

### Le succès par l'image ?

Heurs et malheurs des politiques éditoriales de la presse quotidienne  
(1920-1940)

Myriam Chermette

---



#### Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/etudesphotographiques/922>  
ISSN : 1777-5302

#### Éditeur

Société française de photographie

#### Édition imprimée

Date de publication : 1 juin 2007  
Pagination : 84-99  
ISBN : 2-911961-20-x  
ISSN : 1270-9050

#### Référence électronique

Myriam Chermette, « Le succès par l'image ? », *Études photographiques* [En ligne], 20 | Juin 2007, mis en ligne le 27 août 2008, consulté le 07 décembre 2022. URL : <http://journals.openedition.org/etudesphotographiques/922>

---

Ce document a été généré automatiquement le 9 juin 2022.

Tous droits réservés

# Le succès par l'image ?

## Heurs et malheurs des politiques éditoriales de la presse quotidienne (1920-1940)

Myriam Chermette



Fig. 1. Paris-Soir, 3 septembre 1933, n°3620, page 1 (détail), coll. ACRPP.

- 1 L'image fait-elle vendre ? La question n'est pas neuve, a été maintes fois posée et la réponse par l'affirmative paraît aujourd'hui évidente si l'on s'en tient au flux d'images que nous avons quotidiennement sous les yeux. Le monde de la presse, particulièrement, lui accorde une légitimité incontestée, les nouvelles formules laissant davantage de place à l'iconographie. Cette situation n'est pas le résultat d'un long

continuum qui, depuis le XIX<sup>e</sup> siècle, aurait vu les images et plus particulièrement la photographie prendre toujours plus de place dans les colonnes de journaux. L'histoire de l'intégration de ce média dans la presse est plus complexe, faite d'avancées et de reculs, de choix et de rejets et l'on peut se demander dans quelle mesure le facteur économique – à savoir l'utilisation de la photographie comme argument de vente – a facilité cette intégration.

- 2 La période de l'entre-deux-guerres, au cours de laquelle les changements dans le domaine du visuel sont nombreux (succès du cinéma parlant, développement des magazines et journaux illustrés, accroissement de la photographie amateur), donne l'occasion à la presse quotidienne d'informations générales, représentée par les "quatre grands" (*Le Matin*, *Le Petit Parisien*, *Le Journal*, *Le Petit Journal*), de se poser cette question. En effet, contrairement aux illustrés et aux magazines, ces journaux n'ont jusque-là publié que peu de photographies, en partie pour des raisons techniques, mais aussi parce que les rédactions sont essentiellement composées d'hommes de culture littéraire pour qui la photographie est avant tout une illustration, moins valorisée que le dessin de presse<sup>1</sup>.
- 3 Pourtant, au début des années 1930, ce principe tacitement établissemble remis en question du fait des difficultés économiques que connaissent les journaux. La méfiance du lectorat, conséquence de la censure exercée pendant la Première Guerre mondiale, la récession économique ainsi que l'augmentation du prix de vente, rendent plus difficile l'accroissement ou même le maintien des tirages<sup>2</sup>. La baisse des recettes publicitaires accroît le déséquilibre des bilans, tandis que d'autres quotidiens gagnent les faveurs du public : en province, les quotidiens régionaux proposent une information de proximité<sup>3</sup> ; à Paris, la presse du soir, notamment *Paris-Soir*, semble rencontrer le succès grâce à l'utilisation de la photographie, ce qui incite ses concurrents à l'imiter<sup>4</sup>.
- 4 Se pencher plus précisément sur cette période et sur ces tentatives, qui visent à obtenir le succès grâce à l'image, donne la possibilité d'approcher la question de l'impact, réel ou supposé, de la photographie sur les ventes. La comparaison de deux itinéraires, celui du *Journal* – qui échoue dans sa tentative – et celui de *Paris-Soir* – qui au contraire réussit à merveille –, permet de mieux comprendre ce qui peut plaire au public et d'aborder ainsi la difficile et bien souvent fuyante question de la réception.
- 5 Au début des années 1930, alors que le marché de la presse stagne, un nouveau venu de la presse vespérale, *Paris-Soir*, connaît un succès remarquable. Le titre, créé en 1923 par Eugène Merle, n'a jusqu'alors jamais conquis le public<sup>5</sup>. Son rachat en 1930 par Jean Prouvost, homme d'affaires déjà impliqué dans le monde de la presse avec *Paris-Midi*, le transforme en quotidien à succès. En quelques années, Jean Prouvost parvient à en faire un des principaux titres de la presse française et, plus encore, à modifier pour une part les habitudes des lecteurs en les incitant à acheter un journal en fin de journée<sup>6</sup>. Ce succès commercial rapide, qualifié de « foudroyant » par la concurrence, et plus particulièrement par les quatre grands de la presse du matin, est imputé à la photographie<sup>7</sup>. Il est vrai que depuis le mois de mai 1931, Jean Prouvost a totalement modifié la mise en pages du quotidien en proposant une nouvelle formule, basée sur la photographie, qu'il a présentée dans un éditorial, aujourd'hui bien connu, débutant ainsi : « La photographie est devenue la reine de notre temps<sup>8</sup>. »

