

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

ÉTUDE DU TRAITEMENT MÉDIATIQUE DE LA PERSONNALITÉ
POLITIQUE : ANALYSE QUALITATIVE DE LA REPRÉSENTATION
MÉDIATIQUE DE JUSTIN TRUDEAU À TRAVERS LES PHOTOGRAPHIES DE
PRESSE DES JOURNAUX QUÉBÉCOIS, CANADIENS ET INTERNATIONAUX
APRÈS SA VICTOIRE À L'ÉLECTION FÉDÉRALE DE 2015

MÉMOIRE
PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN COMMUNICATION

PAR
MÉLISSA AZMOUN

MARS 2018

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.07-2011). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

Je tiens à débiter ce mémoire en remerciant très chaleureusement mon directeur de recherche Pierre Barrette. Il a su m'écouter et comprendre mes objectifs. Il est parvenu à me guider vers la meilleure alternative possible à mon projet de mémoire initial qui ne correspondait pas à ma vision de la recherche. Je tiens donc à le remercier de m'avoir accompagnée dans le périple que peut représenter l'élaboration d'un mémoire. Sans lui, je n'aurais pas eu l'opportunité d'être fière de mon dernier travail universitaire. Il était primordial pour moi de mener à bien ce projet, qui me tenait à cœur, afin de clore dignement toutes ces années d'études.

Je remercie également mon entourage pour avoir été présent à mes côtés dans toutes les étapes de l'élaboration de ce mémoire. Tout d'abord, je remercie mes parents qui ont, malgré la distance, réussi à être là pour moi. Ils m'ont soutenue quand je changeais d'avis toutes les semaines et m'ont écoutée lorsque je les appelais pour me plaindre à toutes les heures du jour et de la nuit. Par ailleurs, je tiens à mentionner mes amis à Montréal: Laura, Mathilde, Lucas, Eric, Julie, Anne, Emmanuelle et Virginie. Nous étions tous embarqués dans la même aventure et c'est avec le soutien des uns et des autres que je suis parvenue à finir ce mémoire.

Enfin, je tiens à remercier sincèrement les professeures de mon jury Mme Stéphanie Yates et Mme Nadège Broustau, qui ont rendu mon parcours de recherche plus enrichissant et plus pertinent en apportant des commentaires et des réflexions sur mon projet de mémoire. Merci pour vos encouragements.

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES TABLEAUX	vi
RÉSUMÉ	vii
INTRODUCTION	1
CHAPITRE 1 : ÉTAT DE LA RECHERCHE SUR LA MÉDIATISATION DE LA POLITIQUE	5
1.1. Médiatisation de la politique.....	5
1.1.1. La nouvelle visibilité des politiciens	5
1.1.2. Le cadrage médiatique de la politique	8
1.2. Peoples ou politiciens	10
1.3. La photographie comme vecteur de la visibilité.....	12
1.4. Justin Trudeau, le candidat à la loupe.....	13
CHAPITRE 2 : LES GRANDS CONCEPTS DE LA VISIBILITÉ POLITIQUE.....	18
2.1. La théâtralisation de la vie politique.....	18
2.2. Le capital d'une notoriété visible.....	20
2.3. Photographie et visibilité politique	22
2.3.1. Photographie de presse, le reflet enrichi de la société	22
2.3.2. L'iconographie politique.....	25
CHAPITRE 3 : DESCRIPTION DES DÉMARCHES ANALYTIQUES	28
3.1. Justin Trudeau dans la presse.....	28
3.2. L'analyse qualitative.....	29
3.3. Critères de sélection et justification du corpus	31
3.3.1. Processus de sélection des supports photographiques	31

3.3.2. Justification de la gamme de clichés et présentation imagée.....	34
3.4. La grille d'observation.....	36
3.4.1. Grille d'observation des catégories extrinsèques.....	36
3.4.2. Grille d'observation des catégories intrinsèques	37
3.5. La grille d'analyse	38
CHAPITRE 4 :L'ANALYSE SÉMIO-PRAGMATIQUE DES PHOTOS DE PRESSE DE JUSTIN TRUDEAU.....	39
4.1. Les différents niveaux de critères du processus d'observation.....	39
4.1.1. Catégories extrinsèques	39
4.1.2. Catégories intrinsèques	41
4.2. Les photographies tirées de journaux québécois	43
4.2.1. La Presse, le 10 décembre 2015	43
4.2.2. Le Devoir, le 4 novembre 2015	46
4.3. Les photographies tirées de journaux canadiens anglophones	50
4.3.1. Maclean's, le 14 décembre 2015	50
4.3.2. The Toronto Star, le 6 novembre 2015.....	54
4.4. Les photographies tirées de journaux américains	58
4.4.1. Le New York Times Magazine, le 13 décembre 2015	58
4.4.2. Vogue, le 9 décembre 2015	62
4.5. Les photographies tirées de journaux français.....	66
4.5.1. Le Monde, le 1er décembre 2015	66
4.5.2. L'Obs, le 10 décembre 2015.....	70
CHAPITRE 5 : DISCUSSION : LES PHOTOGRAPHIES DE PRESSE, REFLET D'UNE NOUVELLE VISION DU POLITICIEN	74

5.1. Les indices du processus d'analyse	74
5.2. Le récit d'affiliation	77
5.2.1. Justin Trudeau, l'adoubement politique.....	77
5.2.2. Le nouveau John F. Kennedy	79
5.3. Le récit de la valeur	81
5.3.1. Mérite et représentation de la valeur.....	81
5.3.2. La construction journalistique du personnage en politique	83
5.3.3. Visibilité et narration	86
5.4. Le récit de la personnalité	90
5.4.1. Mise en scène médiatique	90
5.4.2. L'intimité fantasmée : Justin Trudeau, star des magazines	92
5.5. Synthèse de l'analyse.....	97
CONCLUSION.....	100
ANNEXES	103
BIBLIOGRAPHIE.....	113

LISTE DES TABLEAUX

TABLEAU 1 : Grille d'observation des catégories extrinsèques	36
TABLEAU 2 : Grille d'observation des catégories intrinsèques.....	37
TABLEAU 3 : Grille d'analyse.....	38
TABLEAU 4 : Grille d'observation La Presse, le 10 décembre 2015	43
TABLEAU 5 : Grille d'observation : Le Devoir, le 4 novembre 2015	47
TABLEAU 6 : Grille d'observation : Maclean's, le 14 décembre 2015	51
TABLEAU 7 : Grille d'observation : The Toronto Star, le 6 novembre 2015	54
TABLEAU 8 : Grille d'observation : Le New York Times Magazine, le 13 décembre 2015	59
TABLEAU 9 : Grille d'observation : Vogue, le 9 décembre 2015.....	63
TABLEAU 10 : Grille d'observation : Le Monde, le 1er décembre 2015.....	67
TABLEAU 11 : Grille d'observation : L'Obs, le 10 décembre 2015	70

RÉSUMÉ

Ce mémoire explore les notions de visibilité et de construction journalistique de l'image du politicien. En se basant sur une analyse sémiologique de photographies de presse tirées de journaux québécois, canadiens et internationaux, cette recherche a pour but de comprendre comment le traitement médiatique d'une personnalité politique peut influencer son image. Plusieurs auteurs se sont intéressés aux notions de visibilité (Heinich et Thompson) et de mise en scène (Goffman) : deux notions qui viennent renforcer la place de l'image dans la représentation médiatique d'un politicien. La sémiologie nous permet ici d'établir des liens entre les indices dévoilés par une photographie de presse (Lambert) et la construction d'un récit médiatique autour du politicien. Cette analyse prend pour exemple : le cas du Premier ministre canadien Justin Trudeau, les quelques mois suivant sa victoire à l'élection fédérale canadienne de 2015. Trudeau est un des exemples-phare de personnages médiatiques dont l'image se rapproche plus de celle d'une célébrité « people » que d'un politicien. Les photographies de presse ont dévoilé plusieurs aspects de cette construction médiatique autour de l'homme politique canadien. En effet, l'analyse montre que la médiatisation de Justin Trudeau dresse un portrait bien différent de celui qu'on a l'habitude de voir chez les politiciens. Les photographies de presse dévoilent plusieurs récits médiatiques tels que celui d'une affiliation familiale, une représentation du mérite, la construction d'une narration autour du personnage ou encore une recherche de proximité avec le politicien.

Mots-clés : image, peopolisation, politique, média

INTRODUCTION

Trudeau, Justin Trudeau : le nom du nouveau Premier ministre résonne dans l'esprit des Canadiens comme le ferait le nom de Kennedy aux Etats-Unis. « Personnalité ayant le plus marqué l'actualité en 2015 » (*Huffington Post Québec*, 22 décembre 2015), l'ascension de ce « dandy flamboyant » (Chevrier, 2016) a fait couler beaucoup d'encre et a accaparé les médias nationaux comme internationaux pendant la campagne électorale et après sa victoire le 19 octobre 2015. Qualifié d'Alcibiade des temps modernes, Trudeau est comparé à un séducteur aguerri qui use « d'une vieille stratégie de conquête de pouvoir » : miser sur la beauté et la proximité décomplexée avec le public (Chevrier, 2016).

Justin Trudeau est le fils de P.E. Trudeau, ancien Premier ministre du Canada. Ce rapport de filiation fait partie de l'identité de Trudeau fils. Désigné comme le « fils de... », il est constamment associé à son père, pour le meilleur et pour le pire. Le nom Trudeau possède une connotation très ancrée au Canada et au Québec, puisque Pierre Elliott Trudeau est considéré comme un symbole du Canada moderne. Premier ministre de 1968 à 1984, il eut une influence très forte sur la politique canadienne et a, de ce fait, marqué l'Histoire du Canada (*La Presse*, 29 septembre 2000). Son père était notamment connu pour « son charisme fou, ses inébranlables idéaux et sa marque indélébile sur le système politique canadien » (*Le Devoir*, 29 septembre 2000). Justin Trudeau a souvent été comparé à son père et c'est pour cela qu'on l'appelle souvent « the Canadian Kid ». Justin Trudeau fait désormais partie de la dynastie Trudeau, comme certains journalistes le désignent. En effet, c'est la première fois au Canada qu'un fils d'ancien premier ministre accède au même poste.

Le fils Trudeau se lance progressivement sur le chemin de son père et devient député de Papineau en 2007, poste auquel il sera réélu. Il fera ensuite une montée fulgurante au sein du Parti Libéral en 2013 devenant le chef de ce parti. C'est donc tout naturellement qu'il confirma sa candidature aux élections fédérales de 2015 pour accéder au poste de Premier ministre. Une des étapes phares de sa jeune carrière en politique est sans doute le match de boxe caritatif organisé pour la lutte contre le cancer, où il a affronté Patrick Brazeau¹. Symbole par excellence de la politique-spectacle et véritable « adoubement politique »

(Chevrier, 2016), il s'agit d'un évènement qui a participé à définir l'image du politicien comme étant combattif et tenace. Il existe d'ailleurs un documentaire sur cet évènement : « God Save Justin Trudeau ou Comment le député de Papineau est devenu premier ministre. » (Maroist et Ruel, 2015). Les réalisateurs font un portrait du candidat libéral et une description de l'art politique au XXème siècle en s'intéressant aux stratégies de Trudeau et des conséquences du match de boxe sur l'image qu'il renvoie.

Justin Trudeau ne se cache pas de ses atouts humains : ce que l'on peut comprendre par le mot « humain », est l'intelligence émotionnelle du politicien. « Justin Trudeau n'est pas un homme politique. C'est un slogan publicitaire » (*Le Journal de Montréal*, 28 septembre 2012). Trudeau bénéficie d'une perception du public qui lui apporte une relation privilégiée avec les électeurs. C'est exactement cette intelligence émotionnelle qui apporte une fracture nette avec la mise en avant de l'ancien Premier ministre canadien Stephen Harper et son image vieillissante.

¹ Patrick Brazeau, homme politique canadien et sénateur du Parti conservateur canadien sous Stephen Harper

Ce mémoire permettra de comprendre l'influence que peut avoir une certaine couverture journalistique sur l'image des personnalités publiques. Nous tenterons d'appréhender les caractéristiques de la visibilité des politiciens. A travers l'étude des photographies du Premier ministre canadien, nous pourrions obtenir des indices sur la narration construite autour des symboles visuels du politicien. Nous nous concentrerons sur plusieurs photographies de presse de Justin Trudeau dans des publications canadiennes, américaines et françaises pour mieux cerner les enjeux communicationnels derrière le phénomène de la « Trudeaumanie ». Il s'agit également de s'intéresser à l'environnement politique en constante évolution et à ses répercussions sur son traitement médiatique.

Dans ce mémoire, on retrouve des éléments sur la nouvelle médiatisation de la politique et des phénomènes qu'elle engendre, notamment le développement de l'infodivertissement. Il est également question de définir l'image publique du politicien afin de cerner les enjeux liés à cette représentation de la personnalité politique à travers la construction de l'image médiatique. Cette recherche se base sur des dimensions centrales des nouvelles dynamiques de la médiatisation de la politique. Les enquêtes récentes (Dakhli, 2010 ; Giasson, 2006 ; Martin, 2009) montrent que le politicien n'occupe plus le même espace médiatique, autrefois restreint et très institutionnalisé. Certains hommes politiques sont aujourd'hui assimilés à des célébrités de la culture populaire et non plus seulement à des représentants étatiques. Cette idée de « personnage » politique dont la médiatisation se rapproche plus de celle d'un acteur hollywoodien trouve écho dans l'œuvre d'Erving Goffman, qui étudie la théâtralisation des interactions médiatiques, ainsi que dans les travaux de Nathalie Heinich, sur la visibilité et la représentation publique. Heinich nous apportera, tout au long de notre processus de recherche, des clés de lecture concernant les empreintes médiatiques de la construction de « récits » autour de la personnalité publique.

Afin d'étudier ce phénomène médiatique, il sera pertinent de recourir aux techniques de photographie afin de saisir les subtilités de ces supports iconographiques, mis en avant par les journalistes qui couvrent l'actualité politique. Ces photographies, tirées de journaux et de magazines à travers le monde seront soumises à une analyse qualitative afin de pouvoir discerner d'éventuelles traces de la construction médiatique du politicien, notamment dans le cas de Justin Trudeau.

CHAPITRE 1 : ÉTAT DE LA RECHERCHE SUR LA MÉDIATISATION DE LA POLITIQUE

1.1. Médiatisation de la politique

1.1.1. La nouvelle visibilité des politiciens

Dans son œuvre *Le cœur à l'ouvrage* (1987), Michel Rocard évaluait déjà à 70% le temps qu'un responsable politique en fonction consacrait à la communication, reconnaissant déjà l'importance du travail de représentation publique et médiatique pour tout représentant politique. Selon lui, les médias se positionnent comme courroie indispensable pour communiquer avec les publics et pour créer un lien, une relation entre les personnalités politiques et les électeurs. Les politiciens sont donc obligés d'intégrer des stratégies médiatiques à leurs fonctions gouvernementales. En effet, les hommes politiques sont constamment confrontés à la réalité médiatique et à son influence sur le public. A l'époque de la publication de ce livre, les politiciens commencent à compter parmi leurs activités communicationnelles ; des conférences de presse, des interventions dans des émissions de divertissement à la télévision ou encore des entretiens et débats en direct.

Les politiciens ont désormais un ensemble de support de communication qui peut très rapidement être adopté par le public par le biais d'images marquantes, de symboles et de mots-clés. Thompson prend notamment l'exemple de la crise médiatisée des

prisonniers irakiens dans la prison d'Abu Ghraïb à Bagdad en 2004 pour montrer à quel point une image médiatisée peut devenir un symbole, une icône (Thompson, 2005). En effet, les images de prisonniers Iraquiens torturés, dans une prison gérée par les Etats-Unis, ont fait le tour de la sphère médiatique. Ces photos personnelles prises par des militaires ont fait le tour du monde : une d'elles représente un prisonnier cagoulé sur une boîte et dont les mains étaient ligotées par des câbles électriques. Cet événement a été un des premiers à brouiller les limites du domaine privé. Cette crise montre ainsi l'ampleur de la médiatisation en politique : là où le pouvoir d'une image peut gravement perturber le monde politique.

