identifier, image d'autant plus appréciée qu'elle permet d'élaborer un discours accessible au plus grand nombre. Cet appel à identification par la photographie dans un magazine, privilège jusque-là exclusif d'une classe sociale plus aisée, exacerbe le sentiment d'accession à la connaissance, à la compréhension du message politique. Cette reconnaissance positive s'accompagne d'une revalorisation de l'image, et donne un sentiment d'appartenance à un groupe social déterminé dans le but de s'unir dans la lutte. Pour cela, le magazine n'hésite pas à employer en couverture une certaine typologie dans la représentation, à la recherche de l'idéal type, de " l'équivalent visuel<sup>21</sup> " d'une idée dont il souhaite la pérennité dans l'imaginaire collectif. La récurrence d'une iconographie spécifique agit comme un élément de séduction, dont le pouvoir se fonde sur des normes rassurantes par leur répétition et par le discours implicite qui tente de convaincre qu'elles sont impossibles à transgresser. Il en découle la création d'un modèle humain politique et exemplaire, dans une option pédagogique afin de faire accéder le lectorat à une conscience de classe. L'usage de la métonymie (figure de style "imagée"), où une partie (le travailleur) représente un tout (le prolétariat) s'accorde avec l'universalisme du propos : un homme anonyme devient le symbole d'une classe sociale, à valeur [p. 52] mythique et prophétique. Puisque " la masse a besoin d'une direction. [...] qu'elle subsiste aussi longtemps qu'elle a un but pas encore atteint<sup>22</sup> ", la nécessité première repose sur la constitution d'une masse active face à un ennemi. Cependant, en n'envisageant l'individu qu'en tant qu'élément de masse, *Regards* a tendance à réduire la singularité individuelle et la modernité marquée par la naissance du sujet. La propagande demande à l'homme de s'inscrire dans une conformité de pensée et établit le primat du collectif sur l'individu. De fait, la modernité proclamée par l'aspect formel des couvertures s'envisage comme une plus-value rhétorique, comme une opportunité de changer le monde plutôt que de le subir, d'échapper à la continuité de l'histoire. Si subversion de l'avant-garde il y a eu, elle disparaît néanmoins des couvertures avec l'arrivée au pouvoir de la coalition du Front populaire, et donc avec le changement d'identité qui touche le PCF.
- Après le Front populaire
- 22 D'abord considérée comme un simple outil de propagande, la photographie de couverture dans *Regards* après 1936 reflète l'entrée de la presse illustrée dans une

économie de marché, où la reconnaissance du photographe s'accompagne du renouvellement du style employé.