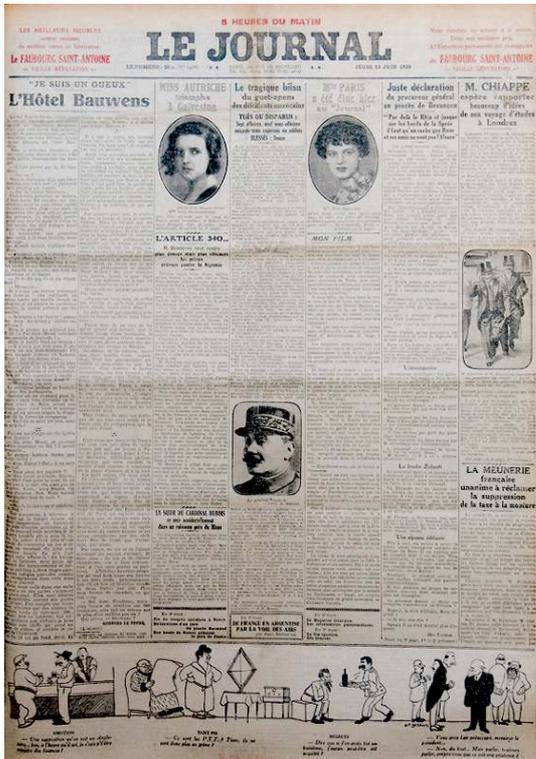


Fig. 2. *Le Journal*, 13 juin 1929, n°13388, page 1, coll. part.

- 6 Pour les journaux du matin, l'analyse est sans appel, la photographie est au cœur du succès de *Paris-Soir*. Les bilans du *Journal* sont formels : le succès de *Paris-Soir* vient de « l'application d'une formule neuve, formule photographique, donc visuelle<sup>9</sup> ». *Le Petit Parisien* établit le même constat : « La photographie, l'illustration, attirent la foule<sup>10</sup>. » D'autres éléments sont bien mentionnés, çà et là, comme les feuilletons sentimentaux, le caractère sensationnel de l'information, les concours et la politique publicitaire, mais une moindre importance leur est accordée.



valeur des photographies dont l'intérêt informatif est également limité : il s'agit à près de 80 % de portraits qui donnent à voir le visage des protagonistes des articles, parfois accompagnés de quelques instantanés ou photographies d'actualité<sup>13</sup>. La publication n'accorde donc qu'un mince intérêt à l'image, sauf en cas d'événement remarquable – décès d'une personnalité politique, catastrophe d'ampleur nationale – où la place des photographies s'accroît<sup>14</sup>.



Fig. 4. *Le Journal*, 1<sup>er</sup> juillet 1934, n°15232, page 1, coll. part.