Beaucoup d'auteurs se sont récemment intéressés au phénomène de la médiatisation en politique (Marland, 2013, 2014, Gingras, 2009, Isolatus et al., 2014, Martel et al., 2016). Le concept de médiatisation est central aux techniques de communication politique puisqu'il s'agit du lien principal entre le politicien et le public de citoyens et d'électeurs. Les stratégies de communication établies par les politiciens utilisent les différents supports médiatiques pour divulguer leur message ou bâtir une image de l'homme politique. Plusieurs aspects d'un politicien jugés cruciaux à sa réputation vont se construire à travers ces médias : son charisme, ses talents d'orateurs, son leadership, sa proximité avec le public, et bien d'autres encore (Martel et al., 2016). La médiatisation est un processus dynamique par lequel la communication médiatique forme et cadre la société et l'entendement que l'on a de notre environnement. C'est par ce processus que l'on remarque l'importance de ce cercle médiatique. Ce même cercle détient donc un pouvoir considérable dans la décision de l'ordre du jour médiatique, crucial à la vie politique. Les hommes politiques prennent ainsi conscience de la place des médias dans l'atteinte d'un large public-cible (Strombäck, 2011).

Thompson avait déjà fait le constat en 1995 que l'univers des médias est en perpétuel changement. Les innovations technologiques et les sujets médiatisés doivent sans cesse renouveler une information qui se veut toujours pris dans une cadence accélérée. La politique n'échappe donc pas à ces nouvelles conditions de traitement de l'information (Thompson, 1995). Une décennie plus tard, l'auteur définit ce nouveau modèle dans lequel les interactions entre individus ne sont plus limitées à un espace géographique et à un cadre temporel. Il appelle cela « la nouvelle visibilité ». Les nouveaux médias développent des formes d'échanges avec le public qui permettent un plus grand investissement dans la vie politique et qui vont encourager une forme de surveillance de la classe politique. De ce fait, les nouvelles plateformes sont l'occasion parfaite pour les politiciens d'apparaître sous un angle différent mais c'est également une source de risques supplémentaires. Autrefois, l'image des dirigeants était construite et contrôlée par les dirigeants eux-mêmes, toutes publications ou représentations étaient pré-approuvées. La classe politique n'était pas physiquement visible au quotidien, elle apparaissait lors d'événements majeurs mais n'était pas présente sur la scène publique. Les médias s'intéressent désormais à la famille du candidat, à ses amis, ses passions, sa santé... Il existe donc une couverture permanente de la vie politique et des agissements des candidats, ce qui est encore plus vrai en période de campagne (Gerstlé, 2012). Aujourd'hui, les politiciens n'ont plus le privilège de conserver leur vie aussi privée et sont bien plus exposés à une médiatisation exacerbée de leur persona (Thompson, 2005).

1.1.2. Le cadrage médiatique de la politique

Les nouveaux types de médias, tels que les réseaux sociaux numériques Twitter ou Facebook, envahissent la sphère politique. Cela implique que les politiciens soient prêts et formés à cette adaptation numérique. Ils doivent dorénavant être polyvalents car c'est un des moyens de toucher le public de manière moins conventionnelle. Les politiciens sont conscients que les médias tiennent un rôle central et que ces supports d'informations usent de ce pouvoir pour façonner l'image des politiciens face à un public de plus en plus exigeant. Il faut avoir de bonnes compétences médiatiques et une image solide pour survivre dans la campagne sans fin de la politique. Un leader politique doit à présent avoir « le sens des médias » et avoir conscience qu'il est constamment scruté par le public et peut être critiqué pour ses actions ou comportements (Isolatus, 2014). Avec le temps et la montée en puissance des médias, les politiciens ont ainsi considérablement perdu leur autonomie et dépendent de leurs relations en constante évolution avec les médias (Mazzoleni, 1999). En la

Selon l'enquête menée par Guillaume Fradin, en l'espace de 42 ans les apparitions de politiciens dans des émissions de divertissement ont été multipliées par 6 sur les chaînes de télévision françaises (2008). En effet, ces émissions de divertissement ne sont pas conçues pour accueillir des politiciens et traiter de contenu politique puisque ces formes de programmes télévisés ont pour but premier de distraire et de détendre un auditoire largement dépolitisé et indécis. Fradin explique que les politiciens trouvent dans ces émissions un cadre propice à la combinaison précieuse de l'image et du message. Ils peuvent y argumenter : faire valoir leurs idées, mais également faire preuve de séduction et se montrer plus proche d'un public de plus en plus retissant face au domaine de la politique : « L' élu cherche non seulement à convaincre mais également à séduire » (Fradin, 2008).

Pour les hommes politiques, cette multiplication des registres télévisuels qui leur sont consacrés est une aubaine. Elle leur apporte le format idéal pour cultiver et accroître leur notoriété, réaliser des performances d'audience (et donc s'assurer un auditoire captif) mais aussi se mettre en spectacle pour créer un lien d'intimité avec les électeurs. Leur présence médiatique accrue leur donne un outil de plus afin de construire et d'entretenir la dimension charismatique de leur identité politique (Leroux et Riutort, 2013).

Les politiciens se prêtent au jeu de la théâtralisation et se créent un véritable personnage dans une scénographie étudiée (Rieffel, 2010). Ils vont choisir minutieusement le cadre télévisuel dans lequel ils vont se présenter face à leur public. Les politiciens s'entourent de conseillers pour étudier les programmes où intervenir, choisir leur tenue vestimentaire, ainsi que leur attitude envers les journalistes et présentateurs d'émissions. La classe politique peut se comparer à Hollywood et les politiciens à des célébrités, ce qui façonne la couverture médiatique politique (Davis, 2010). Leur visibilité est la clé de leur notoriété et donc de leur succès, tel un acteur qui voudrait promouvoir son nouveau film. On assiste à une symbolisation de l'information en termes de dramatisation et de spectacularisation. Chaque apparition ou débat entre candidats devient un véritable « événement télévisuel » (Gerstlé, 2012). Gerstlé remarque que le public est avide de contenus dynamiques et modernes en politique, renouvelant ainsi la demande pour de grands événements politiques télévisés.

1.2. Peoples ou politiciens

« Le discours people offre un répertoire formel dont les différents acteurs de l'espace public peuvent s'emparer pour interpeller, en bien comme en mal, la masse des citoyens » (Dakhli, 2010)

Jamil Dakhli définit la peopolisation, expression née dans les années 2000, comme le fait de « rendre people ». Cette notion, aujourd'hui étendue à une plus grande partie de l'univers médiatique, comprend plusieurs définitions. Tout d'abord, elle désigne un individu ou une catégorie d'individus qui se distingue par sa médiatisation. La peopolisation évoque également les médias qui axent leur contenu sur la vie privée de personnalités célèbres. D'un point de vue sociétal, ce phénomène applique surtout une nouvelle rhétorique de la médiatisation, c'est-à-dire « une hyperbole des rouages profonds de l'ensemble des médias » (Dakhli, 2010). Le « people » a investi une pléthore de supports médiatiques comme des émissions télévisées, des fictions cinématographiques, des sites internet, des blogs, plusieurs chaînes consacrées et un genre de roman dédiée.

Ce changement de paradigme s'effectue dans un domaine politique tel que: l'instrumentalisation des formats pour promouvoir l'image des candidats en politique n'est plus surprenante. La classe politique a investi le discours people qui se rapproche plus d'une notion de « scandalisation » de la vie politique. On assiste donc à un rapprochement entre la médiatisation des célébrités du domaine culturel et des politiciens. Les politiciens tentent de reconquérir la scène médiatique, face à une baisse considérable du nombre de plateformes médiatiques à caractère politique. Les enjeux commerciaux ont lentement pris le dessus sur le débat politique télévisé, abandonné

par des citoyens se sentant désabusés par les thématiques récurrentes de la politique (Dakhliya, 2010). Pour parer à cela, les politiciens s'arment de techniques de visibilité médiatique afin d'accroître leur capital de « séduction » tout en « satisfaisant un impératif de proximité » avec leur électorat (Dakhliya, 2010). Ils utilisent ainsi des stratégies de dévoilement de la vie privée, considérées comme « le pivot de la postmodernité » par Marshall (2004, 2006), Rojek (2001) et Turner (2000, 2004).

West et Orman (2002) ont mis au point une classification des personnalités publiques investies en politique. Il existe, selon eux, cinq catégories de célébrités politiques : la première désigne ceux qui ont acquis la célébrité de naissance (la famille Kennedy), puis les célébrités nés d'un scandale politique (Dominique Strauss-Khan, après le scandale du Novotel), ceux qui le deviennent par l'exercice de performances publiques charismatiques et remarquées (le président américain Barack Obama), les politiciens qui ont fait une transition du monde du show business à celui de la politique (Arnold Schwarzenegger, acteur et gouverneur de l'état de Californie). Enfin, on retrouve les hommes politiques élus dans un processus démocratique d'élections politiques.

Avec la notion de célébrité politique, la couverture médiatique associée à certains politiciens se rapproche d'autant plus de celle de célébrités de la culture populaire. Les vedettes épiées dans leur quotidien par les photographes de magazine à sensation laissent désormais la place aux politiciens qui adoptent de plus en plus cette approche de leur vie privée devant les médias : ils sont depuis eux aussi suivis par les médias avides de scandales ou de scoop. La représentation du politicien devient alors complètement différente de celle que l'on connaissait de l'homme politique tout puissant et dont l'image est parfaite, l'homme droit et glorifié.

1.3. La photographie comme vecteur de la visibilité

La sémiologie est un domaine essentiel à la compréhension des métamorphoses sociétales à travers les traces visuelles de notre société - la photo - entre autres. « La corrélation entre les éléments constitutifs de la photo – son contenu et sa forme – représente un riche matériel pour les études sociales, historiques, culturelles, philosophiques, etc. » (Marchenko, 2011). C'est d'autant plus vrai de la photographie associée à la presse. En effet, les clichés journalistiques sont souvent informatifs et viennent alimenter la compréhension et la mémorisation de la nouvelle. Ils possèdent, au-delà de leur valeur documentaire, une « richesse rhétorique » (Marchenko, 2011). Des données visuelles, on extrait une interprétation contextuelle également influencée par les codes artistiques employés par le photographe.

La photographie de presse étant diffusée à grande échelle dans des médias de plus en plus accessibles, elle possède un pouvoir unificateur du sens associé aux symboles sociaux. Les illustrations médiatiques sont « un nœud de rapports qui réunit toutes sortes de pratiques sociales et culturelles » (Agamben, 2007). Ces supports conventionnels de sens sont une mine d'indices construits esthétiquement et idéologiquement. Il s'agit de déchiffrer le manuel d'application de ces codes afin de percevoir les liens sémantiques entre l'esthétisme d'une photo et sa signification. Des facteurs de corrélation sont visibles lorsque les manifestations morphologiques, graphiques et chromatiques présentes sur un cliché sont mises en rapport avec des théories de sémiologie. Les signes qu'un photographe va vouloir mettre en avant dans son travail représentent un message qui ne se concrétise qu'une fois confronté au public. D'après Roland Barthes (1961), « d'une part, une photographie de presse est un objet travaillé, choisi, composé, construit, traité selon des normes professionnelles, esthétiques ou idéologiques, qui sont autant de facteurs de

connotation ; et d'autre part, cette même photographie n'est pas seulement perçue, reçue, elle est lue, rattachée plus au moins consciemment, par le public qui la consomme, à une réserve traditionnelle des signes ; or, tout signe suppose un code, et c'est ce code (de connotation) qu'il faudrait essayer d'établir ».

1.4. Justin Trudeau, le candidat à la loupe

Le pathos est une des composantes de la rhétorique proposé par Aristote, défini comme la prestance d'un orateur et sa capacité de produire une impression positive sur son public en jouant sur les émotions. L'image publique du politicien doit s'aligner sur les attentes des électeurs tout en mettant en valeur des éléments de la personnalité du candidat (Kotler, 1999) ; elle doit refléter sa personnalité et mettre en valeur ses forces et ses valeurs (Giasson, 2006). Justin Trudeau est l'exemple accompli de l'orateur défini selon Aristote. On remarque qu'il porte une attention particulière à son image et à la mise en avant de ses valeurs et de ses attributs. Dès ses débuts, le jour de l'enterrement de son illustre père, il surprend en faisant son baptême médiatique sur la scène politique : « *Justin Trudeau has been in the public eye since he was born. The media's interest in his political prospects was piqued when he delivered an emotional eulogy at his father's funeral.* » (Marland, 2013). Il faut noter que son éloge funèbre commençait par une citation d'une pièce de Shakespeare : « *Friends, Romans, countrymen* ». Le ton dramatique était planté. Justin Trudeau venait de faire son entrée dans le nouveau siècle de la politique-spectacle et qu'il avait très bien compris.

La construction de l'identité du candidat en politique repose sur les trois piliers de l'ethos définis par Guzmán et Sierra (2009) : le premier décrit les attributs physiques du politicien, puis l'angle d'étude se porte sur la personnalité du candidat et enfin sur

les bénéfices tirés des promesses faites à l'électorat par le candidat et son parti. Justin Trudeau a conscience de ce procédé et a prouvé sa capacité d'adaptation aux nouvelles méthodes de médiatisation des candidats en politique. Cela s'est notamment vu dans l'intérêt que lui ont porté plusieurs magazines de mode comme le très célèbre *Vogue*, qui lui a consacré un article et un shooting photo très remarqué (ANNEXE 6). Les politiciens se doivent donc de soigner leur image, voire même de construire une identité autour de leur personnage politique qui suscite fascination et envie pour le grand public (Dakhli et Lhérault, 2008). Après une étude des stratégies de communication de certains politiciens, les auteurs avancent que les politiciens associent leur image à des symboles ou des argumentaires séducteurs qui provoquent une certaine fascination pour le personnage. L'exemple de la montre de la marque Rolex et des vacances exotiques de l'ancien président français Nicolas Sarkozy nous le montre bien. Dans le cas de Justin Trudeau, la fascination qu'il provoque est souvent comparée à la « Trudeumanie » lancée par son père Pierre-Elliott Trudeau, politicien-vedette qui provoquait des rassemblements d'admiratrices à chacun de ses déplacements. Trudeau fils captive l'attention des médias par son charisme et son style moderne : ses grands sourires et sa course aux egoportraits encouragent la frénésie médiatique qui l'entoure.

Dans le cadre médiatique, un des moyens les plus efficaces de s'adresser à un auditoire est de jouer sur l'émotion en utilisant le registre des sentiments pour captiver et persuader le public (Martin, 2009). L'image politique est en grande partie construite sur des éléments provenant du registre émotionnel (Boy et Chiche, 2007). Comme le souligne Anne Marie Gingras : « L'appel aux émotions constitue l'un des procédés rhétoriques les plus fréquents dans le discours politique » (Gingras, 2009). Les politiciens ont bien compris l'importance de ce registre du discours et utilisent un langage qui suscite des symboles forts et un lien de proximité avec l'électorat. Ce

procédé a toujours été privilégié par Justin Trudeau tant son élection dépendait de cette complicité avec l'électorat. Trudeau a toujours été sous les feux des projecteurs puisque son père, ancien Premier ministre canadien, l'emménait partout avec lui et publicisait sa relation avec ses enfants. Le public a donc un lien fort avec ce politicien qu'il a vu grandir et évoluer. Cette complicité avec son électorat, Justin Trudeau l'entretient, en s'affichant dans une pléthore de rassemblements populaires telle que la Fierté Gay ou encore en publiant des photos de ses enfants lors de célébrations intimes¹. L'introduction d'émotions représente une manière de convaincre et d'acquiescer la confiance, si précieuse, de l'auditoire (Bourdieu, 1996 dans Martin, 2009).

La relation qu'entretiennent l'orateur et son public est un lien privilégié, que le politicien va mettre en valeur comme étant un lien « extraordinaire » (Martin, 2009). La prolifération des livres de politiciens racontant leur parcours et leur vécu reflète cette recherche de proximité avec le public, reposant sur « l'idéologie du dévoilement ». Justin Trudeau ne déroge pas à la règle et publie ses mémoires en 2014:

*Terrain d'entente*². Il y décrit son enfance et sa relation avec ses parents et révèle des détails de sa vie personnelle concernant son parcours. Le dévoilement de soi est donc devenu le parfait terrain pour laisser entrer le public dans l'intimité du politicien et laisse une empreinte émotionnelle dans l'esprit du consommateur médiatique. Plusieurs livres³ sont apparus dans les rayons des librairies dans les mois qui ont suivi l'annonce de la candidature au poste de Premier ministre de Justin Trudeau. Les politiciens se

¹ Voir les publications sur le compte Facebook du Premier ministre qui englobe plus 3 500 000 mentions « J'aime ». Justin Trudeau, 2014. *Terrain d'entente*. Montréal, Québec: Les Éditions La Presse, ©2014.

² Paul Tuns, 2015, *The Dauphin: The Truth About Justin Trudeau*. Canada, Freedom Press.

³ Huguette Young, 2015, *Justin Trudeau: l'héritier*, Canada, vlb éditeur.