- 23 Même si le Parti communiste français décide d'une politique de soutien sans participation au gouvernement, l'accession au pouvoir du Front populaire oblige la revue à revoir ses discours d'opposition systématique. Le PCF est contraint d'entrer dans un système de compromis idéologique, nécessairement traduit par l'iconographie. Pensée comme un élément révolutionnaire dans la compréhension du message, la photographie s'adapte aux fluctuations politiques. Le changement de statut et de légitimité du PCF lui impose de s'accorder avec sa propre idéologie : la représentation du bien-être promis passe par l'utilisation d'un style photographique très en vogue à l'époque, la "photographie humaniste", qui se veut proche d'une photographie à valeur documentaire. L'abandon du photomontage correspond à l'abandon du combat contre le fascisme en Allemagne, en Italie et en France<sup>23</sup>, et à un net recul dans la défense de l'URSS<sup>24</sup>. Le Front populaire donne l'occasion au PCF de se doter d'une "idéologie française<sup>25</sup>", ce qui amène le magazine à orienter ses choix vers un nouveau type de photographie, sans lien avec l'idéologie révolutionnaire. Jusqu'alors soucieux d'exprimer sa différence et sa nature de classe, le Parti "laïcise son langage pour se faire entendre de tous, privilégie des formes d'action susceptibles de mobiliser le plus grand nombre sans susciter l'inquiétude de ses partenaires, et peut-on dire, se nationalise<sup>26</sup>". Le PCF proclame son attachement à l'ordre, à la mesure, au travail, aux valeurs morales et culturelles spécifiquement françaises, et développe le thème de la France éternelle. La nature des efforts poursuivis correspond à la recherche d'une intégration à l'histoire du peuple français. La satisfaction et l'optimisme persistent même après l'éclatement du Front populaire. Ce n'est qu'au mois de septembre 1939 que deux couvertures montrent des [p. 54] soldats français occupés avec une mitrailleuse. Le dernier numéro présente le portrait d'un jeune homme polonais en costume traditionnel. Cette tendance à représenter des portraits "folkloriques" d'hommes et de femmes s'accroît tout au long des trois dernières années de la parution de *Regards*.
- 24 Les couvertures s'intéressant à la France affichent désormais des portraits d'hommes et de femmes individualisés, avec une prédilection pour les cadrages rapprochés, qui prend le pas sur la mise en avant d'une appartenance à un groupe social déterminé dans sa lutte.
- 25 Les photographes qui signent les clichés sont des auteurs aujourd'hui reconnus et regroupés à l'époque en agences ou en associations, dont les représentants rencontrent les responsables de l'illustration parisienne pour connaître les attentes de chaque journal. Ainsi, Brassai et Ergy Landau travaillent pour Rapho, première agence photographique française créée en 1933 dans le but de gérer les archives des photographes indépendants. Formée également en 1933, l'association Alliance Photo représente des photographes salariés en proposant leurs travaux aux différents magazines en fonction de leur orientation. Parmi les auteurs publiant dans *Regards*, Pierre Boucher, Emeric Féher, Pierre Zuber, Denise Bellon, Pierre Verger et Henri Cartier-Bresson sont membres d'Alliance Photo<sup>27</sup>.
- 26 La professionnalisation de la photographie de presse est en cours. Les clichés publiés dans *Regards* ne lui sont pas avant tout destinés : la revue effectue son choix parmi de nombreux travaux ; l'agence, le plus souvent, ne commande pas les sujets aux photographes et les images ne sont pas spécifiques au magazine communiste. Diverses

raisons se mêlent pour expliquer la participation de ces photographes à une revue aussi politiquement marquée. Si certains se sentent proches idéologiquement de *Regards*, tels André Papillon et Emeric Féher qui participent à l'Association des écrivains et des artistes révolutionnaires (AEAR), la survie économique et la recherche de reconnaissance représentent probablement pour d'autres les seules motivations. Qualifiée d'humaniste par les auteurs d'ouvrages sur la photographie au nom d'une approche supposée essentialiste et "lyrique"<sup>28</sup>, puisque chargée de dévoiler "la nature universelle de l'homme"<sup>29</sup>, cette génération de photographes présente des clichés ancrés dans leur époque. Ce style photographique est souvent rapproché du "réalisme poétique" cinématographique, représenté par les films de Marcel Carné et Jacques Prévert. Du reste, l'expression "réalisme poétique" prévaut "grâce à des auteurs comme Georges Sadoul"<sup>30</sup> que l'on retrouve à la rédaction de *Regards*. C'est en effet au moment du Front populaire que les galeries d'art contemporain et la critique parlent de "réalité poétique", de "néo-humanisme", de "retour au classicisme", de "retour au sujet"<sup>31</sup>. À l'aide de points de vue frontaux ou, plus épisodiquement, de légères contre-plongées, les couvertures présentent désormais des femmes élégantes ou en maillot de bain, mises en valeur par la lumière du [p. 55] soleil (fig. 9. Quatrième de couverture de *Regards* du 16 juin 1938, photographie anonyme), et des scènes de plein air familiales chargées de célébrer les congés payés (fig. 10. Couverture de *Regards* du 28 juillet 1937, photographie de David Seymour). En général, seuls les hommes travaillent. L'abandon progressif des acquis de l'avant-garde dans la photographie correspond à la norme établie dès le début des années 1930 dans les milieux de la presse et de l'édition. Ainsi, loin de troubler le lecteur, les clichés répondent à des habitudes visuelles et à des codes culturels, qui assurent leur bonne réception. Mais ce que la revue communiste gagne en conformisme, elle le perd en combativité. *Regards* abandonne le terrain de la stricte imagerie politique pour se concentrer à de multiples reprises sur une photographie affichant tous les codes de la photographie de mode et de publicité, ou de la photographie de reportage d'une classe sociale définie par son travail.