- 10 Quelques années plus tard, les évolutions sont aisément remarquables. *Le Journal* consacre désormais une plus grande part de sa surface imprimée à la photographie<sup>15</sup> et la met davantage en valeur, grâce à une mise en pages modernisée. En effet, la maquette est moins compacte, les titres se détachent nettement sur un fond blanc et les cadres à angles droits rompent avec l'esthétique caractéristique des années 1920. À ce changement formel s'ajoute un renouvellement du type d'images. Les portraits ne représentent plus que le quart des images publiées, les scènes d'actualité sont devenues majoritaires, ce qui donne une nouvelle dimension à l'usage des images : elles proposent une vision des faits, peuvent rendre compte d'une actualité et se font événement lors de la publication de documents exceptionnels. Enfin, à ces innovations en une répond un renouvellement des pages intérieures qui change la physionomie de la publication.
- 11 L'objectif du quotidien semble donc atteint en 1934, puisqu'il est passé d'une formule relativement terne à une "formule visuelle". Pourtant, la motivation principale étant essentiellement économique, le succès n'est pas au rendez-vous. Le renouvellement de la maquette n'a pas enrayer la baisse des tirages<sup>16</sup> et les bilans, grevés, entre autres, par les investissements liés à ces innovations, sont négatifs<sup>17</sup>. L'administration du quotidien décide donc l'abandon de la nouvelle formule au milieu de l'année 1935 et licencie une partie du personnel du service de photographie<sup>18</sup>.

- 12 Cet exemple montre que l'impact de la photographie sur les ventes n'est pas nécessairement positif et incite à s'interroger sur le succès de *Paris-Soir*, que ses concurrents des années 1930 associaient à l'emploi de ce médium. L'analyse – qui ne prétend pas donner les clés exactes de l'exploit de ce quotidien, tirant à un million d'exemplaires quatre ans après sa reprise par Jean Prouvost<sup>19</sup> – permet néanmoins de préciser quelle a pu être la part de la photographie dans ce résultat.
- 13 En premier lieu, il convient de souligner que le succès ou l'échec d'un quotidien est lié à l'ensemble de ses caractéristiques, non à une seule d'entre elles. L'étude de la politique photographique doit donc être mise en relation avec les autres aspects de la politique éditoriale. Or, *Paris-Soir* est original sur bien d'autres points que l'usage de la photographie. Jean Prouvost a eu l'habileté de réactualiser la formule de la presse populaire qui avait séduit le lectorat de la Belle Époque en l'adaptant au goût des années 1930.
- 14 En effet, le lecteur de *Paris-Soir* est séduit par son style dynamique et populaire : une information simple dans un langage accessible, une mise à distance des complexités de l'actualité politique et, au contraire, une large part accordée aux faits divers, aux contes et feuilletons sentimentaux – dont l'audace choque la concurrence –, et aux informations divertissantes comme le sport, la mode ou le cinéma. Rien de bien nouveau en somme mais présenté de manière plus attractive, renouvelé par des changements de formule réguliers et au même prix que les autres journaux d'information. De plus, l'ensemble est appuyé par une politique publicitaire active : organisation de concours, notamment de beauté ou de photographie, patronage de manifestations nationales ou locales, comme les épreuves sportives, soutien à des œuvres de bienfaisance ou souscriptions en faveur des démunis, afin d'être aussi présent que possible dans la vie quotidienne du lecteur potentiel. Jean Prouvost n'invente donc rien, mais réinvente tout, à une période où le paysage de la grande presse d'information est assez statique<sup>20</sup>. En cela, il fait l'effet d'une petite révolution qui bouscule les habitudes établies, d'autant plus que les capitaux importants dont il dispose lui permettent de réaliser ses ambitions<sup>21</sup>.



Fig. 5. *Paris-Soir*, 28 août 1933, n°3614, page 1, coll. ACRPP.