³ Frédéric Boily, 2015, *De Pierre à Justin Trudeau: portrait de famille de l'idéologie du Parti Libéral du Canada*. Canada, PUL.

dévoilent et les journalistes en profitent : « le déchiffrement des personnalités politiques nourrit une activité exégétique massive chez les journalistes » (Le Bart, 2013).

L'approche divertissante de la médiatisation de la politique soulève la question du statut du politicien dans l'esprit du public. Le politicien est-il un personnage que l'on pourrait rapprocher d'une idole, un acteur médiatique qui générerait des admirateurs ? Thompson (1995) explique que la notion d'adepte ou de « fan » est une caractéristique centrale de l'ère moderne, dans laquelle la visibilité et le positionnement public en société est primordial. Justin Trudeau entretient une certaine proximité avec son auditoire, appuyé par une stratégie numérique de publications participatives. En effet, on constate qu'il encourage systématiquement les internautes à participer et à réagir au contenu publiés sur les réseaux socio-numériques. Des réponses plus que positives et enjouées sont souvent rencontrées sur sa page Facebook, par exemple : « *Justin we love you !* », « *Justin, marry me !* ». Les électeurs ne sont plus seulement des partisans de son orientation ou des citoyens exerçant leur devoir, ils deviennent de véritables fans, des supporters qui engagent une relation de proximité, d'intimité avec des candidats en politique qui sont géographiquement et socialement distants d'eux. Ce modèle peut donc être comparé à un des piliers de ces nouvelles formes de représentation politique. Il existe un brouillage indéniable du cadre de la politique et de la culture qui s'entremêlent pour devenir la nouvelle approche d'une politique plus ludique et interactive.

Nous pouvons désormais poser les bases du questionnement qui va arrimer cette recherche ainsi que les objectifs qui en découlent. Ce mémoire se construit autour de la politique et du traitement médiatique des politiciens à travers la photographie de presse. C'est donc à la rencontre de ces sujets que se trouve l'intérêt de cette recherche. La question est la suivante :

Comment Justin Trudeau est-il représenté dans les médias et en quoi ce traitement médiatique influe-t-il sur son image et sur le cadrage de sa personnalité ?

L'objectif de cette recherche est donc de démontrer les liens manifestes entre le traitement médiatique du politicien et l'image renvoyée de sa personnalité :

- Appréhender les nouvelles règles de la médiatisation du politicien à travers sa forte présence sur divers supports médiatiques et le déplacement du discours politique dans le domaine du divertissement.
- Examiner le rapport de force qui existe entre le politicien : ses idées, son parti; et l'image de marque qui est créée autour de son image politique : sa personnalité, son charisme et son influence sur le public par le biais de sa médiatisation
- Comprendre comment le politicien est mis en avant dans la presse et par quel moyen les médias lui associent une image qui va résonner dans l'opinion publique
- Observer les divers niveaux de traitement médiatique des journaux et comprendre comment la photographie de presse peut influencer l'image du politicien
- Identifier les récits construits autour des empreintes visuelles présentes dans les photographies de presse de personnalités publiques en politique

CHAPITRE 2 : LES GRANDS CONCEPTS DE LA VISIBILITÉ POLITIQUE

2.1. La théâtralisation de la vie politique

Il est important de comprendre pourquoi l'homme politique est attaché à son image ainsi que le rôle du public dans cet échange avec lui. Il faut également remettre en contexte ce besoin de plaire et de convaincre les électeurs par la théâtralité du personnage en politique. Un des auteurs qui a traité des représentations de soi en public et dont on peut relier les théories au monde de la politique est Erving Goffman. Dans son ouvrage *La Mise en Scène de la Vie Quotidienne* (1973), Goffman considère chaque personne comme un acteur et chaque acteur aurait son rôle à jouer au sein de la société, volontairement ou non. Il va notamment aborder les interactions de l'Homme de manière théâtrale.

Pour Goffman, la représentation individuelle donnée par l'acteur est très éphémère tout en étant un élément central du processus de compréhension de l'interaction. « La réalisation dramatique de l'acteur prend en compte les signes et les attitudes incarnés dans la prestation de l'acteur pour la rendre plus fluide et donc plus convaincante » (Goffman, 1973). Un homme politique doit pouvoir s'exprimer en public pour convaincre les électeurs lors de centaines d'évènements de diverses proportions, il doit être bien conscient que même les petits détails comptent dans la représentation faite au public. De plus, Goffman indique que l'acteur doit parfois avoir recours à des subterfuges pour idéaliser son jeu de rôle.

Une autre dimension de la théorie de Goffman s'avère très intéressante pour le monde de la politique. Il s'agit de la « maîtrise des impressions ». L'acteur doit éviter toutes «maladresses » qui pourraient discréditer la construction de sa représentation (Goffman, 1973). L'homme politique est soumis à ces contraintes car la crise peut être déclenchée à la suite du moindre petit geste compromettant que le politicien ferait lors d'une de ses interventions. L'auteur ajoute tout de même que cette « maladresse » peut être volontaire, et qu'à ce moment, l'erreur ou la volonté de nuire fait partie d'un stratagème, d'une « scène » (Goffman, 1973). Ces erreurs peuvent être évitées suite à des techniques défensives telles que la loyauté, la discipline et la circonspection dramaturgiques. Les principes impliquent une retenue des sentiments spontanés lors d'un échange ou encore le fait d'être prudent et de faire preuve de prévoyance envers le public, de bien préparer son intervention pour garder une impression générale favorable.

Enfin, Erving Goffman introduit de véritables notions de théâtre au sein de la théorie de la mise en scène et de la représentation de soi. L'auteur évoque, pour parler de l'acteur, des techniques de mise en spectacle des prises de paroles publiques. Le candidat en politique doit faire preuve de « tact » : tel un comédien, il doit être en mesure de se montrer fluide et malléable dans son discours pour faire écho aux réactions du public (Goffman, 1973). Le politicien doit pouvoir modifier son spectacle selon la convenance des spectateurs et être réceptif aux remarques et contre-arguments. Dans la cadre d'une campagne, l'homme politique est soumis à une exposition médiatique constante, il est donc obligé de suivre une ligne de conduite stricte afin que l'impression générale que le public a de lui ne soit pas altérée. Toute rupture de représentation peut avoir des répercussions sur l'image à long terme. A partir du moment où l'acteur donne une prestation, son image est mise à l'épreuve et sa représentation est soumise aux regards du public. Il est intéressant de voir le glissement entre l'image perçue du politicien par les médias : le résultat de ces interactions

bidirectionnelles avec le public, et l'image voulue par le candidat au départ : la construction de son jeu sur la scène.

Erving Goffman définit donc la visibilité comme la façon et l'ampleur avec laquelle les visages de certaines catégories de personnes sont offerts à la vision d'autrui, sous forme directe ou indirecte, généralement médiatisée et avec divers effets (Goffman, 1975 dans Heinich, 2011).

2.2. Le capital d'une notoriété visible

Nathalie Heinich l'applique elle au phénomène de représentation du «double culte de l'idole et de l'icône » (Heinich, 2011). Les vedettes populaires modernes sont adulées et se transforment en véritables symboles de réussite et de gloire. Il existe en cela une vision binaire du «vedettariat » : la personnalité veut prouver son authenticité sur la «scène » médiatique (au sens théâtrale du terme) mais également montrer ses compétences. Un spectre plus large de personnes a accès à cette vedette et à ses représentations, d'où la notion de « multiplication » (Heinich, 1993). Le public va chercher à confronter « la somme des représentations sémiotiques à l'état de personnalité » pour décider de l'authenticité de la vedette dont l'apparence et l'essence doivent être conformes. C'est avec cette définition d'Heinich que l'on comprend l'importance des « ressources esthétiques », des « capacités photogéniques » et des «talents d'incarnation et d'interactions scéniques » dans la construction de l'image d'une personnalité (Heinich, 2011).

Dans le monde politique, on tend à reproduire les calques de vedettisation de la culture populaire. Un politicien est constamment en représentation théâtrale, comme le soutient Goffman. Il se doit de développer des compétences médiatiques : une solide

préparation au mitraillage photographique des médias. Heinich considère que la multiplication des supports, par lesquels une personnalité publique peut se faire voir de son électorat, est la deuxième norme de la vedettisation qui bouleverse le cadre de la médiatisation. La représentation générée, notamment par les politiciens, est évaluée et réinterprétée par les différents publics. Au cours de ce processus d'évaluation, la personnalité doit sans cesse se renouveler mais aussi se protéger des possibles dysfonctionnements de son image et de la confrontation de ces images avec les valeurs qu'elles véhiculent. La vedette met donc en place un jeu de rôle, un masque « Goffmanien » pour se montrer sous son meilleur jour et profiter de la visibilité qui lui est offerte.

Nathalie Heinich insiste ainsi sur le caractère que l'on associe à ces représentations : les hommes politiques « jouent le rôle » du héros ou encore du saint pour rassembler les foules autour d'une image, manifestation des valeurs qu'ils veulent incarner. Cette capitalisation de la visibilité innove pour disparaître dans les normes sociétales de ce siècle comme l'explique l'auteur : un tarissement du combat pour l'authenticité des échanges médiatiques. De plus, Nathalie Heinich démontre qu'il existe plusieurs types de justification de la visibilité. En effet, une vedette peut être visible et reconnue pour des critères à valeur endogène ou pour des caractéristiques à valeur ajoutée (Heinich, 2012). Une visibilité est justifiée lorsqu'elle est accompagnée d'une valeur qui la précède comme le talent, par exemple. A l'inverse, il existe deux situations où la visibilité d'un personnage n'est pas justifiée : lorsqu'elle arrive par hasard (notoriété accidentelle) ou lorsque la nature même de cette notoriété est en lien avec sa visibilité. C'est le cas pour un présentateur de télévision dont le métier est d'être visible sur les écrans et dont la visibilité découle donc de son statut professionnel. Heinich appelle cela la visibilité auto-engendrée : « ce sont les moyens techniques de mise en visibilité

qui, à la fois, fabriquent et entretiennent le capital de visibilité, par un mouvement circulaire ou, plus exactement, spiralé » (Heinich, 2012).

2.3. Photographie et visibilité politique

2.3.1. Photographie de presse, le reflet enrichi de la société

Frédéric Lambert explique que le publiciste cherche avant tout à faire vendre une marque « en lui donnant vie dans une mise en scène mûrie sous les rayons d'une image idéale de la réalité » (Lambert, 1986). A l'inverse, la photographie de presse est « arrachée au réel » (Guy Gauthier dans Lambert, 1986). Lambert introduit la photographie de presse comme une vision objective de la réalité qui s'appuie sur le reflet des mythes construits en société. Afin de découvrir les liens entre la réalité transmise par la photographie de presse et son écho dans la vie en société, l'auteur se base sur la sémiologie. Lambert montre comment le « jeu d'usure » prouve la valeur des répétitions présentes dans la photographie et leurs significations sur les codes et croyances de la société. Il prend notamment l'exemple de l'usure des plans des stations de métro de Paris, due à la répétition de contact avec les passants cherchant leur chemin et qui montre, par de simples indices, les points stratégiques du métro (celles qui sont le plus pointés du doigt par les utilisateurs). Il manifeste un très grand intérêt pour la sémiologie qui, selon lui, permet de d'éclairer et de réactualiser la richesse symbolique de la photographie de presse : « la sémiologie permet de regarder comment une société s'écrit dans la photographie de presse » (Lambert, 1986).

« En photographie de presse, informer c'est aussi répéter les mythes d'une société » : la photographie de presse ne sert pas seulement à informer mais à divulguer certains

indices iconiques qui vont permettre aux lecteurs de mieux comprendre la société. Ces indices se retrouvent notamment dans les rubriques politiques des journaux et magazines. On y voit des politiciens dans leur travail, au quotidien, lors d'évènements médiatiques ou encore dans le cadre plus intimiste de leur vie de famille. Ces politiciens nous sont montrés sous un angle particulier, dans un cadre spécifique qui laisse transparaître les symboles de la société démocratique, ancrés « dans notre mémoire iconique collective » (Lambert, 1986). L'auteur définit le symbole en photographie de presse comme « la concrétisation, par la représentation du réel, d'un concept ou d'une idée autour desquels les membres d'une société vont se reconnaître » (Lambert, 1986).

La sémiologie est placée au centre de l'analyse de l'auteur. Pour comprendre l'image de presse, il faut pouvoir prendre en compte tous les éléments qui construisent la symbolique de la photographie. « La sémiologie de l'image d'information doit nous montrer que le plus insignifiant fait divers photographique peut contenir l'essence des règles morales, esthétiques et culturelles qui maintiennent une société dans les structures définies par ses membres. » (Lambert, 1986).

Lambert explique qu'il y a deux niveaux d'information dans l'image : le signifiant iconique et le signifié iconique. Ce dernier est découpé en trois catégories, la rhétorique, la symbolique et l'inter iconicité. Lorsque l'on étudie une photographie de presse, on remarque le premier niveau d'analyse strictement visuel. Puis, on constate les éléments symboliques et rhétoriques, tous les détails qui font appel à nos normes culturels et à nos référents historiques. Afin d'être plus précis, l'auteur découpe l'étude de la photo de presse sous trois autres perspectives : il fait mention d'un premier niveau référentiel, suivi d'un niveau analogique et enfin d'un niveau symbolique. Les trois se

complètent pour approfondir l'analyse de l'image et prendre en compte la ressemblance de l'objet photographié avec un référent connu, les effets de réel (émis à travers le cadrage ou les techniques de photographie) et le message mythographique (l'appel aux conventions culturelles iconographiques).

Frédéric Lambert fait également référence au désir transmis par la photographie. Elle diffuse de multiples gestalts relevant de symboles désirables et reconnaissables. Les signes révélés par la photographie nous permettent de reconnaître instinctivement des objets culturels et des représentations d'unités graphiques. La photographie reproduit ces signes distinctifs aux canons de beauté. Elle permet aux lecteurs d'interpréter les traits de l'objet photographié. L'auteur prend l'exemple de Charlie Chaplin, reconnaissable par ses accessoires, ou encore à Hitler, par sa moustache et sa coupe de cheveux. L'objet photographié devient reconnaissable et potentiellement désirable. On associe donc une aura à certaines photographies dans la presse. Celles-ci peuvent véhiculer des valeurs chères au public et constituer un tremplin à l'image de différentes personnalités comme des politiciens à la recherche de couverture médiatique.

L'évocation du mot « mythe » peut refléter plusieurs principes, qui ont évolué avec le temps. La définition de cette idée de récit, qui rend compte des origines du monde et des exploits fabuleux, s'est transformé petit à petit. Appliquée à une analyse sociologique, la notion de mythe se traduit par un ensemble de référents reconnus dans une société comme une norme tacite et mouvante. Un mythe va en effet inférer une collectivité au même comportement ou à la même réaction face à un phénomène donné. Aujourd'hui, on dit que le mythe se lit à deux niveaux : le contenu manifeste et le contenu latent. Cette distinction est à l'origine de l'influence inopinée de la culture sur notre lecture du monde. Le fonctionnement de notre pensée est une infinité de codes sociaux et culturels qui sont forgés dès notre plus petite enfance. En communication,

les mythes régissent les connotations les plus ancrées dans notre processus de discernement, à la fois dans notre façon d'aborder un objet mais également dans notre capacité à trouver des significations personnelles à cet objet, pour se l'approprier. Cela se traduit généralement par des publicités ou des outils de communication et de vente qui font appel aux mêmes symboles mythiques de la société. C'est également une des raisons pour lesquelles les différences culturelles se voient précisément dans la publicité.

2.3.2. L'iconographie politique

Certains auteurs ont proposé une description esthétique de la représentativité politique: « un homme politique doit posséder la capacité essentiellement esthétique de représenter la réalité politique de façons nouvelles et originales » (Ankersmit, 2002). En évoquant le style d'un politicien, il n'est pas rare d'entendre des dénominations telles que « authenticité », « crédibilité », « charisme », ou encore « séduction ». Street définit la notion de style en politique comme une des courroies de transmission de l'identité du politicien et de sa communication: « *Style is the way in which politicians and parties communicate their relationship to the electorate and to their future public goals* » (Street, 2004). Dans le cadre d'une stratégie de séduction, les politiciens tentent donc de bâtir leur image et de consolider leur notoriété par le biais de leur style et de leur physique : comparable à l'effet du packaging sur un produit commercial, le politicien doit signer son apparence pour plaire et séduire les électeurs potentiels (Botton, 2008, Martin, 2006 dans Martin, 2009). Afin de mettre en avant ce style, le politicien va s'afficher sur différents supports. Il va tenter d'apparaître sous un angle avantageux et dans des situations prouvant ses valeurs et qualités. Un des supports privilégiés par les politiciens est la photographie. Ce support peut devenir une brillante métaphore de la carrière d'un politicien. Roland Barthes évoque ainsi la « photogénie

électorale » (Barthes, 1964), principe qu'il définit comme la faculté d'attirer l'attention du public en créant un imaginaire séduisant et une facette de la personnalité politique accueillante et bienveillante : « la capacité à présenter un visage avenant dans la presse, particulièrement sur les supports magazines » (Roland Barthes, *Mythologies*, 1956 dans Magali Nachtergaele, 2012).