27 De nombreuses couvertures de *Regards* rejoignent du point de vue iconographique les magazines féminins qui voient le jour avant la guerre, et pour lesquels les photographes cités plus haut travaillent régulièrement. Pour n'en citer qu'un, l'hebdomadaire illustré *Marie-Claire* paraît le 3 mars 1937. Empruntant une formule tirée du journalisme des magazines féminins américains, il propose une "image de la femme jeune et séduisante, ni seulement ménagère, ni tout à fait émancipée"<sup>32</sup>. Avant-guerre, son tirage frôle le million d'exemplaires vendus. Inversement, "certains de ces magazines (notamment *Vogue* ou *Marie-Claire*) s'inspirent des reportages des magazines généralistes pour traiter des questions féminines, des rubriques pratiques, de la vie sociale et sportive"<sup>33</sup>... "Les supports de ces photographies, caractérisées par des prises de vue en extérieur, deviennent dès lors interchangeables. Bien loin de la représentation "prolétarienne" combative, la femme se fait archétype de la séduction, imposée comme objet de désir, où la mode et le sport s'allient pour proposer une nouvelle façon d'envisager les réussites politiques (fig. 11. Quatrième de couverture de *Regards* du 22 décembre 1938, photographie de Pierre Boucher). [p. 56]

28 Le monde du travail, majoritairement masculin, se trouve réduit à une dimension gestuelle et positiviste, dans laquelle le mouvement du corps se soumet à celui de la machine (fig. 13. Couverture de *Regards* du 20 octobre 1938, photographie anonyme). Reprenant les stéréotypes imposés par François Kollar dans son reportage photographique de 1932, *La France travaille*, les représentations de l'ouvrier assimilent

donc le corps à une force mécanique, dans une esthétisation des gestes laborieux. Le maniement de la machine ou de l'outil s'inscrit dans une démarche consistant à ne définir le travailleur que [p. 57] dans la pratique de sa fonction sociale, et non comme activité d'un sujet. C'est donc l'essence de l'homme marxiste qui se trouve ainsi définie, et l'individualisme affiché dans *Regards* devient une figure (inconsciente ?) de l'aliénation en s'affirmant comme symbole de la représentation sociale. L'absence de rhétorique dénonciatrice par l'image remet en cause l'éventualité d'une prise de conscience politique. Et si la légende de la couverture insiste parfois sur la défense de l'amélioration des conditions de travail, c'est en demandant une meilleure gestion capitaliste du pays et non sa suppression (fig. 12. Couverture de *Regards* du 17 novembre 1938, photographie anonyme). Loin de favoriser une iconographie aux vertus révolutionnaires, *Regards* se fait le porte-parole d'un parti communiste qui cherche à exister au sein de la démocratie en proposant des images rassurantes pour l'ordre établi.

- 29 Le magazine "prolétarien" s'est changé en une revue populaire, voire populiste<sup>34</sup>, dont les couvertures renvoient aux normes et à la morale bourgeoises, par une distribution évidente des rôles sociaux. Appartenir à la classe populaire française est devenu un fait enviable, non pas dans sa situation historique (qu'elle pourrait ou devrait maîtriser), mais dans son essence même : un nouveau mythe se crée. C'est ce que dénoncera Roland Barthes, au moment de l'exposition "The Family of Man"<sup>35</sup> de 1955, qui marque l'apogée de la photographie humaniste : " En passant de l'histoire à la nature, le mythe fait une économie : il abolit la complexité des actes humains, leur donne la simplicité des essences, il supprime toute dialectique, toute remontée au-delà du visible immédiat, il organise un monde sans contradiction parce que sans profondeur, un monde étalé dans l'évidence, il fonde une clarté heureuse : les choses ont l'air de signifier toutes seules<sup>36</sup>. " En voulant affirmer une valeur d'appartenance à une "communauté [p. 58] humaine", par des critères iconographiques normés, la photographie dans *Regards*, sous des aspects d'individualisation unifie de nouveau la représentation, mais cette fois en proposant un modèle pacifié. S'il y a une universalité de l'homme, elle n'est pas donnée, elle est perpétuellement construite<sup>37</sup> ". Pourtant, cette construction n'est possible qu'accompagnée d'un processus de contextualisation et d'historicisation des images, or il est parfois impossible de distinguer une couverture d'avant-guerre d'une couverture d'après-guerre. Pour démystifier le caractère universel de la condition humaine, chaque individu qui se pose devant l'objectif aurait alors à faire histoire " de sa posture personnelle et sociale<sup>38</sup> " pour que soit préservée " la complexité de l'objet<sup>39</sup> " photographique et que s'élabore une véritable " écriture historique<sup>40</sup> ".
- 30 Attribuant à la classe populaire des qualités définies *a priori*, le populisme dont fait preuve la revue se fonde, entre autres choses, sur une mauvaise conscience de la classe intellectuelle dominante. Le populisme parle d'un peuple défini comme une communauté, un ensemble socialement homogène (opposé à "l'individualisme bourgeois") sous-tendu par une culture, un mode de vie, des traditions, une identité qui impose à la femme de s'affirmer comme une nouvelle Marianne emblématique du pays (fig. 14. Couverture de *Regards* du 13 juillet 1939, photographie anonyme). Mais en prétendant concilier passé et avenir, identité et changement, l'enjeu devient vite contradictoire. L'image d'une France mythique doit s'accorder avec l'avenir radieux promis par les communistes. Or l'avenir, dans les couvertures de *Regards*, n'est envisagé que comme reproduction améliorée du présent. L'absence de profondeur de champ