- 15 La photographie n'a donc pas à elle seule fait le succès de ce titre ;cette hypothèse est confirmée par l'exemple du *Petit Journal*. Cet ancien grand de la presse connaît en effet de sérieuses difficultés dans l'entre-deux-guerres et change à plusieurs reprises de propriétaire. Jean Prouvost fait partie, de 1931 à 1934, du groupe qui le possède et y applique le même type de formule visuelle que dans *Paris-Soir*, sans pour autant rencontrer le succès, à cause d'autres facteurs, comme les pesanteurs liées au titre et son engagement politique de plus en plus extrême<sup>22</sup>.
- 16 Pourtant, il reste indéniable que les images ont joué un rôle dans le succès de *Paris-Soir*<sup>23</sup>. Leur impact direct sur le public est difficile à mesurer, mais l'étude des usages de la photographie révèle les stratégies employées pour le séduire. La quantité de photographies publiées ne semble pas être, malgré les interprétations des contemporains<sup>24</sup>, le facteur déterminant de leur intérêt, comme le souligne l'échec du *Journal*<sup>25</sup>. On doit donc chercher ailleurs l'explication du succès de la politique iconographique de *Paris-Soir*.
- 17 En premier lieu, *Paris-Soir* redéfinit la frontière entre le texte et les images. Il leur accorde une place de choix, sur la première et la dernière page, immédiatement visibles, donnant une impression d'abondance – même si à l'intérieur la plus grande partie du quotidien est accordée au texte. Sur ces pages, la maquette en renforce l'impact et la lisibilité. Les images sont mises en valeur par une impression de qualité et contrastent avec les espaces blancs de la page. Celle-ci n'est plus strictement verticale, ce qui permet aux clichés de s'étendre sur deux, trois, voire sept colonnes. Le format à la française, classique dans la presse quotidienne, laisse ainsi place au format à l'italienne, mieux adapté aux clichés représentant des scènes d'actualité ou des images de sport<sup>26</sup>. Enfin, ce mouvement à la une est renforcé par les changements périodiques de maquette, qui ne laissent pas au lecteur le temps de se lasser. Ainsi, avec un nombre

moindre de photographies, *Paris-Soir* parvient à paraître plus généreux que *Le Journal* qui semble réaliser un saupoudrage d'images tout au long de la publication.

- 18 Ces innovations formelles s'accompagnent d'une réelle autonomie accordée à la photographie en tant que vecteur d'information, possibilité dont les journaux quotidiens traditionnels n'usent guère. Cela se traduit par la construction d'ensembles informatifs où le titre, le texte et la légende sont mis au service de l'image. Le 3 septembre 1933 en fournit un exemple en première page lors de l'affaire Violette Nozière<sup>27</sup> : « Après la dramatique confrontation d'hier, Mme Nozière<sup>28</sup> a quitté ce matin l'hôpital Saint-Antoine. » Le titre annonce l'information, donne le sens de lecture des clichés tandis que l'article est entièrement consacré au périple des photographes qui ont suivi pendant une matinée les proches de Mme Nozière pour obtenir cette exclusivité en images<sup>29</sup>. Le texte vient donc au service de la photographie, il en renforce l'impact et l'intérêt. Cette nouvelle organisation de l'information la met ainsi en valeur : elle devient l'élément principal complété par le texte.



Fig. 6. *Paris-Soir*, 3 septembre 1933, n°3620, page 1, coll. ACRPP.

- 19 Cet effort est largement utilisé pour la promotion du titre, en grande partie axée sur l'emploi de la photographie, comme en témoignent les éditoriaux que Jean Prouvost lui accorde ou la publicité insérée dans *l'Annuaire de la presse française* en 1934<sup>30</sup>. Sous la manchette indiquant « Grand quotidien d'informations illustrées », une double page représente la une et la dernière du quotidien, entièrement couvertes de photographies, d'où émergent un grand immeuble d'une part et un appareil photographique de type "Klapp" d'autre part<sup>31</sup>. Cette publicité tranche sur celle des autres quotidiens qui insistent au contraire sur le contenu écrit de leur publication, la notoriété des membres de la rédaction ou la qualité des reportages<sup>32</sup>. Ce type de publicité suggère ainsi au lecteur que le journal accorde une grande importance à l'image.

- 20 En second lieu, *Paris-Soir* exploite les caractéristiques propres de l'image photographique, qui permet une proximité entre le lecteur et l'actualité et ne se contente pas d'illustrer et d'accompagner le texte.



Fig. 7. *Paris-Soir*, 13 octobre 1934, n°4023, page 1, coll. ACRPP.