C'est non seulement le support photographique mais également la mise en réseau des représentations imagées du politicien qui font le poids de ce médium sur la scène médiatique (Lavoie, 2012). Une image peut faire le tour du monde et propulser un candidat peu convaincant au rang de leader dans la course électorale. Justin Trudeau en est le parfait exemple. Il est capable d'engager le public par la construction d'une symbolique iconique proéminente construite par son apparition télévisée théâtrale aux obsèques de son père, puis par un match de boxe caritatif ou encore par une sortie en famille. La photo lui permet d'associer à son image de jeune séducteur une certaine authenticité dans ses actions et ses valeurs. Cela se prouve dans les sondages : Abacus Poll a conclu que 75% des personnes interrogées s'entendent sur le fait que Trudeau renvoie une image sympathique, certaines catégories de femmes affirment même ressentir des sentiments particulièrement positifs envers le candidat à l'époque de sa course à la chefferie du Parti Libéral (Abacus Poll dans Marland, 2013).

Roland Barthes considérait la photographie comme « une déclaration de la réalité ». Il n'y a, selon lui, pas de place pour la fiction c'est pourquoi on lui associe la notion d'authenticité. La photographie relaye des « images-indices qui s'avèrent être une source d'émotions directes » (Machado, 2015). Ces émotions, qui s'ancrent lentement dans l'inconscient du public, vont donner toute sa puissance au média. La photographie représente un instant, construit ou non, « un moyen d'agir sur la

conscience » (Depardon, 2004). L'iconicité de la photo en fait un outil primordial à la construction de l'image d'un politicien. Le corps politique se bâtit à travers les récits et les symboles qui donnent une valeur au personnage politique. Comme le montre l'exemple du Président Obama, les images publiées autour de sa personnalité engageante ont très certainement été une des raisons de sa victoire (Soulages, 2011). Les symboles véhiculés par la photographie peuvent faire ou défaire un personnage politique. Les clichés sont ainsi étudiés et interprétés afin d'en révéler le sens.

Après avoir posé les bases de la littérature sur le sujet de la médiatisation en politique et les différents phénomènes qui l'entourent, il s'agit présentement d'affiner la question de recherche évoquée précédemment dans ce mémoire. Cette question est la suivante :

Comment les marqueurs iconiques d'interprétation des valeurs introduites par les photographies de presse de Justin Trudeau projettent-ils une représentation de son image et de la perception de sa personnalité, grâce à un traitement médiatique formaté?

CHAPITRE 3 : DESCRIPTION DES DÉMARCHES ANALYTIQUES

3.1. Justin Trudeau dans la presse

Afin de mener à bien cette recherche, il est important de sélectionner les bons outils et les supports appropriés à l'étude du traitement médiatique des politiciens. Ce mémoire se base sur un ensemble de supports médiatiques révélant l'image politique du Premier ministre canadien, Justin Trudeau. L'analyse se basera donc sur des articles de presse concernant Justin Trudeau: quotidiens ou magazines québécois, canadiens et internationaux. Les photographies de presse où le Premier ministre est visible seront extraites des articles sélectionnés. Notre corpus se composera donc de ces images publiques choisies par les médias retenus. Ce type d'éléments visuels nous permettra d'aboutir à des pistes de réflexion sur la disposition des médias à façonner l'image du politicien moderne. Les photographies de presse seront sélectionnées dans le cadre d'une périodicité couvrant quelques mois. Les photos seront choisies pour une période débutant le 19 octobre 2015, ce qui correspond à l'élection de Justin Trudeau au poste de Premier ministre. Elle se terminera au début de l'année 2016, le 27 janvier 2016 afin de couvrir exactement les cent premiers jours de son mandat.

Les supports seront tout d'abord choisis parmi les grands titres de la presse canadienne tels que *The Globe and Mail*, *The Toronto Star*, en plus de journaux québécois comme *La Presse* et *Le Devoir*. Sur la période sélectionnée, on recense plus de deux milles articles traitant de Justin Trudeau sur les supports médiatiques retenus. Sur cet ensemble d'articles, il faudra alors trier ceux étant accompagnés de photographies ou de portraits du Premier ministre. Ces articles seront ensuite enrichis de clichés provenant de journaux ou magazines internationaux. La recherche couvrira la

résonance internationale de l'image de Trudeau à travers l'étude d'articles français et américains.

3.2. L'analyse qualitative

Pour étudier ces articles, nous ferons donc appel à des outils apparentés à la sémiologie. L'analyse qualitative nous permettra non seulement d'établir un lien entre la photographie de presse et le traitement médiatique du politicien mais également de prendre en compte les contextes de production de l'image du politicien à travers ce support médiatique. « La sémiotique est un vaste empire dont les frontières se confondent avec celles d'empires souvent plus grands encore, c'est la marque d'un instrument de réflexion ouvert à l'altérité et à la transversalité. » (Bernard Darras, 2008)

Observer une entité médiatique sans prendre en compte son contexte d'émission ou de production ne permet pas une appréhension complète du phénomène politique qu'elle engendre. C'est ainsi que la sémio-pragmatique vient répondre à cette question centrale à l'étude de l'image de marque et de la politique : celle de l'interprétation. L'approche sémio-pragmatique s'intéresse aux signes développés par transposition d'images sur différents supports médiatiques tels que la télévision, la presse ou encore Internet. La co-construction du contenu publié et ses multiples contextes de compréhension et niveaux d'interprétation complètent la vision que l'on devrait avoir du sujet lorsque l'on étudie ses motivations et sa stratégie sous-jacente.

Roger Odin aborde la sémio-pragmatique comme un outil, un dispositif communicationnel dans lequel les contraintes exercées sur l'objet façonnent la matière (Odin, 2011). Les différents niveaux d'influences du contexte sont le « point de départ

de la production de sens » (Odin, 2011). Cela marque donc une rupture avec l'approche immanentiste du contenu communicationnel. Odin établit une séparation très nette entre la sphère de réception et celle d'émission : l'objet est indépendant de nous et nous en avons une certaine compréhension, sans oublier que le contexte va influencer cette compréhension. La production de sens est construite dans un espace et par le biais de relations fonctionnelles à l'objet. La communication autour de cet objet peut avoir un ou plusieurs « modes » (Odin, 2011); ces modes sont décrits par l'auteur comme étant une structure à la fois discursive, affective et énonciatrice.

Odin perçoit les espaces de communications comme le lieu d'interactions entre différents acteurs. Dans le domaine politique, les acteurs tels que les partis politiques, les candidats, les opposants à ces mêmes candidats, l'électorat et les médias, établissent une construction collaborative de sens. Les théories de cet auteur, au cœur de la notion de sémio-pragmatique, vont nous permettre de présenter une analyse intrinsèque du dispositif média mais aussi une observation globale de l'environnement médiatique et politique du support à l'étude. Le modèle d' « espace de communication » d'Odin a permis de développer un ensemble d'outils accompagnant notamment la lecture de contenus médiatiques telles que les photographies de presse de notre étude. Cette approche nous permettra de prendre en considération l'ensemble des éléments qui forment cet espace de publication et de réception de l'image du politicien. L'auteur, avec son approche pragmatique, donne un caractère plus riche et flexible à l'analyse de contenu sémiologique.

L'analyse sémiologique apporte des indices sur le sens donné à un objet mais cette étude prend tout son sens dans la globalité de sa construction. Les canaux d'échanges entre la sémiologie et les théories de sémio-pragmatique incitent à une évaluation

complète de la situation médiatique en politique. Cette direction épistémologique étaye l'importance de l'image en politique et souligne le rayonnement médiatique de la construction de marque en politique.

3.3. Critères de sélection et justification du corpus

3.3.1. Processus de sélection des supports photographiques

La sélection des photographies de ce mémoire est à la clé de sa réussite et de sa crédibilité scientifique. C'est pourquoi le processus de sélection a été des plus riches et des plus minutieux. Par souci de qualité méthodologique, une grande partie des photos a été sélectionnée par le biais d'une base de données journalistiques. Cette recherche effectuée de manière mécanique, grâce à un ensemble de critères préalablement définis, permet d'obtenir un corpus libre de toutes contraintes. Nous avons le souci de trouver une base de donnée complète, qui pourrait englober un maximum de publications : à la fois diverse dans le format et dans la provenance. Cet outil devait ainsi garantir une recherche assez large pour permettre une sélection de clichés fiable.

Eureka est un logiciel qui répertorie une grande partie des supports journalistiques au monde. C'est donc cette base de données que nous avons décidé d'utiliser pour trouver les articles de presse contenant les photos étudiées. Le logiciel a été un outil central à notre sélection de clichés par le biais de recherche de publications avancée. Elle contient plusieurs fonctionnalités très intéressantes lorsque nous effectuons une recherche ciblée. Des tableaux graphiques accompagnent chaque requête et apportent une vision d'ensemble de la situation médiatique concernant notre sujet. On peut ainsi avoir une meilleure compréhension du contexte dans lequel le sujet évolue

médiatiquement. Par ailleurs, la base de données possède plusieurs niveaux de filtres très utiles lorsqu'il s'agit de restreindre le corpus à un petit échantillon.

Les combinaisons de critères et de filtres appliquées pour trouver un corpus cohérent ont été nombreuses. Il n'était pas évident d'atteindre un ensemble de critères de recherche qui permettrait d'obtenir un nombre gérable d'articles à vérifier. Les premiers pas sur le logiciel ont été un peu laborieux. Avec un échantillon de près de 3000 articles à vérifier, la recherche s'est vite orientée vers un affinage plus précis des critères. La dernière combinaison de critères avait pour résultat un ensemble de 90 articles dans des périodiques québécois, canadiens, américains et français.

La recherche s'est précisée grâce à l'ensemble de restrictions suivantes :

- La publication

Huit publications choisies et subdivisées en pair selon leur provenance, chaque « provenance » devait avoir au moins deux exemples de publications :

Publications québécoises : *Le Devoir* et *La Presse*

Publications canadiennes anglophones : *Toronto Star* et *Maclean's*

Publications américaines : *New York Times* et *Times magazine*

Publication françaises : *Le Monde* et *L'Obs*

- L'article

Il devait contenir une photographie où le Premier ministre était le sujet principal, c'est-à-dire qu'il devait apparaître seul ou comme focus dominant de l'image. L'article devait également suivre les règles suivantes : pas d'éditoriaux, pas de rubriques « essais », « opinions », « débats ». Ces catégories étaient susceptibles d'influencer la neutralité de la recherche. Il ne

devait également pas y avoir de brèves, celles-ci n'étant pas souvent accompagnées de photos et leur longueur ne permettait pas d'atteindre une compréhension complète du contexte de publication.

Les critères entrés dans la base de données se résument donc à ceux-ci :

- Périodicité : les 100 premiers jours après la victoire de Justin Trudeau à l'élection fédérale canadienne, du 19 octobre 2015 au 27 janvier 2016
- Sujet : les mots « Justin Trudeau » ou « Trudeau » devaient se trouver à la fois dans le titre, l'introduction et le texte de l'article
- Photo : la photographie devait être accompagnée du nom de son auteur, la date ainsi que l'article dans lequel elle se trouvait

C'est donc à l'aide de cet ensemble de critères que le corpus s'est construit autour d'une vingtaine d'articles de référence.

3.3.2. Justification de la gamme de clichés et présentation imagée

Le corpus de référence de cette étude se compose d'une vingtaine d'articles afin de permettre une meilleure contextualisation du phénomène médiatique étudié. Le choix des publications s'est effectué de manière équitable entre les quatre provenances les plus cohérentes au sujet de la médiatisation du Premier ministre canadien : le Canada francophone, le Canada anglophone, les États-Unis et la France. Les États-Unis sont le voisin immédiat et grand partenaire politico-économique du Canada, leur inclusion dans cette étude semble donc plus que justifiée. La France, quant à elle, a toujours eu des liens privilégiés avec le Canada et notamment le Québec. Elle détient un poids considérable sur la scène francophone mondiale et peut être utilisée comme exemple de comparaison en termes de médiatisation de la politique.

On remarquera que dans l'ensemble des articles sélectionnés se trouvent des grands quotidiens nationaux, des quotidiens provinciaux et des hebdomadaires (sous forme de magazines). La diversité des supports apportent au corpus une vision globale des formats de publications qui participent à la construction de l'image d'un politicien. Ce large échantillon de périodiques pourra assurer la couverture des différents agendas journalistiques et médiatiques : confirmer ou infirmer de manière définitive cette vision de la politique qui est véhiculée par les médias.

Après la sélection du corpus de référence est venu le moment de construire un corpus d'analyse plus restreint afin de garantir la qualité de l'analyse sémiotique des photographies. Parmi les articles choisis préalablement pour le corpus de référence, il s'agissait de trouver les huit articles qui présenteraient les meilleures conditions d'étude.

Encore une fois, la sélection a été effectuée par le biais de critères définis. Le premier était encore une fois la provenance : les quatre provenance-clé devaient être

représentée. Ensuite, il s'agissait de trouver des articles dont la photographie était assez grande et d'assez bonne qualité pour ne pas endommager la lecture de l'image et son interprétation.

Une fois ces conditions remplies, le corpus d'analyse se composait donc des huit articles présentés dans la section suivante :

- *La Presse*, le 10 décembre 2015, « Justin Trudeau, politicien en vogue », photo de Norman Jean Roy, tirée de Twitter
- *Le Devoir*, le 4 novembre 2015, « Justin Trudeau nommera un gouvernement plus accessible », photo de Sean Kilpatrick pour La Presse Canadienne
- *Maclean's*, le 14 décembre 2015, « The Scion also rises », photo d'Adam Scotti, photographe officiel du bureau du Premier ministre
- *The Toronto Star*, le 6 novembre 2015, « Justin Trudeau won by redefining what “good government” can mean », photo de Blair Gable pour Reuters
- *Le New York Times*, 8 décembre 2015, « Trudeau's Canada, again », ou version papier : 13 décembre 2015, « North Star », photo de Mark Peckmezian
- *Vogue*, le 9 décembre 2015, « Justin Trudeau is the new young face of Canadian politics », photo de Norman Jean Roy pour *Vogue Magazine*
- *Le Monde*, le 1^{er} décembre 2015, « Le Canada reconnaît le danger du réchauffement », photo de Samuel Kirszenbaum/ MODDS
- *L'Obs*, le 10 décembre 2015, « Justin Trudeau, le Kennedy du Canada », photo de Geoff Robins pour Yui-Mok-Pool-AFP

3.4. La grille d'observation

3.4.1. Grille d'observation des catégories extrinsèques (TABLEAU 1)

La sémio-pragmatique reconnaît le fait qu'un objet communicationnel peut être influencé par son contexte de développement. Selon Roger Odin, il est important de prendre en compte des éléments qui se trouvent à l'extérieur du support iconographique.

Catégories d'analyse		Empreintes visuelles	Notions évoquées
Catégories extrinsèques	Le support médiatique		
	L'objectif de l'article		
	Le contexte médiatique		
	Le contexte historique		
	Le contexte socio-politique		
	Singularités ou spécificités de l'image		

3.4.2. Grille d'observation des catégories intrinsèques (TABLEAU 2)

Après la prise en considération du contexte dans lequel l'image est présentée, il s'agira d'analyser le contenu photographique. Ces différents niveaux de contextes génèrent des phénomènes visibles sur la photographie et qui vont guider la lecture de ces images.

	Catégories intrinsèques d'analyse	Empreintes visuelles	Notions évoquées
Contenu de la photo et mise en scène	Personnage(s) présent(s)		
	Place occupée par le(s) personnage(s)		
	Position du personnage		
	Indices de lieux		
	Scénographie et décor		
	Tenue vestimentaire		
	Action et mouvement		
	Implication du destinataire		
Composition de l'image	Code graphique : techniques de photographies		
	Code chromatique : Couleurs, tons et contrastes		
	Code morphologique : plans, cadrage, point de vue et lignes de force		
	Indices rhétoriques		

3.5. La grille d'analyse (TABLEAU 3)

Enfin, la dernière étape sera d'assimiler les signes iconographiques pour les interpréter et faire ressortir le message construit par le média dans cette représentation du Premier ministre canadien. Chaque média fait sa propre lecture de l'information et de la personnalité politique présentée dans l'article. Nous allons donc devoir déchiffrer les indices de la photographie qui nous permettent de comprendre cette interprétation de Justin Trudeau.