dans les photographies renforce l'idée d'une image prisonnière d'un cadre historique restreint. La participation politique d'une classe sociale auparavant promue à l'avant-garde du combat communiste voit son action niée [p. 59] par une photographie qui témoigne d'un regard chargé de bonne conscience, où les ouvriers sont devenus de sympathiques icônes s'adonnant à des plaisirs simples (fig. 15. Couverture de *Regards* du 17 mars 1938, photographie anonyme). Les couvertures de *Regards* rendent compte d'une absence de dialectique : le statut des masses populaires se fige dans des images statiques et codées. La photographie "humaniste" que propose la revue n'est plus de l'ordre de l'action mais de la pose, et la construction de la couverture, plate et sans mise en perspective, ne révèle plus " dans sa structure même, celle de la société<sup>41</sup> ". Le temps historique disparaît au profit d'une intemporalité exonérée de la notion d'engagement, si présente dans les premières années de parution. Mais s'engager dans une action, c'est se mettre en position d'être menacé. Et la réorientation discursive du PCF n'impose plus de faire l'histoire révolutionnaire. Ce désistement se fait au détriment de la dénonciation des conditions historiques réelles, et par l'instauration d'une " doxa mythologique ", qui, toujours selon Roland Barthes, déguise le réel et doit être démasquée. Mais n'est-ce pas oublier qu'il est de la " nature du domaine politique d'être en guerre avec la vérité sous toutes ses formes<sup>42</sup> " ?

- 31 À la Libération, *Regards* reparait le 1<sup>er</sup> janvier 1945, et la photographie humaniste devient l'iconographie de référence. Le PCF voit sa position au sein de la société renforcée par son comportement dans la Résistance et le général de Gaulle fait appel aux communistes pour siéger dans son gouvernement : une nouvelle fois, le Parti trouble son identité subversive par des compromis. La participation au pouvoir reste la priorité, et d'une façon générale, il s'instaure un étroit parallélisme entre les processus unitaires du Front populaire et de l'immédiate après-guerre pour l'union des classes populaires<sup>43</sup>.
- 32 La photographie de presse dans ce cas précis se doit de construire cette nouvelle identité du PCF (délaissement relatif de l'électorat de base et volonté d'élargir le champ d'action auprès de nouvelles classes sociales). Il ne s'agit pas d'une dépolitisation éventuelle de la revue, mais de suivre la logique d'une idée : en affichant une photographie consensuelle, qui célèbre le rôle de la femme (objet de séduction) et celui de l'homme (gestuelle esthétique du travail), le magazine cherche à s'inscrire dans un espace politique normatif. D'autre part, le choix de ce type d'images s'inscrit dans un cadre concurrentiel. Au lendemain de la guerre, le nombre de périodiques illustrés se multiplie, et l'on y retrouve la plupart des photographes publiés dans *Regards*. Le Parti communiste tente d'affirmer une identité rassurante par une iconographie symbolique dont " la justification finale de tout cet académisme [est] de donner à l'immobilité du monde la caution d'une "sagesse" et d'une "lyrique" qui n'éternisent les gestes de l'homme que pour mieux les désamorcer<sup>44</sup>. " [p. 60]

image Gaëlle Morel est l'auteur d'un DEA d'histoire de l'art consacré aux couvertures de *Regards* à l'université Paris-I, sous la direction de Philippe Dagen, 2000.