- 21 Pour donner au lecteur le sentiment de vivre l'actualité en direct, la rédaction met en place tout un arsenal de moyens, soutenus par de larges capacités financières : moyens humains tout d'abord avec un service composé de vingt-deux photographes<sup>33</sup>, moyens techniques ensuite avec des investissements importants dans la béliographie<sup>34</sup>, qui permet de transmettre les images plus rapidement que par les voies traditionnelles<sup>35</sup>. *Paris-Soir* jouit donc, de ce point de vue, d'une supériorité sur ses concurrents, qui n'est cependant pas, considérée sous l'angle technique, aussi extraordinaire que les contemporains l'ont pensé. Cet effet, voulu par le titre, est créé par une permanente mise en scène, dans les colonnes du quotidien, du travail des photographes.
- 22 Ainsi le 13 octobre 1934, suite à l'assassinat du roi Alexandre de Yougoslavie et de Louis Barthou à Marseille, la photographie de deux suspects est publiée avec cette légende : « Novak et Bénès photographiés dans les locaux du commissariat spécial d'Annemasse (photos de notre envoyé spécial rapportées d'Annemasse à Lyon et transmises de cette dernière ville au poste de Belin de *Paris-Soir*)<sup>36</sup>. » Ce type de légende se systématisa dès que la rédaction fournit un effort pour obtenir des images et donne au lecteur le sentiment que *Paris-Soir* se met à son service pour lui offrir les meilleures photographies et recourt en permanence aux techniques les plus modernes pour le mettre au plus vite dans la confidence.
- 23 Le choix des photographies publiées renforce cette proximité entre l'actualité et le lecteur<sup>37</sup>. Alors que les photographies de la presse quotidienne ont longtemps gardé une certaine distance avec les événements, notamment par le biais de clichés statiques et posés, la rédaction cherche à faire oublier la présence du photographe pour que le

cliché soit une “fenêtre ouverte sur le monde”. Cette tendance, sensible au cours de la décennie dans l’ensemble de la presse quotidienne, se traduit généralement par la publication d’un plus grand nombre d’instantanés, mais qui restent toujours extérieurs à la scène, distanciés. Au contraire, les photographies publiées dans *Paris-Soir*, tant par le choix des sujets que le point de vue adopté, visent à donner au lecteur le sentiment qu’il se trouve, par l’intermédiaire du reporter, au cœur de l’action. Elles lui permettent ainsi d’être au plus proche des faits, positionnement original pour l’époque, comme le montre le traitement de l’affaire Violette Nozière.



Fig. 8. *Le Journal*, 30 août 1933, n°14927, page 1, coll. part.



Fig. 9. *Le Journal*, 30 août 1933 (détail), n°14927, page 1, coll. part.

- 24 Ainsi, lorsque la jeune fille disparaît quelques jours à la fin du mois d'août 1933, *Le Journal* et ses confrères publient régulièrement des portraits de la principale protagoniste ou de ses parents, images qui se répètent, parfois dans des cadrages différents, car les rédactions en possèdent peu. *Paris-Soir* propose au contraire des images qui suivent le déroulement de l'affaire. Ainsi, le 27 août, le cliché des enquêteurs est ainsi légendé : « Les enquêteurs sortant de la maison du drame rue de Madagascar où ils se sont transportés ce matin<sup>38</sup> », le lendemain : « Ce matin, on recherchait en Seine le corps d'une jeune femme qui s'est jetée hier soir dans le fleuve et dont le signalement correspond à celui de Violette Nozière<sup>39</sup> », un autre jour : « Les enquêteurs fouillent le jardin des Nozière<sup>40</sup> ». Le lecteur assiste à un bouleversement dans le choix des images publiées. Traditionnellement, comme l'a montré Dominique Kalifa, le texte est l'occasion de décrire l'enquête et l'image d'illustrer le visage des protagonistes ou le lieu du crime<sup>41</sup>. Dans ce quotidien<sup>42</sup>, la photographie devient un moyen pour le lecteur de suivre l'enquête, les aléas de chaque journée et elle en traduit le rythme par une irrégularité dans la publication des clichés, cinq un jour, aucun le lendemain, et ainsi de suite.



Fig. 10. Paris-Soir, 2 septembre 1933, n°3619, page 1, coll. ACRPP.



Fig. 11. Paris-Soir, 12 sept. 1933, n°3629, page 1, coll. ACRPP.