Empreintes visuelles		Impact sur le message de l'article	Impact sur l'image politique
Le personnage	Représentation du personnage		
	Représentation de la fonction (présidentielle) du personnage		
Motivation de la photo	Choix journalistiques		
	Lien établi avec le public		
	Lien avec l'image de marque politique		
Stratégies visuelles	Symboles représentatifs de l'exercice du pouvoir		
	Identité visuelle du personnage		
	Iconicité politique de la photographie		

CHAPITRE 4 :L'ANALYSE SÉMIO-PRAGMATIQUE DES PHOTOS DE PRESSE DE JUSTIN TRUDEAU

4.1. Les différents niveaux de critères du processus d'observation

4.1.1. Catégories extrinsèques

Comme on l'a déjà mentionné plus haut dans ce mémoire, il est important de prendre en compte les éléments qui se trouvent à l'extérieur du support iconographique étudié. Le contexte dans lequel la photographie de presse est présentée est tout aussi important que les empreintes qui la composent. La grille d'observation constituée pour cette analyse comprend six éléments extérieurs à la photo étudiée.

Le premier est le support médiatique : le journal ou la revue dans laquelle l'article se trouve peut influencer le contenu, la présentation et l'angle d'analyse de l'article. Il va également déterminer le public-cible par le biais de son rayonnement géographique, son rythme de parution ainsi que le profil-type de son lectorat.

Lorsque l'on a établi le cadre économique dans lequel se trouve l'article, c'est-à-dire la source sur laquelle il est publié, les premières pistes de compréhension du sujet surgissent et c'est l'étude de l'objectif de l'article qui va pouvoir confirmer ou infirmer ces repères. En privilégiant une première approche externe à la photographie, l'analyse s'enrichit de signes contextuels. Le journaliste va débiter la construction de son article avec un objectif en tête, qu'on lui a prescrit ou qu'il a envisagé lui-même. Il fera donc jouer les codes rhétoriques ainsi que les codes de son inconscient lors de l'écriture de son texte. L'article sera ainsi agrémenté de schémas syntaxiques qui vont orienter le lecteur vers un axe de compréhension précis, voulu par l'auteur.

Le contexte est le paramètre qui va véritablement influencer la construction journalistique. L'environnement dans lequel l'article est écrit va donner son véritable sens aux empreintes présentes dans l'article ainsi que dans la photographie. Les conditions dans lesquelles un objet médiatique est exposé ont été prouvées très pertinentes à l'analyse de la photographie (Lavoie, 2012). Le contexte, comme on l'entend dans cette grille d'observation, se décline en plusieurs sous-catégories telles que le contexte médiatique, historique et socio-politique. Ces trois ensembles vont avoir une influence considérable sur la perception de l'article, de la photographie et donc du sujet dont il est question. La toile de fond est ici d'autant plus importante que le sujet de l'analyse est un personnage public et dont la famille est ancrée dans l'Histoire du pays.

Au-delà des codes dérivés de la situation temporelle et graphique de l'article, les singularités de l'image sont également à noter. Elles définissent l'approche donnée au sujet et apportent un message visuel fixe captivant pour la sensibilité rétinienne. Ce sont ces spécificités qui vont guider la lecture de l'image et donc du sujet photographié. La prégnance de certains détails suscite une lecture de l'image dirigée par les choix artistiques et journalistiques de la publication.

4.1.2. Catégories intrinsèques

Le cœur de l'observation se trouve bien évidemment dans la description du cliché de presse. Il s'agit d'examiner le contenu de la photo et la mise en scène de sa substance. Les personnages présents sur la photo sont considérés selon plusieurs points d'analyse allant de leur simple présence jusqu'à la place qu'ils occupent et la position qu'ils ont selon leur emplacement sur la photo. Des indices de perception du personnage sont dissimulés à travers des codes de reconnaissance de l'identité. Ces codes se trouvent dans les vêtements, le style capillaire, les expressions et les mimiques, les insignes ou encore les postures des personnages. C'est à travers l'ensemble de ces preuves visuelles que l'on peut amorcer une inspection du message communicationnel proposé par l'image.

Afin de compléter les données recueillis par l'observation des personnages, il convient d'élargir le champ pour en examiner la scénographie. La scénographie est un autre des points central à la composition de l'image. La description du décor et l'examen des marques de lieux permettent de situer l'observation de la photo dans un cadre spatial déterminé. La scène dans laquelle le personnage est montré est un indice important à la révélation de codes socio-culturels. Ces pistes permettent ainsi de révéler des jeux de pouvoirs et d'image. Par la même occurrence, l'action incarnée et le mouvement des lignes sur le cliché dévoilent la dynamique autour du sujet. On y distingue le rôle des personnages ainsi que leurs motivations. Les traces d'activité révèlent le statut socioculturel des personnages, leur engagement et leur importance. Enfin, la grille d'observation du contenu de la photo est appuyée par des indices de l'implication du destinataire sur le plan de l'énonciation: les personnages regardent-ils l'objectif ? Essayent-ils d'aborder le lecteur pour capter son attention ou plutôt de fixer un point symbolique de l'espace ? Ces prises de contact avec le public, ou au contraire ces

évitements, ont pour but d'asseoir les pistes de réflexion déjà révélées par l'étude des critères précédents.

Le second registre de l'observation de la photographie concerne la composition de l'image. Celle-ci se décline en trois codes distincts. Le code graphique regroupe l'ensemble des techniques de photographiques employées par le professionnel pour mettre en image les notions communicationnelles du thème. Les techniques peuvent aller de l'appareil utilisé, au format de la photo, jusqu'aux conventions de représentations exploitées.

Par la suite, le code chromatique est étudié sous la forme des couleurs, des tons et des contrastes présents sur le cliché. La synthèse soustractive en photographie permet de distinguer l'utilisation de filtres afin d'apporter un effet esthétique prototypique. Ces codes sont encadrés par le symbolisme des couleurs et les valeurs que celles-ci peuvent porter. La photographie est un des rares outils qui est soumis aux règles de la nature : l'éclairage et les conditions de prise peuvent être distincts de la volonté de l'artiste. Par ailleurs, l'acutance (le degré de netteté des lignes présentes sur la photo) et la précision du cliché, elles, dépendent de la qualité de l'appareil utilisé.

Enfin, le code morphologique intervient à travers les plans et points de vue, le cadrage et l'appel aux lignes de force. L'angle donné à la photo et au sujet exposé ont une incidence considérable sur la manière de prendre la photo. Les plans utilisés et les points de vue abordés dans le cliché ont diverses significations qui viennent enrichir la compréhension du message artistique. Le cadrage, lui, permet de situer le sujet dans son environnement mais laisse également paraître les forces et les faiblesses du personnage photographié. Tantôt capturé dans une position de pouvoir : en gros plan, le sujet tourné vers la caméra, ou parfois dépeint sous une fragilité, un personnage en arrière-plan, en contre-plongée.

Afin de clore la liste des critères d'observation intrinsèque de la photographie, nous passerons en revue les indices rhétoriques présents sur la photographie afin de faire un

constat global des marques d'énonciation venant soutenir ou confronter les pistes de réflexion déjà identifiées.

4.2. Les photographies tirées de journaux québécois

4.2.1. La Presse, le 10 décembre 2015 (TABLEAU 4)

L'article de presse à l'étude est tiré de *La Presse*, édition de Montréal, le jeudi 10 décembre 2015 et s'intitule « Justin Trudeau, politicien en vogue ». Il se trouve à la page 15 de la parution, dans la rubrique Actualités. L'introduction de l'article décrit la manière dont a été reçu le Premier ministre canadien après son élection, dans les médias internationaux. Le texte analyse en profondeur le contenu de la photo du couple Trudeau dans le magazine *Vogue*. Ce portrait a été rendu célèbre de par sa rareté dans le milieu politique : en effet, le fait qu'un magazine de mode américain consacre plusieurs pages de sa publication pour faire le portrait d'un dirigeant étranger est extrêmement rare. La photo de presse associée à l'article a été prise par Norman Jean Roy dans le cadre d'un shooting photo pour le magazine de mode américain. La photo a été récupérée sur Twitter par le journal montréalais.

Catégories extrinsèques d'analyse	Empreintes visuelles ou textuelles Notions évoquées
Le support médiatique	Journal francophone / « actualités »
L'objectif de l'article	Description photo vedette avec différents rubriques de points d'intérêt de la photo
Le contexte médiatique	Sujet prisé par les médias : énumération des publications qui ont traité du sujet + importance du portrait dans le magazine Vogue / implication de chercheurs et journalistes

Le contexte historique	« Kennedy Canadien » : comparaison à une grande famille politique américaine, ressemblance évoquée avec la famille Trudeau
Le contexte sociopolitique	Héritage politique de P.E. Trudeau « nouveau visage de la politique canadienne » « le premier politicien canadien à recevoir un tel traitement »
Singularités ou spécificités de l'image	Photo tirée du compte Twitter d'un autre média Photo, résultat d'un shooting photo organisé pour le magazine de mode

La photo, tirée du journal québécois, révèle son importance car elle est en fait elle-même extraite d'un autre support médiatique : le très célèbre *Vogue US*. Le titre de l'article fait également référence à la provenance du portrait avec le jeu de mots « politicien en vogue ». Le sujet-même de l'article est la photo : ce qui donne une singularité à l'angle de traitement de l'information. Ce cliché est symbolique car il vient s'ajouter à une couverture médiatique très abondante de Justin Trudeau depuis sa victoire à l'élection, comme le mentionne d'ailleurs l'article. Le contexte médiatique autour du sujet est favorable et suit un contexte socio-politique chargé en symboles forts. L'article fait mention notamment d'une comparaison avec la famille Kennedy qui vient appuyer la résonance du nom Trudeau dans l'histoire du Canada.

Catégories intrinsèques d'analyse		Empreintes visuelles	Notions évoquées
Contenu de la photo et mise en scène	Personnage(s) présent(s)	Une femme et un homme	Justin Trudeau et sa femme Sophie Grégoire-Trudeau
	Place occupée par le(s) personnage(s)	Les deux : au premier plan	Personnages importants et au centre du sujet de l'article : toute l'attention est concentrée sur eux
	Position du personnage	Personnages corps contre corps, face à face	Sentiment de confiance Complicité entre les deux personnages

Indices de lieux	Pas d'indices de lieux / Sujets séparés de leur environnement	
Scénographie et décor	Décor uni et de couleur bleue/grise	Simplicité du décor donne aspect formelle à la photo Couleurs : rappel du thème du photographe / même fond que d'autres portraits de célébrités créés par Norman Jean Roy Toute l'attention est concentrée sur les deux protagonistes
Tenue vestimentaire	Chemise avec les manches retroussées et cravate classique de couleur rouge pour Trudeau / tenue habillée, de soirée (pas de décolleté, bras couverts) pour Sophie Grégoire-Trudeau	Représentation de son statut politique et d'une image jeune et décontractée Elle n'engage pas la visibilité de son mari avec une tenue sobre et élégante
Action et mouvement	Personnages s'enlacent, se regardent dans les yeux	Renforce complicité et sentiment d'affection et de confiance Action protectrice
Implication du destinataire	Personnages ne regardent pas l'objectif	Trudeau est concentré sur sa femme Emotion profonde du couple
Composition de l'image	Code graphique : techniques de photographies	Portrait Présence d'une table Trudeau s'appuie sur la table et soutient sa femme, qui elle-même s'appuie sur Trudeau
	Code chromatique : Couleurs, tons et contrastes	Couleurs claires et froides, autour des bleus Contrastes avec la cravate rouge de Trudeau et les broderies jaunes de la robe de SGT + Jeux d'ombres Aspect de douceur Exacerbation de son rôle de représentation politique Rouge de la cravate = couleur des Libéraux / style vestimentaire
	Code morphologique : plans, cadrage, point de vue et lignes de force	Plan serré Point de vue frontal Regard mutuel sert de ligne de force Aspect de réalité Accent mis sur la relation entre les deux personnages Pas de trace de prédominance d'un protagoniste sur l'autre : égalité des attributs
Indices rhétoriques	Pas de preuves écrites présentes sur la photo	

La photographie représente le couple Trudeau au premier plan. L'attention est concentrée sur eux grâce à la simplicité du décor et un plan directement centré sur les deux protagonistes. Le regard amoureux que partage le couple crée un sentiment de complicité et de confiance. La photo dégage des émotions fortes et démontre un lien fort entre Justin Trudeau et sa femme. Les bras enlacés du couple indiquent un instinct protecteur, le lecteur entre dans l'intimité du couple. La photographie est également une représentation du statut de Trudeau et de l'image qu'il voudrait partager du Canada. Sa tenue vestimentaire rappelle quelques-uns de ses slogans de campagne. La chemise aux manches retroussées (sans veste de costard) avec la cravate aux couleurs de son Parti donne un aspect dynamique et jeune à son personnage.

4.2.2. Le Devoir, le 4 novembre 2015 (TABLEAU 5)

L'article de presse à l'étude est tiré du Devoir, édition du mercredi 4 novembre 2015. Il se trouve à la page 3 de la parution, dans la rubrique Actualités et a été rédigé par Marco Fortier. Son titre reprend une citation du texte : « Justin Trudeau nommera un gouvernement plus accessible ». Le papier explique le déroulement de la journée d'assermentation du Premier ministre, journée marquant le véritable début de mandat pour Justin Trudeau. L'article analyse les détails de cette journée et annonce également les installations mises en place pour la médiatisation de l'évènement. Le cœur de l'article se concentre sur la potentielle composition de son gouvernement. La photo de presse associée à l'article a été prise par Sean Kilpatrick pour l'agence *La Presse Canadienne*.

Catégories intrinsèques d'analyse	Empreintes visuelles ou textuelles Notions évoquées
Le support médiatique	Journal provincial québécois francophone Rubrique « actualités »
L'objectif de l'article	Description des préparatifs de la cérémonie d'assermentation de Trudeau Spéculations autour de la composition du gouvernement
Le contexte médiatique	Sujet prisé par les médias et d'une importance nationale Article explique importance médiatique
Le contexte historique	Entrée au pouvoir de Justin Trudeau 47 ans après son père P.E. Trudeau / 1 ^{ère} fois dans l'histoire du Canada qu'un fils de Premier ministre arrive lui-même à la tête du pays
Le contexte sociopolitique	Attentes lourdes pour Trudeau après 2 mandats aux mains des conservateurs Scruté pour son jeune âge et doute quant à ses capacités
Singularités ou spécificités de l'image	Photo prise à la volée Hors d'un cadre de représentation officielle

L'article décrit un moment crucial de la vie d'un politicien : la cérémonie d'assermentation. Il s'agit du jour où le mandat du Premier ministre commence véritablement, une date attendue par les médias puisqu'elle donne le ton pour les quatre années à venir. C'est également la première représentation officielle du gagnant désigné – après le discours de victoire. L'article s'intéresse principalement à la composition du futur gouvernement, apportant des combinaisons possibles parmi les députés libéraux du pays. Le texte présente aussi les mesures prises pour accueillir le public lors de l'évènement afin de faciliter l'accès et la visibilité de la cérémonie. Les attentes sont lourdes pour le jeune Premier ministre qui doit faire face à un contexte historique et politique chargé. Une pression que l'on ne retrouve pas nécessairement sur les indices iconiques de la photo adjointe à l'article.

