

Ipjmag - le magazine réalisé par les étudiants de l'IPJ

-- Enquête : l'image en politique - Clichés de campagne --

Clichés de
campagne

**Sur Internet ou dans la
presse étrangère, nos
candidats sont dans
tous leurs états**

Marc Vignaud [29ème promotion]

mardi 13 novembre 2007

Malgré l'encadrement des services de presse et la frilosité des rédactions, les clichés insolites des candidats existent.

Les internautes ne sont pas soumis au devoir de neutralité des principaux médias et offrent une vision beaucoup plus partisane de la campagne. Sur Internet, la multiplication des blogs permet la diffusion massive de photos qui n'auraient pas trouvé preneur du côté de la presse « traditionnelle ». La même photographie en gros plan de Nicolas Sarkozy grimaçant horriblement, un œil clos, les traits tirés, apparaît sur de nombreux blogs politiques ou humoristiques (mes24h.com, sarkostique.over-blog.com, carbone14.over-blog.com...). Prise par un syndicaliste lors d'une sortie du candidat de l'UMP à Orléans, elle a bénéficié d'un « buzz » conséquent au point de se retrouver référencée en bonne place dans les moteurs de recherche. Ainsi, les photographies sont une arme précieuse pour discréditer un candidat. Par exemple, les adversaires de Nicolas Sarkozy ont massivement diffusé une image le montrant à une tribune, dans une position rappelant le salut hitlérien (segoleneroyal.over-blog.com)

Une plus grande liberté après la campagne

La presse étrangère, quant à elle, a pris l'habitude de présenter la campagne présidentielle comme le duel entre l'ordre incarné par Nicolas Sarkozy et la féminité exacerbée de Ségolène Royal. Les photos des candidats servent souvent à forcer le trait et mettent en scène un Nicolas Sarkozy dans des postures autoritaires et une Ségolène Royal en reine de beauté, à tel point qu'ils en deviennent parfois caricaturaux. Le Taipei Times (Taiwan) par exemple, publie une photo insolite de la candidate socialiste se recoiffant, l'air aguicheur, devant un parterre d'objectifs. La dérision est parfois de mise comme lorsque le Washington Post montre Ségolène Royal s'enlaçant dans ses propres bras, comme si elle avait enfilé une camisole de force. Enfin, si des pressions existent sur la presse française pendant la campagne, les photographes jouissent d'une plus grande liberté par la suite. Stéphane Ruet, photographe indépendant auteur en 2002 des 60 jours de Jospin, un recueil de clichés publiés après l'élection, le confirme : « les photographes d'agence sont là pour couvrir l'événement. Ils ne peuvent pas prendre trop de risques, ils sont obligés de rentrer dans le moule. Moi, mes photos sortaient après la campagne, c'est différent ».

Vincent Amiot, Diane Falconer, Cyril Frémin, Dorothée Laurain, Camille Raynaud de Lage et Marc Vignaud.

[Lire la suite : Christian Caujolle, la noblesse de la photo de presse](#)