25 Outre le choix des sujets, le lecteur parvient à rentrer davantage dans la scène grâce au point de vue des images publiées. Le photographe n'est pas face à l'action, réalisant des vues d'ensemble ou des plans moyens, il se trouve au cœur de l'événement et donne à

voir ce qu'il a sous les yeux. Cela se traduit par des gros plans, des vues de dos ou de trois quarts qui rompent avec l'esthétique traditionnelle et la composition classique, mais gagnent en authenticité et en proximité. Ainsi, le 2 septembre 1933, après une confrontation entre Mme Nozière et sa fille, une image montre que « fuyant les photographes au pas de gymnastique, les infirmiers de l'hôpital Saint-Antoine ramènent à son pavillon Mme Nozière étendue sur une civière<sup>43</sup> ». Si le lecteur ne peut voir les personnages que de dos, il a en revanche le sentiment de suivre lui aussi les infirmiers au pas de course. De même, le 12 septembre 1933, *Paris-Soir* publie la photographie en gros plan du professeur qui examine les poisons dont Violette Nozière s'est servie pour empoisonner ses parents : son visage est de profil, le lecteur voit les poisons en même temps que le professeur, ayant l'impression d'être mis dans la confidence<sup>44</sup>.



Fig. 12. *Le Journal*, 3 septembre 1933, n°14930, page 1, coll. part.



Fig. 13. *Le Journal*, 12 sept. 1933, n°14940, page 1, coll. part.

- 26 Enfin, pour accroître cette proximité entre l'actualité et le lectorat, la création de récits en images, qui se rapproche de la technique cinématographique, permet de rendre compte, de manière séquencée, de certaines scènes. Ainsi le 30 août 1933, lors de l'arrestation de Violette Nozière, cinq photographies, publiées sur deux colonnes, montrent successivement son arrestation, l'arrivée à la police, la fouille, le dépôt des empreintes digitales et son entrée dans la cellule. Ce type de récit s'accompagne parfois d'un jeu sur les plans qui renforce l'impression de mouvement. Ainsi le 3 septembre 1933, lorsque Mme Nozière quitte l'hôpital Saint-Antoine, une première image en plan moyen la montre soutenue par un inspecteur, puis une seconde, en plan rapproché, entrant dans la voiture. Il ne manque alors que l'animation pour transformer cette séquence d'images fixes en récit cinématographique et l'intérêt pour le lecteur ne réside pas dans l'information transmise, visible dès la première image, mais dans la possibilité d'assister, de chez lui, au déroulement en images d'un fait divers qui bouleverse alors le pays.



Fig. 14. *Paris-soir*, 30 août 1933, n°3616, page 1, coll. ACRPP.

- 27 *Paris-Soir* ne se contente pas de proposer au lectorat une image semblable au reste de la presse, mais s'appuie sur les caractéristiques propres à ce médium. Si l'ensemble de la presse s'emploie à obtenir le plus rapidement possible informations et photographies, *Paris-Soir* va plus loin et permet au lecteur de prendre connaissance de l'actualité en un regard, grâce à un assemblage de texte et d'images. Il projette le lecteur au cœur de l'action, parfois à la manière des actualités cinématographiques. Les rédacteurs du *Petit Parisien* l'ont bien compris en 1938 lorsqu'ils constatent que dans *Paris-Soir*, « ce n'est plus le lecteur, qui, pour lire les nouvelles, va acheter le journal, ce sont les nouvelles, les faits même de la vie, qui présentés sous une certaine forme, saisissent et happent le lecteur<sup>45</sup> ».
- 28 Il semble donc bien que la photographie puisse accroître les ventes d'un quotidien, mais ces exemples permettent de préciser que toutes les photographies ne font pas vendre et que la photographie ne peut à elle seule, du moins dans la presse des années 1930, soutenir l'intérêt d'une publication. L'échec de la formule visuelle du *Journal* permet donc de dépasser l'analyse simplificatrice qui consiste à affirmer que *Paris-Soir* a obtenu le succès en publiant simplement un grand nombre de photographies et rappelle que l'étude et l'analyse des usages de la photographie dans la presse nécessite de prendre en compte l'ensemble des caractéristiques d'une publication. L'originalité de *Paris-Soir* réside plutôt dans le nouveau langage photographique qu'il a mis en place dans la presse quotidienne populaire et à bon marché, qui a convenu à une partie du lectorat. Ce succès est d'ailleurs lié au fait que Jean Prouvost croyait réellement aux fonctions de l'image photographique tandis que certains de ses concurrents, comme *Le Journal*, se sont lancés dans des formules visuelles avant tout pour des raisons économiques, sans avoir suffisamment exploité les possibilités offertes par l'image.