Catégories intrinsèques d'analyse		Empreintes visuelles	Notions évoquées
Contenu de la photo et mise en scène	Personnage(s) présent(s)	Un homme	Justin Trudeau
	Place occupée par le(s) personnage(s)	Au centre de la photo	Toute l'attention est concentrée sur lui
	Position du personnage	Trudeau ne regarde pas la caméra / Corps ¾ de face	Cliché spontané Trudeau ne pose pas pour la photo
	Indices de lieux	Environnement extérieur Grillage de chantier, engin de chantier vert, verdure sauvage	Déplacement : dynamisme
	Scénographie et décor	Décor de rue : béton et grillage + panneau de chantier + engin vert	Décor sans importance ici car cliché pris à la volée Pas de choix artistique ou de mise en scène
	Tenue vestimentaire	Lunette de soleil Ray Ban modèle « Aviator » Chemise bleue rentrée dans son pantalon jeans délavé avec ceinture en cuir marron apparente Veste à carreaux en laine gris foncée Cocarde coquelicot	Image décontractée du cowboy Implication dans une cause chère aux Canadiens avec le port du coquelicot pour le jour du souvenir (donne indice de temps : autour du 11 novembre)
	Action et mouvement	Personnage marche avec élan	Dynamisme et entrain
	Implication du destinataire	Personnages ne regardent pas l'objectif	Ne sait pas qu'il est photographié
Composition de l'image	Code graphique : techniques de photographies	Photo prise à l'insu du personnage, pas de techniques recherchées	

	Code chromatique : Couleurs, tons et contrastes	Couleurs claires et froides du cadre urbain sauf engin de chantier vert Contraste avec le coquelicot rouge de la veste de Trudeau	Rouge du coquelicot attire l'œil : représentation de son statut politique
	Code morphologique : plans, cadrage, point de vue et lignes de force	Plan zoomé Point de vue de biais et éloigné Regard fuyant, hors champ	Aspect de réalisme et de naturel Attention du protagoniste n'est pas concentrée sur le photographe
Indices rhétoriques		Pas de preuves écrites présentes sur la photo	

L'article est aussi accompagné d'une photo du futur Premier ministre canadien. Sur ce cliché, on peut voir Justin Trudeau qui marche avec élan dans la rue, près d'un chantier. La médiatisation intensive autour de son assermentation peut être constatée sur cette photographie. Trudeau a très probablement été pris en photo à son insu, suivi par des photographes et des journalistes. Le suspens autour de la constitution du nouveau gouvernement et la relative proximité avec sa date d'élection concentrent l'attention des médias. Le Premier ministre est épié tant dans son quotidien que dans ses décisions politiques. Le naturel de la photo, prise à la volée, apporte plus d'indices sur la personnalité du politicien. La photo étant spontanée : Justin Trudeau n'en connaît pas le contenu. Elle représente donc une représentation « réaliste » de la personnalité du nouveau Premier ministre.

La représentation qui est faite du politicien n'est pas vraiment en accord avec le climat d'observation médiatique intense. Trudeau n'apparaît pas stressé et son attitude dévoile une démarche fluide et un style plutôt décontracté. Sa tenue vestimentaire rappelle celle d'un cowboy moderne. Les lunettes Ray Ban, la chemise rentrée dans le pantalon jeans, la ceinture de cuir marron : il est présenté ici comme un conquérant du Far West. La

photographie renvoie à l'idée que Justin Trudeau va conquérir le Canada le 4 novembre à la cérémonie d'assermentation à partir de laquelle il va officiellement accéder au pouvoir. Justin Trudeau prend à cœur son devoir de représentation en arborant le coquelicot du Jour du Souvenir afin d'apporter son soutien aux combattants de la Première guerre mondiale.

4.3. Les photographies tirées de journaux canadiens anglophones

4.3.1. Maclean's, le 14 décembre 2015 (TABLEAU 6)

L'article de presse à l'étude est tiré du magazine *Maclean's*, paru le 14 décembre 2015. L'article de 3 pages se trouve à partir de la page 42 de la parution, dans la rubrique « *Politics* » et a été rédigé par Paul Wells. Le titre de l'article est « *the scion also rises* » : une référence aux liens de parenté entre Justin Trudeau et P.E. Trudeau, ancien Premier ministre du Canada. Le texte introduit Justin Trudeau comme le « *newsmaker of the year* », c'est-à-dire la personnalité politique qui a généré le plus d'attention médiatique en 2015 avec son parcours intensément relayé dans les médias. Le papier traite de la campagne et de la victoire inattendue des Libéraux. Le journaliste explique également les décisions prises par le Premier ministre lors des premiers défis de son mandat et décrit le contexte dans lequel Trudeau fils est arrivé au pouvoir. La photo de presse associée à l'article a été prise par Adam Scotti, le photographe officiel du Premier ministre. La photo en couleur occupe 1 page et 2/3 et a donc été envoyée aux médias par le cabinet d'Ottawa.

Catégories extrinsèques d'analyse	Empreintes visuelles ou textuelles Notions évoquées
Le support médiatique	Magazine national anglophone Rubrique « politics »
L'objectif de l'article	Explication de l'attention médiatique qu'a pu recevoir Trudeau lors de la campagne Description du climat dans lequel il a accédé à son poste Analyse de la composition de son gouvernement Commentaires sur l'image que renvoyait Trudeau en tant que candidat et sa crédibilité de Premier ministre
Le contexte médiatique	Sujet prisé par les médias et d'une importance nationale : titre de « newsmaker of the year »
Le contexte historique	Entrée au pouvoir de Justin Trudeau 47 ans après son père P.E. Trudeau 1 ^{ère} fois dans l'histoire du Canada qu'un fils de Premier ministre arrive lui-même à la tête du pays
Le contexte sociopolitique	Attentes lourdes pour Trudeau après 2 mandats aux mains des conservateurs Scruté pour son jeune âge et doute quant à ses capacités Contexte mondial saturé par la violence et l'insécurité : exemple des attaques terroriste en France
Singularités ou spécificités de l'image	Photo prise par le photographe officiel du Premier ministre : Adam Scotti Article long (plus d'une page) Photo sur 1 page et 2/3

Le texte propose une approche globale de la situation de Trudeau. Le journaliste explique en profondeur le contexte d'élection du candidat libéral. Wells introduit certains éléments contextuels qui permettent de comprendre les défis et les facilités dont le politicien profite. La photographie révèle plusieurs particularités. Tout d'abord, la photo a été prise par le photographe officiel du Premier ministre, Adam Scotti. Il est présent tous les jours aux côtés du politicien pour capturer chaque instant de son quotidien ainsi que les grands rendez-vous médiatiques. Ses photos sont donc validées par les équipes du Premier ministre et sujettes à des règles très précises.

Catégories intrinsèques d'analyse		Empreintes visuelles	Notions évoquées
Contenu de la photo et mise en scène	Personnage(s) présent(s)	Un homme	Justin Trudeau
	Place occupée par le(s) personnage(s)	Au centre bas de la photo	Personnage central
	Position du personnage	Trudeau ne regarde pas la caméra Personnage regarde l'horizon avec un sourire léger	Idee de spontanéité
	Indices de lieux	Arrière-plan : grande bâtisse avec une architecture classique des bâtiments officiels	Colline Parlementaire à Ottawa, Ontario
	Scénographie et décor	Environnement extérieur grilles / marches	Décor reflétant le poste de Premier ministre de Trudeau
	Tenue vestimentaire	Protagoniste en pantalon noir et veste noire avec un bouton ouvert Chemise bleue et cravate rouge à pois blancs Chaussures noires légèrement usées / Chaussettes colorées	Habillé en accord avec son statut politique tout en prônant un style décontracté (bouton ouvert) / Choix de la cravate et des chaussettes : protagoniste prend les codes vestimentaires avec légèreté
	Action et mouvement	Personnage descend les marches avec entrain	Dynamisme
	Implication du destinataire	Personnages ne regardent pas l'objectif	Trudeau place son corps, sa tête et dirige son regard vers l'horizon
Composition de l'image	Code graphique : techniques de photographies	Contre-plongée	Donne aspect de grandeur Accentue importance du personnage

	Code chromatique : Couleurs, tons et contrastes	Couleurs claires : dans les tons de beige et gris du cadre urbain sauf pelouse verte sur les extrémités du paysage Couleur des grilles : noire	Couleur représentant le style d'architecture du Parlement Emphase sur les grilles avec contraste de couleur : les grilles représentent l'accès au pouvoir
	Code morphologique : plans, cadrage, point de vue et lignes de force	Point de vue frontal en taille réelle Ligne de regard hors champ Cadre crée par les portes métalliques noires	Aspect de réalisme et de naturel Attention du protagoniste n'est pas concentrée sur le photographe mais se dirige vers l'avenir
Indices rhétoriques		Logo de « news maker of the year » dans un bleu clair (couleur pure)	

Trudeau est habillé en tenue classique de costard-cravate, mais apporte une dimension de légèreté avec le choix des couleurs et des motifs de sa cravate et de ses chaussettes. Il se démarque ainsi par l'originalité de celles-ci, ce qui lui donne une image de malice. L'importance du personnage est renforcée par le plan en contre-plongée. Trudeau regarde l'horizon devant le Parlement à Ottawa, capitale canadienne. Son corps aussi est positionné de manière ouverte et il arbore un sourire discret qui laisse entrevoir la confiance personnelle. Trudeau est dans son élément, il pose juste devant le centre névralgique de son nouveau poste. L'emphase sur les grilles avec le contraste de couleur marquent une représentation des portes du Parlement comme les portes du pouvoir. La ligne de force que représente son regard dirigé vers un point hors champ montre qu'il avance vers son idée du Canada (le pays étant représenté par les grilles du Parlement qui l'entourent à sa gauche et sa droite).

4.3.2. The Toronto Star, le 6 novembre 2015 (TABLEAU 7)

L'article de presse à l'étude est tiré du journal *The Toronto Star*, paru le 6 novembre 2015. L'article de près de 950 mots est disponible en version numérique dans la rubrique « News // Insight ». Il a été rédigé par John Cruikshank, l'éditeur-en-chef du journal et président du Star Media Group. Le titre de l'article (« *Justin Trudeau won by redefining what « good government » can mean* ») reprend une citation de Cruikshank et annonce la couleur du texte avec la notion de « *good government* ». L'article introduit la vision de la politique que Trudeau a essayé d'instaurer pendant la campagne. Le journaliste évoque des notions telles que la morale ou encore le bon « *morally good. Virtuous. Right.* ». Cruikshank présente de manière chronologique l'évolution de la perception du candidat libéral face à ses opposants: « *by Labor Day his message began to get noticed* ». La photographie accompagnant le papier, est un cliché de Blair Gable qui travaille pour l'agence Reuters. Elle a été prise lors de la cérémonie d'assermentation de son gouvernement, cérémonie où Trudeau déclara sa phrase devenue célèbre « *because it's 2015* ». La photo étant visible sur la version numérique du journal, sa taille et son emplacement sont sujets aux normes de publication du site : elle apparaît en haut de l'article et fait toute la largeur de la page de lecture.

Catégories extrinsèques d'analyse	Empreintes visuelles ou textuelles Notions évoquées
Le support médiatique	Journal anglophone canadien (version numérique) Rubrique «news // insight »
L'objectif de l'article	Retour sur la campagne fédérale 2015 Comparaison entre les positionnements des différents candidats Explication de la notion de « gouvernement moral » que Trudeau a mis en avant dans sa campagne
Le contexte médiatique	Jour de l'assermentation du gouvernement de Justin Trudeau Medias concentrés sur cette cérémonie et moins sur l'angle traité dans cet article

Le contexte historique	Entrée au pouvoir de Justin Trudeau 47 ans après son père P.E. Trudeau 1 ^{ère} fois dans l'histoire du Canada qu'un fils de Premier ministre arrive lui-même à la tête du pays
Le contexte socio-politique	Attentes lourdes pour Trudeau après 2 mandats aux mains des conservateurs Scruté pour son jeune âge et doutes quant à ses capacités : comparaisons fortes entre les candidats Idée de moralité du nouveau gouvernement scruté
Singularités ou spécificités de l'image	Photo prise d'un article en version numérique Photo prise pour une agence de presse

Le texte exploite un bilan de la campagne. Le 6 novembre 2015, le nouveau Premier ministre va entrer en poste officiellement avec la nomination publique de son gouvernement. Ce jour marque véritablement la fin de la campagne fédérale de 2015. C'est donc le temps de revenir sur les quelques mois qui ont précédé cette cérémonie, c'est le moment de comparer les différentes tactiques politiques et de faire les postulats de ce nouveau mandat aux mains des Libéraux après presque dix années de politique conservatrice au Canada. L'attention des médias est concentrée sur la composition du gouvernement et les premières annonces de Trudeau en tant que Premier ministre. John Cruikshank, lui, décide de se pencher sur la campagne et sur le positionnement utilisé par les politiciens. Il explique les points de différence et de rapprochement entre les plans médiatiques des divers partis.

L'auteur détaille la notion de « gouvernement moral » que Trudeau a mis et met encore en avant depuis le début de son implication en politique. Cruikshank constate que les arguments de « morale », de « bon » et de « dignité politique » ont souvent été employés par l'équipe libérale pour vanter les mérites de son futur gouvernement. Le journaliste donne donc une vue d'ensemble des enjeux politiques découlant de la clôture de cette période électorale et des questionnements qu'elle a proposés.

Catégories intrinsèques d'analyse		Empreintes visuelles	Notions évoquées
Contenu de la photo et mise en scène	Personnage(s) présent(s)	1 ^{er} plan : un homme 2 ^{ème} plan : plusieurs personnes, hommes et femmes	Justin Trudeau et son nouveau gouvernement
	Place occupée par le(s) personnage(s)	La moitié basse de la photo Trudeau au centre	Justin Trudeau est entouré et soutenu par son gouvernement
	Position du personnage	Trudeau ne regarde pas la caméra / Personnage regarde l'horizon avec un sourire léger / Debout derrière un pupitre qu'il tient fermement avec ses mains de chaque côté	Prestance et position solennelle
	Indices de lieux	Arrière-plan : grande bâtisse en pierre	Colline Parlementaire à Ottawa, Ontario
	Scénographie et décor	Environnement extérieur Plusieurs drapeaux canadiens Premier plan : pupitre en bois avec blason officiel	Cérémonie officielle Emplacement extérieur spécialement aménagé pour l'allocution du Premier ministre
	Tenue vestimentaire	Protagoniste en costume noir avec une chemise blanche et une cravate bleue Coquelicot rouge broché sur sa veste	Habillé en accord avec son statut politique Tenue très sobre et moderne Soutien pour le Jour du Souvenir
	Action et mouvement	Personnage se tient debout derrière un pupitre avec les mains visibles, agrippant les deux côtés du pupitre	Prestance
	Implication du destinataire	Personnages ne regardent pas l'objectif	Trudeau regarde l'horizon Les personnages au second plan ne semblent pas être concernés par les objectifs

Composi- tion de l'image	Code graphique : techniques de photographies	Cliché couvrant l'actualité Objectif mis au point sur Trudeau // flou du second plan	Accessibilité du personnage Cadrage officiel, photo d'actualité pour illustrer l'évènement Emphase sur le personnage principal : Trudeau
	Code chromatique : Couleurs, tons et contrastes	Couleurs claires à l'arrièreplan : le bâtiment en pierre Couleurs plus sombres : tenues des personnages / Couleur rouge : coquelicot + certains éléments vestimentaires / Couleur marron : pupitres en bois	Aspect officiel de la cérémonie avec un code couleur de contraste entre l'environnement et les protagonistes + pupitre couleur bois, matière noble et robuste
	Code morpho- logique : plans, cadrage, point de vue et lignes de force	Point de vue frontal en taille réelle Ligne de regard hors champ Ligne d'horizon formé par les rangés de personnes au second plan	Attention du protagoniste n'est pas concentrée sur le photographe Trudeau se concentre sur son public, prise de contact direct Soutien formé par les membres du gouvernement du second plan
Indices rhétoriques		Pas de preuves écrites présentes sur la photo	

La photo nous présente Justin Trudeau et son nouveau gouvernement, le jour de l'assermentation. Trudeau adopte une position très solennelle qui est renforcée par la présence des membres de son gouvernement, debout derrière lui. Le nouveau Premier ministre fait preuve de prestance en arborant un regard lointain et en agrippant les côtés du pupitre avec ses deux mains. Il montre ainsi sa présence et son importance avec un aspect d'élan et de dynamisme. Trudeau ne parle pas mais sourit légèrement, la photo a dû être prise lors d'une pause durant son allocution : le Premier ministre sourit certainement suite aux applaudissements de la foule.

Le décor laisse penser qu'un emplacement extérieur a été aménagé pour l'annonce du nouveau gouvernement devant un bâtiment officiel à Ottawa. Trudeau porte un costume sobre et moderne tout en soutenant les combattants canadiens avec le coquelicot du Jour du Souvenir. On remarque que tous les membres du gouvernement derrière lui ont

revêtu le même symbole rouge. La couleur marron du pupitre rappelle le bois : matière noble et robuste. Le Premier ministre s'appuie sur ce matériau pour effectuer son discours. Cet élément vient renforcer l'idée que l'annonce que Justin Trudeau fait est solide et fiable.

Le cadrage de la photo est associé à une photo officielle, une photo d'actualité qui illustre un évènement à forte couverture médiatique. Le focus de l'appareil étant réglé sur Trudeau, cela suscite une emphase sur le personnage en floutant les membres du gouvernement en rangs derrière le Premier ministre. Ils interviennent comme soutien à leur candidat triomphant.