image L'auteur tient à remercier Philippe Dagen et Michel Poivert ainsi que Pascal Carreau, du Conseil national du parti communiste français, Catherine Bensadek et Alexandre Courban de la Bibliothèque marxiste de Paris. [p. 61]

## NOTES

1. Roland Barthes, " Le message photographique ", in *Communications 1*, Paris, Seuil-École pratique des hautes études, 1961, p. 127.
2. Ces premiers numéros de *Nos Regards* se trouvent à la Bibliothèque nationale (dix-huit numéros mensuels de mai 1928 à octobre 1929). Dans une optique concurrentielle, le mensuel sort deux mois après *Vu*, premier magazine illustré de cette génération, où la mise en page dynamique et les photomontages de couverture d'Alexandre Liberman rompent avec le style conservateur de l'hebdomadaire de luxe *L'Illustration* fondé en 1843. Suivent *Miroir du monde* en 1930, *Voilà* en 1931, *Regards sur le monde du travail* en 1932, *Marianne* en 1933, *Marie-Claire* en 1937, *Match* en 1938, pour ne citer que les plus célèbres. D'après Sandrine Lachaumette, qui s'est entretenue avec Marie-Paule Vaillant-Couturier (fille de Lucien Vogel) dans le cadre d'un mémoire de maîtrise (*Mémoires, foules, peuples dans la presse illustrée française, mai 1933-août 1937*, sous la direction de D. Tartakowsky, Paris I, 1990, p. 22), les archives du magazine *Regards* ont été confisquées par la police en 1939. Il est néanmoins possible de consulter la collection des originaux de 1932 à 1960 à la Bibliothèque marxiste de Paris et sur microfilms à la Bibliothèque nationale.
3. Pendant la période de l'entre-deux-guerres, alors que la presse quotidienne périclité à l'exception de *Paris-Soir* qui use largement de la photographie, " le marché propose, toutes catégories confondues, [...] plus de quatre-vingts magazines illustrés courants [...] " (Cf. Christian Bouqueret, *La Nouvelle Vision photographique en France, 1920-1940*, Paris, Marval, 1997, p. 155).
4. Olivier Lugon, *La Photographie en Allemagne. Anthologie de textes (1919-1939)*, Nîmes, éd. Jacqueline Chambon, 1997, p. 283.
5. Au cours des années 1920, le marché allemand est dominé par l'hebdomadaire *Berliner Illustrirte Zeitung* (fondé en 1890) qui atteint les deux millions d'exemplaires à la fin des années vingt, et *la Münchner Illustrierte Presse* (fondée en 1923), plus conservateur ; cf. O. Lugon, *op. cit.*, p. 247.
6. En ce qui concerne la genèse et l'évolution de la formation de ces groupes d'amateurs ouvriers et de la publication mensuelle (*Arbeiter-fotograf*) qui leur est destinée, voir O. Lugon, *ibid.*, p. 283.
7. Ce qui permet à Moscou de surveiller la ligne éditoriale de la publication.
8. Note de 1934, n° 704, Bibliothèque marxiste de Paris : " *Regards* ayant déjà dépassé les 50000 exemplaires (mars-avril 1934) baisse son tirage à 33000 exemplaires. Lourd déficit (10000 par mois) [...] Décision : maintenir ou renoncer. Formule bonne : 2500 abonnés, clientèle de 28-30000 lecteurs. Moyens : le PCF nomme un directeur politique et administratif responsable qui secondé par un conseil d'administration et de direction PCF, contrôle de l'IC-éditions de l'IC. Jacques Duclos d'accord quant à la nomination de Georges Sadoul. " En 1936, *Regards* dépasse les 100 000 exemplaires vendus ; cf. *L'Histoire générale de la presse française (1871-1940)*, t. 3, sous la direction de Claude Bellanger, Jacques Godechot, Pierre Guiral, Fernand Terrou, Paris, Puf, 1972, p. 582.
9. Jean Maitron (dir.), *Dictionnaire biographique du mouvement ouvrier*, Paris, Les Ouvrières, 1982.
10. *L'Histoire générale de la presse française...*, *op. cit.*, p. 578.