# On ignore toujours ce qu'est devenue Violette Nozière

Ce matin, des recherches ont été opérées  
dans la Seine où la criminelle,  
d'après un témoin, se serait peut-être jetée.

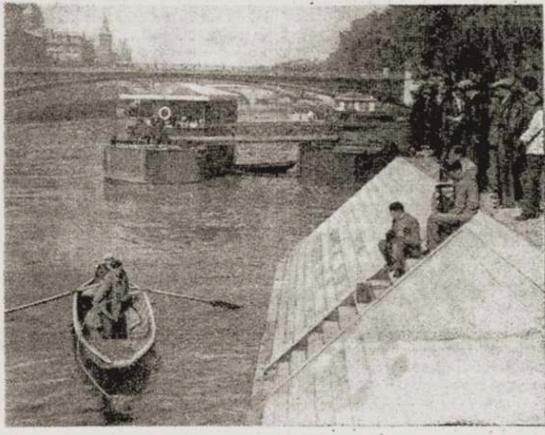


Fig. 15. *Paris-Soir*, 28 août 1933 (détail), n°3614, page 1, coll. ACRPP.

## NOTES

1. Myriam CHERMETTE, *Images de presse : production et usages de la photographie dans un quotidien d'information, Le Journal (1929-1935)*, thèse de l'École des chartes, Paris, 2006, p. 165.
2. Patrick EVENO, *L'Argent de la presse française des années 1820 à nos jours*, Paris, Éditions du CHTS, 2003, p. 80.
3. Claude BELLANGER, Jacques GODECHOT, Pierre GUIRAL, Fernand TERROU, *Histoire générale de la presse française, tome III : De 1881 à 1940*, Paris, Presses universitaires de France, 1972, p. 450.
4. *Ibid.*, p. 524.
5. Raymond BARRILLON, *Le Cas Paris-Soir*, Paris, Armand Colin, 1956, p. 23-53.
6. Dès le milieu des années 1930, *Paris-Soir* est le second quotidien national en terme de tirage derrière *Le Petit Parisien*, avant de devenir le premier.
7. Arch. nat., 8 AR 279, "La situation de la presse française", extrait d'un rapport réalisé par la rédaction du *Journal* en 1934, et Francine AMAURY, *Histoire du plus grand quotidien de la Troisième République : Le Petit Parisien*, Paris, Presses universitaires de France, 1972, vol. 1, p. 288-289.
8. *Paris-Soir*, éditorial du 2 mai 1931, p. 1.
9. Arch. nat., 8 AR 279, "La situation du marché parisien", in rapport cité.
10. F. AMAURY, *op. cit.*, p. 289.
11. Arch. nat., 8 AR 279, rapport cité.