4.4. Les photographies tirées de journaux américains

4.4.1. Le New York Times Magazine, le 13 décembre 2015 (TABLEAU 8)

L'article de presse tiré journal *The New York Times Magazine*, a été écrit par Guy Lawson et est paru le 13 décembre 2015. L'article de plusieurs pages est disponible également sur la version numérique du magazine : le texte a été publié sur leur site internet le 8 décembre 2015 avec un format modifié de la photographie. L'article possède deux titres : la version numérique s'intitule « *Trudeau's Canada, again* » alors que la version papier du magazine a pour titre « *North Star* ». Le premier est une référence à la lignée politique de la famille Trudeau et du père emblématique du Premier ministre : P.E. Trudeau. L'utilisation de l'adverbe « *again* » reflète les attentes autour de l'arrivée au pouvoir du fils Trudeau et la comparaison perpétuelle avec les idées et l'attitude de son père. Le deuxième titre « *North Star* » est une évocation du

rayonnement du Premier ministre canadien sur la scène internationale depuis son élection. L'étoile du Nord est une allusion au lien géographique qui unit les États-Unis et son voisin au Nord tandis que l'utilisation du mot « star » renvoie à la popularité de Trudeau qui a été sous les projecteurs médiatiques à l'international et notamment aux USA. Les photographies qui accompagnent l'article ont été prises lors d'une séance photo spécialement dédiée à l'article du *New York Times Magazine*. Ce sont des clichés d'autant plus importants que le magazine est le premier journal à avoir intégré des photographies imprimées. C'est donc un support iconique dans l'histoire de la photographie de presse. Nous avons choisi une de ses photos pour notre analyse. Le cliché sélectionné est celui qui figure sur la deuxième page du reportage : la plus grande photo, puisqu'elle couvre toute une page. On considère alors que c'est la photo principale de l'article. Elle est, par ailleurs, reprise en photo d'entête pour la version numérique de l'article.

Catégories extrinsèques d'analyse	Empreintes visuelles ou textuelles Notions évoquées
Le support médiatique	Supplément hebdomadaire du journal national anglophone américain / version numérique et version papier
L'objectif de l'article	Décrire les premiers pas du Premier ministre canadien et la situation politique dans laquelle il fait ses débuts Offrir un coup d'œil exclusif aux coulisses de son poste
Le contexte médiatique	Une couverture médiatique très importante autour de l'élection surprise de Trudeau au poste de Premier ministre du Canada
Le contexte historique	Entrée au pouvoir de Justin Trudeau 47 ans après son père P.E. Trudeau 1 ^{ère} fois dans l'histoire du Canada qu'un fils de Premier ministre arrive lui-même à la tête du pays
Le contexte sociopolitique	Une relation US/Canada au point mort avec le prédécesseur de Trudeau : Stephen Harper

Singularités ou spécificités de l'image	Tiré d'un magazine hebdomadaire 2 versions de l'article avec 2 titres différents Photographie prise lors d'une séance photo spécialement organisée pour le magazine
---	---

Guy Lawson a visité le bureau du nouveau Premier ministre canadien pour obtenir un meilleur portrait de Trudeau fils. L'auteur décrit son expérience à Ottawa à la première personne. Il nous invite dans l'intimité de son entretien avec le Premier ministre canadien : il y décrit le décor, l'ambiance et même les odeurs. Il laisse la parole à Trudeau en intégrant un nombre important de citations directes. Lawson explique les premiers pas de Justin Trudeau dans son nouveau poste : les coulisses de la mise en place de son cabinet. Il évoque également l'importance du rôle du Canada pour son voisin du Sud, notamment en termes d'économie et de politique internationale. Le journaliste explique par ailleurs les conflits politiques propres au Canada et rappelle les tensions existantes avec les différents partis, notamment son prédécesseur Stephen Harper.

Catégories intrinsèques d'analyse		Empreintes visuelles	Notions évoquées
Contenu de la photo et mise en scène	Personnage(s) présent(s)	un homme	Justin Trudeau
	Place occupée par le(s) personnage(s)	Premier plan rapproché	Portrait met en valeur le protagoniste
	Position du personnage	Le personnage est assis	Trudeau derrière son bureau
	Indices de lieux	Boiseries / Drapeau canadien Table	Bureau du Premier ministre dans la Tour de la Paix

	Scénographie et décor	Table en cuir et en bois Fauteuil en cuir noir Téléphone fixe Drapeau canadien Mur de boiseries	Atmosphère chaleureuse et très masculine Bureau officiel Ambiance studieuse
	Tenue vestimentaire	Chemise blanche avec manches retroussées / Cravate en soie rouge tissée avec motifs légèrement plus clairs / Montre avec bracelet en cuir marron foncé	Tenue sobre et décontractée Pas une tenue de sortie officielle
	Action et mouvement	Le combiné du téléphone à la main / La bouche légèrement ouverte / le regard détendu	Justin Trudeau est au téléphone Il est à l'aise et maîtrise la situation
	Implication du destinataire	Le personnage ne regarde pas l'objectif / Regard dirigé vers la gauche du cadre	Trudeau est concentré dans son appel et ne porte pas attention au photographe
Composi- tion de l'image	Code graphique : techniques de photographies	Portrait Eclairage directionnel, artificiel et neutre Filtre « vintage »	Aspect préparé et fabriqué de la photo / Prestance et référence aux grands politiciens Photo historique
	Code chromatique : Couleurs, tons et contrastes	Couleurs chaudes : Cravate rouge foncé Drapeau rouge et blanc Bois Reflets bruns des cheveux	Atmosphère chaleureuse et accueillante
	Code morphologique : plans, cadrage et point de vue et lignes de force	Point de vue frontal zoomé Ligne de regard hors champ (vers la gauche du cadre)	Attention du protagoniste n'est pas concentrée sur le photographe Trudeau est détendu et naturel
Indices rhétoriques		Pas de preuves écrites présentes sur la photo	

La photographie qui accompagne cet article est dans un rapport de congruence avec l'angle de l'auteur. Justin Trudeau est vu dans son intimité avec un portrait rapproché

du Premier ministre, dans son bureau. L'article partage quelques détails sur la vie de politicien de Trudeau ainsi que sur ses premiers pas à la tête du pays. On retrouve ces éléments dans les détails iconographiques de la photographie. Trudeau est pris en pleine action : on le voit en train d'échanger au téléphone de manière très décontractée. Son statut est représenté par le drapeau canadien derrière lui ainsi que certains indices de lieux comme les boiseries du bureau de la Tour de la Paix. Il y règne une ambiance chaleureuse de par l'utilisation de couleurs chaudes mais aussi studieuse puisque l'on voit Trudeau dans le cadre de son quotidien en tant que Premier ministre. L'article fait mention d'un coup de fil du Président Obama, rappelé ici par le téléphone que tient en main son homonyme canadien. Enfin, le filtre de la photographie participe à la création d'un aspect vintage avec un ensemble de couleurs ternes et un éclairage directionnel franc.

4.4.2. Vogue, le 9 décembre 2015 (TABLEAU 9)

L'article tiré du site internet vogue.com est daté du 9 décembre 2015 et a été intégré à la parution du magazine *Vogue* de Janvier 2016. Le sujet a été traité par John Powers, éditeur contributeur au célèbre magazine de mode américain. Le titre de l'article est « *Justin Trudeau is the new young face of Canadian politics* ». On remarque que les adjectifs utilisés pour qualifier le Premier ministre sont de nature plutôt positive. « *New* » et « *young* » font également référence aux arguments de campagne de Trudeau qui voulait se placer comme un revers complet de la vision Harper du Canada. Le fait que Justin Trudeau soit jeune et nouveau est vu comme un atout pour la représentation de la personnalité politique, même si certains de ses opposants ont utilisés ces mêmes qualificatifs pour le critiquer.

Les photos de cet article ont été prises par Norman Jean Roy, un photographe notamment connu pour ces clichés des plus grandes célébrités d'Hollywood. Ce photographe a été précédemment introduit dans l'analyse de la photographie reprise dans *La Presse*.

Catégories extrinsèques d'analyse	Empreintes visuelles ou textuelles Notions évoquées
Le support médiatique	Magazine de mode anglophone américain Vogue Janvier 2016 = version papier Vogue.com le 9 décembre 2015 = version numérique Approche positive du sujet «the youthful, optimistic face of Canada »
L'objectif de l'article	Retour sur les événements-clés de la vie de Trudeau / Approche biographique du politicien Description vestimentaire et stylistique du Premier ministre et de son épouse Entretien avec Justin Trudeau
Le contexte médiatique	Une couverture médiatique très importante autour de l'élection de Trudeau au poste de Premier ministre du Canada Moment-clé : «They've come by the thousands to be part of history »
Le contexte historique	Entrée au pouvoir de Justin Trudeau 47 ans après son père P.E. Trudeau 1 ^{ère} fois dans l'histoire du Canada qu'un fils de Premier ministre arrive lui-même à la tête du pays « Following in his father's footsteps »
Le contexte socio-politique	1 mois après l'assermentation de Justin Trudeau au poste de Premier ministre du Canada « dramatic upset victory » Changement de cap en politique au Canada : « Breaking with precedent »
Singularités ou spécificités de l'image	Tiré d'un magazine mensuel 2 versions de l'article (en ligne et papier) Photographie prise lors d'une séance photo spécialement organisée pour le magazine

Vogue étant un magazine américain, son angle d'approche n'est pas vraiment de traiter de la politique interne mais de couvrir le phénomène médiatique canadien. L'article se

base sur le témoignage de plusieurs journalistes présents, ou non, lors de la cérémonie d'assermentation. Il se base également sur un entretien avec le sujet même de l'article : Justin Trudeau, ainsi que sa femme Sophie Grégoire-Trudeau. L'article fait référence aux spécificités canadiennes en politique. Il compare Trudeau à des icônes politiques américaines et se présente comme une sorte d'introduction au personnage de Justin Trudeau (en dehors du Canada). Il y a deux remarques que l'on pourrait faire sur cet article. La première est que Trudeau est dévoilé sur un ton plus positif, l'auteur utilise des adjectifs à valeur positive pour qualifier le Premier ministre canadien : « *youthfull* », « *optimistic* », « *glamorous* », « *effortlessly bilingual* », « *political gold* »... La seconde réflexion qui s'impose ici est l'angle stylistique et esthétique donné au reportage. John Powers apporte des détails très précis lorsqu'il décrit sa visite à Ottawa: que ce soit sur l'environnement qui l'entoure « *in the prime minister's office, a concerto in maple with auburn-hued wood paneling, auburn-hued desk, and mapleleaf flags* » ou encore sur Justin Trudeau-même: « *Strikingly young and wavy-haired, the new prime minister is dashing in his blue suit and jaunty brown shoes* ».

Catégories intrinsèques d'analyse		Empreintes visuelles	Notions évoquées
Contenu de la photo et mise en scène	Personnage(s) présent(s)	un homme	Justin Trudeau
	Place occupée par le(s) personnage(s)	Premier plan rapproché de biais	Portrait met en valeur le protagoniste
	Position du personnage	Le personnage est assis, son coude adossé à une table	Pose artificielle et réfléchi
	Indices de lieux	Aucun indice de lieux / Sujet séparé de son environnement : photo prise en studio photo	
	Scénographie et décor	Table en bois sur laquelle Trudeau s'appuie Fond uni et texturé	Atmosphère très sérieuse et officielle Décor épuré

	Tenue vestimentaire	Chemise blanche avec cravate en soie texturée de couleur foncée / Veste noire / Alliance apparente à la main gauche / Cheveux coiffés en arrière et bien ordonnés	Tenue officielle représentant son statut politique
	Action et mouvement	La tête montrant le profil gauche et le regard tourné dans la même direction/ La tête appuyée sur sa main gauche / Un doigt tendu sur sa tempe gauche	Posture classique de portrait officiel Rappel des poses des plus grands noms historiques/ similarités avec la pose d'une statue
	Implication du destinataire	Le personnage ne regarde pas l'objectif Regard dirigé vers le coin haut/gauche du cadre	Trudeau est concentré dans son appel et ne porte pas attention au photographe
Composition de l'image	Code graphique : techniques de photographies	Portrait de profil Eclairage directionnel, artificiel et neutre	Aspect préparé et fabriqué de la photo Cliché officiel
	Code chromatique : Couleurs, tons et contrastes	Noir et blanc Nuances de gris	Photographie très formelle
	Code morphologique : plans, cadrage et point de vue et lignes de force	Point de vue frontal zoomé Ligne de regard hors champ (vers le coin haut-gauche du cadre)	Attention du protagoniste n'est pas concentrée sur le photographe Trudeau est dirigé vers l'avenir
Indices rhétoriques		Pas de preuves écrites présentes sur la photo	

L'article aborde le Premier ministre sous un angle esthétique et personnel. Cette approche se fait sentir dans le cadrage et les aspects morphologiques de la photo qui accompagne l'article. Le plan rapproché nous amène dans la sphère intime du politicien, qui est souvent représenté par son profil gauche. La photo a très certainement été prise dans un décor fabriqué pour l'occasion, puisque l'on ne distingue aucun indice de lieux, le fond est texturé et uni : un fond de toile de studio.

Le Premier ministre est accoudé à une table en bois au premier plan : une pose très officielle, qui laisse paraître l'attention aux détails de la posture de Trudeau. Par ailleurs, on voit souvent Justin Trudeau les manches de chemise retroussées et en tenue plutôt décontractée. Sur cette photo, le Premier ministre arbore une allure beaucoup plus officielle, avec une cravate en soie texturée de couleur foncée, une veste noire et une chemise blanche ajustée. On distingue également son alliance à la main gauche et une coupe de cheveux ordonnée. Enfin, le noir et blanc de la photo vient souligner la prestance accordée au personnage sur la photographie.

4.5. Les photographies tirées de journaux français

4.5.1. Le Monde, le 1er décembre 2015 (TABLEAU 10)

L'article à l'étude est tiré du journal français *Le Monde* et date du 1^{er} décembre 2015. Il est présent en page six du journal, dans la rubrique « Planète » et s'intitule « Le Canada reconnaît le danger du réchauffement ». Le texte couvre un peu plus de la moitié de la page du journal. Il a été écrit par Nicolas Bourcier et Stéphane Foucart à partir d'un entretien avec le Premier ministre canadien lors de la conférence sur le climat de Paris COP21 en novembre 2015. L'article est construit sur le modèle de « Questions/Réponses » avec le politicien. On y discute des nouvelles réglementations mises en place par le gouvernement canadien en matière d'environnement. Les affirmations de Trudeau se basent sur des arguments chiffrés et établis dans le temps. Certains points de différences entre les systèmes d'exploitation des ressources énergétiques français et canadiens sont notamment abordés. La photo qui accompagne cet article a été prise par Samuel Kirszenbaum de l'agence MODDS pour le journal *Le Monde*.

Catégories extrinsèques d'analyse	Empreintes visuelles ou textuelles Notions évoquées
Le support médiatique	Journal national français / Quotidien payant le plus lu de France / Traitement de l'information non partisan
L'objectif de l'article	Entretien avec le Premier ministre canadien en visite à Paris pour la COP21 Questionner Trudeau sur sa politique environnementale
Le contexte médiatique	Evènement international fortement médiatisé Trudeau récemment entré au pouvoir : période d'attention médiatique intense
Le contexte historique	Canada= un des pires pays en matière de politique environnementale, exploitation des sables bitumineux + peu d'implication dans les mesures internationales sur la réduction des gaz à effet de serre
Le contexte sociopolitique	2 semaines après les attentats du 13 novembre de Paris : nervosité autour de l'organisation de cet évènement de grande ampleur Grands enjeux climatiques discutés lors de la COP21
Singularités ou spécificités de l'image	Prise par le photographe affilié à l'agence MODDS

L'article a été écrit lors de la conférence sur le climat de Paris qui a eu lieu fin novembre 2015. Il s'agit d'une période assez délicate pour la France qui vient de vivre une attaque terroriste à peine deux semaines avant la date de début d'une conférence internationale, accueillant plusieurs chefs d'État mondiaux. Face à l'importance du sujet climatique, le gouvernement français décide de poursuivre l'organisation de la conférence. Le danger climatique est donc au cœur des préoccupations des médias ainsi que la sécurité autour de l'évènement suite aux tragiques évènements que la ville a subis. L'article est construit comme un entretien directement resitué à partir des réponses obtenues auprès du Premier ministre canadien lors d'une entrevue en personne. Le Canada n'est pas vraiment réputé pour son engagement dans la lutte contre les gaz à effet de serre et le réchauffement climatique. C'est pourquoi il s'agit d'un sujet central pour le nouveau gouvernement libéral du Canada. Justin Trudeau doit faire ses preuves et montrer qu'il

va respecter ses engagements de campagne. Le titre de l'article utilise le verbe «reconnaître », faisant écho au fait que le pays ne jouait pas un rôle essentiel s'agissant d'environnement. *Le Monde* nous informe donc sur le changement de positionnement du pays.