11. Vu coûte un franc cinquante le numéro. Son engagement politique correspond à une tendance sociale-démocrate jusqu'à son rachat en 1936 par des amis de Pierre Laval. Vu reste dans l'histoire de la presse illustrée française la référence en matière d'innovation, en partie à cause de son important succès.
12. *L'Histoire de la presse française...*, op. cit., p. 577. " Le développement de la presse communiste représente un phénomène en grande partie original dans l'histoire de la presse française. Si ce n'était pas la première fois qu'un parti politique donnait à la propagande une place prépondérante dans son action et concevait la presse comme l'instrument privilégié de l'éducation politique de ses militants et du prosélytisme de sa doctrine, jamais l'effort en faveur de la presse ne fut mené avec autant de rigueur et de continuité. Les résultats furent remarquables et la vigueur de la presse communiste contrastait avec la faiblesse de la presse socialiste ou radicale, et d'une manière générale avec la précarité de la presse d'opinion de la période. "
13. Walter Benjamin, " L'oeuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique ", in *L'Art et la Photographie* (trad. Ch. Jouanlanne), Paris, Carré, 1997, note 31, p. 65.
14. En décembre 1932, l'Association des écrivains et des artistes révolutionnaires (AEAR) est créée par Barbusse et Vildrac afin de lutter contre le fascisme en accueillant les compagnons de route et en leur donnant une indépendance que l'adhésion au Parti interdit. En août 1932, à l'initiative de Barbusse et du compagnon de route Romain Rolland, le Congrès mondial d'Amsterdam contre la guerre et l'impérialisme organisé en sous-main par Willy Münzenberg pour le compte du Komintern, réunit tous les partis, organisations diverses et personnalités qui se réclament du pacifisme. En juin 1933, Rolland s'engage à nouveau, au sein d'un comité d'intellectuels français qui organise salle Pleyel, à Paris, un congrès antifasciste européen. De ces deux mouvements naît le Comité Amsterdam-Pleyel, chargé de mener une action suivie contre la guerre et le fascisme. Si les hommes politiques ne sont pas encore prêts, tous les grands noms de la littérature sont mobilisés à gauche face à un ennemi commun.
15. Paul Ricoeur, " Histoire et mémoire ", in Antoine de Baecque et Christian Delage (dir.), *De l'histoire au cinéma*, Bruxelles, Complexe, 1998, p. 26.
16. Sur les relations entre les différents journaux et revues du triangle Moscou-Berlin-Paris, on peut consulter *Paris-Moscou 1900-1930*, catalogue de l'exposition " Paris-Moscou ", Paris, Centre Georges-Pompidou/Gallimard, 1979, p. 71 et *Paris-Berlin*, catalogue de l'exposition " Paris-Berlin ", Paris, Centre Georges-Pompidou, 1978, p. 212.
17. L'utilisation symbolique du poing levé et isolé se retrouve dès les années 1920, d'une part chez le photomonteur soviétique Klutsis et d'autre part chez Heartfield.
18. Pour reprendre une expression de Mircea Eliade, *Mythes, Rêves et Mystères*, Paris, Gallimard, 1957, p. 24.
19. Recueil de déclarations du groupe Octobre de 1931, cité par Claude Leclanche-Boulé, *Le Constructivisme russe : typographies et photomontages*, Paris, Flammarion, 1991, p. 145.
20. " En photographie, il y a de vieux points de vue, les points de vue d'un homme qui est debout et regarde autour de soi. C'est ce que j'appelle la "photographie du nombril", l'appareil sur le ventre. La cité moderne avec ses immeubles élevés, son industrie, ses vitrines sur deux ou trois étages, ses tramways, ses voitures, sa publicité multicolore, ses paquebots, ses avions, tout cela a amené un changement dans le psychisme de la perception visuelle. Les points de vue les plus intéressants pour l'époque actuelle sont ceux de bas en haut et de haut en bas et c'est là-dessus qu'il faut travailler. Je ne sais pas qui les a inventés, mais je crois qu'ils existent depuis longtemps. Je veux les affirmer et les faire connaître. ", Alexandre Rodtchenko,