12. En 1929, sauf cas exceptionnel, il y a entre une et six photographies publiées chaque jour.
13. M. CHERMETTE, "Les usages de la photographie, 1929-1933", in *Images de presse...*, op. cit., p. 161-194.
14. Cela est par exemple le cas le 21 mars 1929 lors des obsèques du maréchal Foch où huit photographies sont publiées, dont deux sur plusieurs colonnes.
15. Cette place croissante s'explique à la fois par l'augmentation du nombre de photographies publiées (il y a alors régulièrement entre huit et douze photographies en première page) et celle de leur format.
16. Arch. nat., 8 AR 352, tirages du Journal.
17. Arch. nat., 8 AR 301, rapports d'exploitation du Journal.
18. Arch. nat., 8 AR 339, rôles des salaires du Journal.
19. R. BARRILLON, op. cit., p. 268. Ce chiffre est d'autant plus impressionnant qu'il avait fallu plus de dix ans aux journaux du matin pour atteindre ce chiffre à la Belle Époque, période très favorable au développement de la presse populaire, contrairement aux années 1930, cf. C. BELLANGER, J. GODECHOT, P. GUIRAL, F. TERROU, op. cit., p. 137.
20. P. EVENO, op. cit., p. 107.
21. Jean Prouvost est originaire d'une famille d'industriels du nord de la France, il dispose d'une fortune personnelle et s'associe de plus avec d'autres riches familles comme les Dewavrin ou les Beghin, cf. Marc MARTIN, *Médias et journalistes de la République*, Paris, Odile Jacob, 1997, p. 181.
22. C. BELLANGER, J. GODECHOT, P. GUIRAL, F. TERROU, op. cit., p. 517.
23. R. BARRILLON, op. cit., p. 54. F. Amaury publie en outre un dossier réalisé à l'intention du directeur du *Petit Parisien* en 1938 dans lequel une étude rapporte que 68 % des lecteurs de *Paris-Soir* se précipitent en premier lieu sur les illustrations lorsqu'ils ont acheté le journal, cf. F. AMAURY, op. cit., p. 290.
24. Arch. nat., 8 AR 279, extrait d'un rapport de 1934 et F. AMAURY, op. cit., p. 288-289.
25. Au cours des années 1933-1934, *Le Journal* publie en effet davantage de photographies que *Paris-Soir*, une cinquantaine par jour en moyenne contre trente dans *Paris-Soir*. Cf. M. CHERMETTE, op. cit., p. 253 et Aline DAIX, *La Photographie dans les quotidiens du soir de l'entre-deux-guerres*, mémoire de maîtrise, Paris, 1988, p. 29.
26. Nous présentons ici rapidement la nouvelle mise en pages, en insistant sur les éléments de rupture par rapport à la presse du matin.
27. Violette Nozière est une jeune femme parricide qui a défrayé la chronique pendant une année, de l'automne 1933 à l'automne 1934. Ayant tenté d'assassiner ses parents, elle se justifie par des accusations d'agressions sexuelles perpétrées par son père. Nous nous appuyons à plusieurs reprises sur cet exemple car il a été abondamment traité dans la presse quotidienne française, par le texte et par l'image, et il permet ainsi d'établir une étude comparée des différents journaux.
28. La mère de l'accusée.
29. *Paris-Soir*, 3 sept. 1933, p. 1.
30. *Annuaire de la presse française et étrangère et du monde politique*, Paris, 1934, p. 704.
31. Appareil utilisé traditionnellement par les photographes de presse de l'époque.
32. *Annuaire de la presse française et étrangère et du monde politique*, op. cit., p. 692-693, p. 701.
33. Le service photographique des autres quotidiens est moins important, comprenant entre 5 et 10 photographes. Cf. Françoise DENOYELLE, *La Lumière de Paris, les usages de la photographie*, Paris, L'Harmattan, 1997, p. 105.
34. Le procédé de la béliographie permet de transmettre les photographies par le biais des fils du téléphone. Ce procédé n'est pas encore utilisé de manière courante dans les années 1930, mais son usage se développe.

35. De manière traditionnelle, les photographes rapportent eux-mêmes leurs images à la rédaction, en voiture ou par le train, ou les font parvenir par cycliste (dans Paris).
36. Paris-Soir, 13 octobre 1934, p. 1.
37. Ces images sont choisies parmi celles rapportées par les photographes mais également parmi celles proposées par les agences.
38. Paris-Soir, 27 août 1933, p. 1.
39. Paris-Soir, 28 août 1933, p. 1.
40. Paris-Soir, 9 sept. 1933, p. 1.
41. Dominique KALIFA, *L'Encre et le Sang, récits de crimes et société à la Belle Époque*, Paris, Fayard, 1995, p. 73.
42. Ce procédé n'est pas nouveau en soi puisqu'on le trouve dans la presse magazine depuis le début du siècle ou parfois même dans un quotidien consacré à l'image comme *Excelsior*. En revanche, *Paris-Soir* inaugure ce procédé dans un quotidien populaire à bas prix et à grand tirage. Cf. Thierry GERVAIS, "Le magazine moderne, une histoire graphique. Usages de la photographie dans *La Vie au grand air* (1898-1914)", *Études photographiques*, n° 20, mai 2007, p. 50-67.
43. Paris-Soir, 2 sept. 1933, p. 1.
44. Paris-Soir, 12 sept. 1933, p. 1.
45. F. AMAURY, op. cit., p. 290.
- 

## AUTEUR

### MYRIAM CHERMETTE

Myriam Chermette est allocataire monitrice à l'université Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines. Elle prépare une thèse en histoire sur l'usage de la photographie dans la presse quotidienne de l'entre-deux-guerres.