- " Notebook for LEF ", *Novy Lef*, n°6, 1927, p. 3, in Alexandre Lavrentiev, *Rodtchenko. Photographies 1924-1954*, Paris, Gründ, p. 22.
21. Jean-Paul Ameline, introduction du catalogue *Face à l'Histoire*, Paris, Centre Georges-Pompidou, 1997.
  22. Elias Canetti, *Masse et Puissance*, Paris, Gallimard, 1966, p. 27.
  23. Alors que l'AIZ continue de publier les photomontages de Heartfield, y compris dans son exil forcé à Prague de 1933 à 1938.
  24. La menace fasciste est dorénavant représentée à travers les publications régulières des reportages de Robert Capa, Gerda Taro et Chim pris pendant la guerre d'Espagne. Jusqu'à la fin du conflit, l'idéalisation formelle du soldat républicain tente de faire oublier à la fois les querelles internes dans le camp républicain et l'abstention du Parti communiste français lors du vote à la Chambre sur la non-intervention en Espagne (5 décembre 1936). Cf. la thèse qui vient d'être soutenue par François Fontaine à Paris IV sous la direction de Bruno Foucart, sur la représentation de la guerre d'Espagne dans les presses illustrées française et espagnole.
  25. Nicole Racine et Louis Bodin, *Le Parti communiste français pendant l'entre-deux-guerres*, Paris, Presses de la Fondation nationale des sciences politiques, 1982, p. 213.
  26. Danielle Tartakowski, *La Vie est à nous*, Paris, Gallimard, coll. Découvertes, 1996, p. 90.
  27. Pour plus de détails sur les agences photographiques parisiennes, on peut consulter Françoise Denoyelle, *La Lumière de Paris. Les usages sociaux de la photographie, 1919-1939*, t. II, Paris, L'Harmattan, 1997, p. 89-95.
  28. Jean-Claude Gautrand, " Le regard des autres. Humanisme ou néoréalisme? ", in *Nouvelle Histoire de la photographie*, Michel Frizot (dir.), Paris, Bordas/Adam Biro, 1994, p. 613.
  29. Henri Bénac, *Guide des idées littéraires*, Paris, Hachette, 1988, p. 242.
  30. Philippe de Comès et Michel Marmin (dir.), *Le Cinéma français, 1930-1960*, Paris, Atlas, 1984, p. 5.
  31. *La Querelle du réalisme*, présentation de Serge Fauchereau, Paris, Cercle d'art, 1987, p. 20.
  32. *L'Histoire générale de la presse française...*, op. cit., p. 527.
  33. C. Bouqueret, op. cit., p. 158.
  34. Cf. Alain Fleig, " Anatomie d'un mythe ", *Les Cahiers de la photographie*, n° 9, Laplume, ACCP, 1983, p. 30-36.
  35. Cette exposition organisée par Edward Steichen, conservateur du département de la photographie, a lieu au Museum of Modern Art de New York.
  36. Roland Barthes, " Le mythe est une parole dépolitisée ", *Mythologies*, Paris, Seuil, 1957, p. 217.
  37. Jean-Paul Sartre, *L'existentialisme est un humanisme*, Paris, Nagel, 1970, p. 70.
  38. Arlette Farge, *La Chambre à deux et le cordonnier de Tel-Aviv*, Paris, Seuil, 2000, p. 89.
  39. *Ibid.*, p. 91.
  40. R. Barthes, " La grande famille des hommes ", *Mythologies*, op. cit., p. 163.
  41. O. Lugon, *Le " style documentaire " dans la photographie allemande et américaine des années vingt et trente*, thèse de doctorat sous la dir. de Pierre Vaisse, Université de Genève, 1994, p. 41.
  42. Hannah Arendt, *La Crise de la culture*, Paris, Gallimard, 1972, p. 305.
  43. Cf. Philippe Buton, *Les lendemains qui déchantent. Le Parti communiste français à la Libération*, Paris, Presses de la Fondation nationale des sciences politiques, 1993.

44. R. Barthes, *op. cit.*, p. 164.