Catégories intrinsèques d'analyse		Empreintes visuelles	Notions évoquées
Contenu de la photo et mise en scène	Personnage(s) présent(s)	un homme	Justin Trudeau
	Place occupée par le(s) personnage(s)	Place centrale, au premier plan	Portrait Sujet déterminant de la photo
	Position du personnage	Corps fait face à l'objectif Tête légèrement tournée vers la droite du cadre	Trudeau est à l'aise Aspect naturel
	Indices de lieux	Aucun indice de lieux	
	Scénographie et décor	Décor uni sombre Texture de fond = tissu pourrait être apparenté à des rideaux noirs	Décor crée pour la séance de photo
	Tenue vestimentaire	Veste gris marengo (ou gris fer) en flanelle légère Chemise bleu pervenche Cravate aubergine avec des reflets de fuchsia texturée et quadrillée	Tenue contemporaine et mode Apparence jeune et dynamique
	Action et mouvement	Trudeau est en train de boutonner sa veste des deux mains	Photo prise en mouvement Trudeau est soucieux de son physique et de son style
	Implication du destinataire	Sujet ne regarde pas l'objectif Parcours visuel de la photo se concentre sur le visage et les mains / Sourire à peine visible	Attitude spontanée Aisance de Trudeau devant les caméras Regard démonstratif

Composition de l'image	Code graphique : techniques de photographies	Portrait taille Eclairage directionnel Lumière dure	Toute l'attention est centrée sur le personnage
	Code chromatique : Couleurs, tons et contrastes	Fort contraste entre le sujet au premier plan et l'arrière-plan Couleurs froides	
	Code morphologique : plans, cadrage et point de vue et lignes de force	Point de vue légèrement en plongée Regard hors champ dirige ligne de force Pas de présence d'éléments significatifs dans l'arrière-plan	Cliché naïf Le spectateur s'imagine le contexte dans lequel cette photo a été prise, dirigé par la ligne de regard de Trudeau
Indices rhétoriques		Pas de preuves écrites présentes sur la photo	

Justin Trudeau est exposé au premier plan de ce cliché dans un décor minimaliste. Trudeau joue avec la caméra, ne regarde pas l'objectif mais sourit en coin. Trudeau est en mouvement sur la photo, qui se veut naturelle et spontanée. Deux adjectifs qui vont de pair avec la dimension dynamique et jeune qu'il transmet à la caméra. Il est vêtu d'une tenue représentative de son statut politique (veste de couleur foncée et chemise/cravate) tout en laissant entrevoir un style moderne et audacieux (choix des matériaux et des couleurs). L'éclairage est dirigé sur le sujet par projecteur directement braqué sur le visage de Trudeau. Cette luminosité intense concentrée sur le Premier ministre l'expose au public de manière nue. C'est un peu comme si le photographe voulait révéler la vraie nature de Trudeau. Paradoxalement, la ligne de force créée par le regard hors champ du protagoniste accentue le mystère autour du personnage. En effet, le regard de Trudeau, que l'on peut qualifier de profond, est concentré sur un élément à l'extérieur du cadre de la photo.

4.5.2. L'Obs, le 10 décembre 2015 (TABLEAU 11)

L'article est tiré du magazine d'actualité hebdomadaire français datant du 10 décembre 2015. Le titre de cet article « Justin Trudeau, le Kennedy du Canada » et fait partie de la rubrique « Grand Format » / Amérique du Nord. L'auteur de ce texte est Philippe Boulet-Gercourt, correspondant du magazine à New York. Les photos qui accompagnent le sujet ont été prises par Geoff Robins pour l'agence Yui Mok et l'AFP. L'article se trouve à la page soixante-neuf de la revue et s'étend sur plusieurs pages. Il contient plusieurs photos mais nous avons choisi la photo prédominante du reportage : celle qui couvre toute une page du magazine et qui se trouve avant le début du texte. Le titre de l'article évoque un référent historique qu'il est intéressant d'investiguer. En effet, on compare souvent la famille Trudeau à celle des Kennedy aux Etats-Unis.

Catégories extrinsèques d'analyse	Empreintes visuelles ou textuelles Notions évoquées
Le support médiatique	Magazine français 10 décembre 2015 Hebdomadaire d'actualité
L'objectif de l'article	Retour biographique sur la vie personnelle et les accomplissements politiques de Justin Trudeau Plusieurs témoignages de journalistes et d'écrivains qui ont travaillé avec lui ou écrit sur lui ou encore de son entourage
Le contexte médiatique	Trudeau récemment entré au pouvoir : période d'attention médiatique intense / Media étranger = vision externe de la politique canadienne, découverte (ou redécouverte) du personnage politique
Le contexte historique	Entrée au pouvoir de Justin Trudeau 47 ans après son père P.E. Trudeau 1 ^{ère} fois dans l'histoire du Canada qu'un fils de Premier ministre arrive lui-même à la tête du pays : « fils d'un politicien légendaire »
Le contexte sociopolitique	Relation séculaire entre la France et le Canada (surtout au Québec) Quelque mois avant l'élection présidentielle française

Singularités ou spécificités de l'image	Prise par le photographe affilié à l'agence Yui Mok et à l'AFP
---	--

Le journaliste revient sur les grands événements de la vie du nouveau Premier ministre canadien. Il y dévoile à la fois des éléments de sa vie personnelle et des moments-clé de son ascension politique au sein du Parti Libéral Canadien puis à la tête du deuxième pays le plus vaste au monde. Le magazine français aborde le sujet de manière très informationnelle, étant un média étranger, *L'Obs* se concentre surtout sur la couverture de l'actualité et l'introduction du personnage politique canadien sur la scène internationale. Le journaliste met l'emphase sur les détails du portrait de Justin Trudeau qui permettent de mieux cerner le personnage et ses intentions politiques.

Catégories intrinsèques d'analyse		Empreintes visuelles	Notions évoquées
Contenu de la photo et mise en scène	Personnage(s) présent(s)	un homme	Justin Trudeau
	Place occupée par le(s) personnage(s)	¾ de la photo	Personnage central
	Position du personnage	Profil droit	Attention de Trudeau n'est pas focalisée sur la caméra
	Indices de lieux	En extérieur	Assermentation du 4 novembre à l'extérieur du Parlement à Ottawa
	Scénographie et décor	Plusieurs couleurs chaudes : camaïeu de rouge, orange et marron	Automne au Canada Décor naturel
	Tenue vestimentaire	Veste bleu marine en flanelle légère / Chemise blanche / Cravate texturée et quadrillée oscillant entre bleu nuit et bleu cobalt / Cocarde en forme de coquelicot	Tenue de circonstance Tenue sobre Bleu représente confiance et autorité Soutien au Jour du Souvenir

	Action et mouvement	Trudeau a la bouche ouverte et sourit	Photo prise en mouvement Trudeau est en train de parler
	Implication du destinataire	Sujet ne regarde pas l'objectif	Attitude naturelle Regard démonstratif
Composition de l'image	Code graphique : techniques de photographies	Portrait zoomé / Eclairage diffus et naturel / Lumière éclaire son visage de face	Toute l'attention est centrée sur le personnage
	Code chromatique : Couleurs, tons et contrastes	Couleurs chaudes à l'arrièreplan Couleur froide sur le personnage à l'avant plan	Couleurs de l'arrière-plan viennent complimenter l'aspect plus officiel du bleu de la tenue du Premier ministre
	Code morphologique : plans, cadrage, point de vue et lignes de force	Gros plan / Point de vue légèrement en contre-plongée Bouche + regard hors champ dirige ligne de force /Objectif focalisé sur le sujet au premier plan et flou à l'arrière-plan	Importance du personnage Prestance du personnage par un effet de grandeur apporté par la contre-plongée Image sympathique, spontanée
Indices rhétoriques		Pas de preuves écrites présentes sur la photo	

La photo qui introduit le reportage de *L'Obs* a été prise le jour de l'assermentation du Premier ministre canadien, le 4 novembre 2015. Il est photographié à l'extérieur, très certainement devant le Parlement canadien à Ottawa, puisque c'est là que Justin Trudeau fait son premier discours après son entrée au pouvoir officielle. Le gros plan du politicien lui donne la prestance d'un grand Homme, souligne l'importance de ce moment dans son ascension politique mais aussi l'intérêt de cette journée pour le Canada. Le magazine français présente ici de manière subtile les couleurs de l'automne canadien, célèbre dans le monde entier. Ces couleurs chaudes autour des rouge, orange et marron sont floutées à l'arrière-plan pour assurer l'efficacité du portrait. Elles forment le cadre dans lequel le Premier ministre va entrer en fonction et construit la nouvelle image du Canada à l'international. Le Canada, ce ne sont plus seulement les arbres aux belles couleurs chaudes, c'est aussi un nouveau Premier ministre. La tenue de Justin Trudeau en cette journée cruciale reflète son nouveau statut politique et

apporte des indices sur sa vision du poste de Premier ministre. En arborant des tons de bleus, Trudeau associe son entrée au pouvoir à des notions de confiance et d'autorité. On le voit sourire sur le cliché de Robins avec une attitude naturelle et un regard démonstratif. Une parfaite démonstration du charme à l'américaine : tel John F. Kennedy, le « Canadian Kid » accède au pouvoir.

CHAPITRE 5 : DISCUSSION : LES PHOTOGRAPHIES DE PRESSE, REFLET D'UNE NOUVELLE VISION DU POLITICIEN

Afin de conduire à terme notre analyse, l'iconicité politique de la photographie sera passée au crible. Le rôle de cette analyse est bien de faire ressortir les symboles représentatifs de l'exercice du pouvoir, sans oublier l'identité visuelle du personnage que l'on se doit de considérer comme une des traces recherchées du message journalistique derrière la photographie de presse politique. L'identité visuelle d'un politicien peut s'observer à travers les symboles visuels et les comportements sociaux du personnage. Si le politicien a l'habitude d'être photographié en chemise ouverte : cela fera partie intégrante de son identité visuelle. Toutefois, le politicien se doit de présenter une image qui vient conforter son autorité. C'est là qu'interviennent les symboles d'exercice du pouvoir comme le bureau qu'il possède ou l'importance qui lui est donné sur le cliché.

5.1. Les indices du processus d'analyse

En entamant la discussion autour des clichés analysés, les photographies seront explorées d'un point de vue plus critique. Le portrait de Justin Trudeau est évalué sous différents angles afin d'en extraire des traces de composition médiatique. Il s'agit ici de dévoiler les signes de construction d'une image médiatique du personnage politique. En suivant la logique de notre analyse, nous nous attarderons tout d'abord à l'examen du personnage. Dans le processus de sélection des photographies de ce corpus, un des critères était que le Premier ministre devait se trouver sur la photo de manière

prédominante. C'est ainsi que l'on peut affirmer que la représentation du personnage se trouvera être au cœur des préoccupations de cette analyse.

Avant toute chose, il s'agit d'évaluer les indices que laisse paraître la photo sur le caractère et la personnalité du sujet photographié (en dehors de son institution). Le but est de comprendre comment le photographe veut montrer son objet. Quelle image souhaite-t-il renvoyer de cet homme ? Les attributs de son individualité mais également sa correspondance aux normes culturelles sont à prendre en considération. Les raisons de sa posture ou de ses expressions renvoient à une possible explication de sa personne. Le photographe est un producteur d'émotions, de sensibilités créées à travers le partage d'un instant de la vie du sujet. Comment le photographe approche-t-il l'objet afin de compléter sa narration ?

En effet, le personnage de Premier ministre sera scruté afin de pouvoir en extraire un maximum d'indices sur les techniques de présentation. Comme l'indiquait Schwartzberg, le personnage politique est très souvent regroupé sous quatre grandes bannières (1977). La première est celle du héros. Le personnage sur la photo est-il représenté tel un héros ? Les traces iconiques sont un excellent moyen de déterminer des ressemblances avec les protagonistes des légendes et des mythes. La seconde est celle du commun des mortels. Le politicien est-il perçu comme un homme ordinaire ? La photo peut révéler des similitudes avec les valeurs du peuple. Des notions de simplicité, de proximité avec le public ou encore de statut d'égalité sont à surveiller dans les clichés médiatisés. En troisième vient l'image de « leader de charme », cette impression qui est donnée aux politiciens sur les photographies dignes de séances photo de célébrités. Le but est de reconnaître des ressemblances avec le monde des « people », la comparaison avec un environnement glamour et des postures invitant à l'envie et à la fascination. Enfin, la dernière bannière possible est celle du « père ». Celle-ci se

traduit par des signes de glorification du personnage. Le politicien est adulé et le montre par sa prestance, ses expressions et une mise en scène révélant une posture d'autorité et de sagesse.

Une fois l'étude du personnage effectuée, ce sont les motivations derrière le choix de la photo, ou la création de la photo (pour les clichés pris dans le cadre d'une collaboration photographe/journaliste) que nous allons évoquer. Le journaliste a un rôle crucial à jouer dans la compréhension des idées présentées dans l'article. Il va choisir le sujet de l'article mais surtout l'angle par lequel il veut aborder la question. Il faut garder à l'esprit que le journaliste est soumis aux thèmes d'actualités et à l'agenda interne de la publication. Il possède tout de même la liberté de définir la charpente de ses idées. Le journaliste sait que la photo qu'il va choisir pour son article va contribuer au succès de la visibilité de ces propos et à l'illustration de la description qu'il fait du personnage politique. La photographie est une courroie de communication établie, que ce soit avec le public ou avec l'image de marque politique du personnage photographié. Il est intéressant d'examiner comment ce lien se construit par la photo et les signes visuels de cette relation. Les liens établis avec le public peuvent provenir de plusieurs signes de ressemblance avec celui-ci. Ils peuvent autrement émaner de sentiment de sympathie à l'égard de son individualité. Il ne faut tout de même pas omettre de mentionner le lien avec l'image politique qu'il renvoie. Est-ce que la photo du Premier ministre est en accord avec l'image qu'il veut établir sur la scène politique ? Ou vient-elle se heurter à l'idée qu'on se fait de sa personnalité ?

Comme on l'a vu plus haut dans cet exposé, la photographie est un support riche en symboles. A travers l'analyse du corpus de photographies de presse, nous avons pu percevoir des éléments esthétiques liés au portrait de Justin Trudeau dessiné par les médias. Plusieurs détails viennent caractériser le portrait-type du Premier ministre

canadien dans la presse. Nous allons les examiner afin d'en retirer la symbolique de la représentation de son statut de politicien et de sujet médiatique international.

Nous nous appuyerons ainsi sur les théories évoquées un peu plus haut dans cette étude comme le rôle de la photographie de presse vu par Frédérique Lambert, les différentes catégories de positionnement en politique introduites par Schwartzberg ainsi que les notions de théâtralisation d'Erving Goffman. L'organisation de cette analyse se fera sur le modèle de valeurs proposé par Nathalie Heinich, auteure centrale à l'interprétation que nous pouvons faire de ces clichés de presse. En effet, la couverture journalistique étudiée ici révèle trois récits : le récit d'affiliation, le récit de valeur et celui de la personnalité. Cette organisation en différents récits fait écho aux notions de valeurs endogènes et de valeurs ajoutées évoquées par Nathalie Heinich dans son ouvrage intitulé *De la visibilité : excellence et singularité en régime médiatique* (Heinich, 2012).

5.2. Le récit d'affiliation

5.2.1. Justin Trudeau, l'adoubement politique

Le premier niveau d'interprétation de la couverture journalistique du Premier ministre canadien est son affiliation à des grands noms de la politique canadienne et internationale. En effet, on dit de la valeur d'affiliation qu'elle est le fruit d'une célébrité antérieure à la visibilité du sujet. Cette visibilité devient donc « valeur superfétatoire » (Heinich, 2012), associée à l'appartenance à une famille royale. Le protagoniste possède donc sa célébrité par des biais dérivés.

Dans le cas de Justin Trudeau, on remarque une double affiliation : un adoubement politique et historique. Tout d'abord, une affiliation familiale est incontestablement présente dans sa représentation médiatique. L'emblème politique qu'a été son père confère à Trudeau fils une notoriété construite depuis sa naissance. La famille Trudeau est considérée comme une famille de premier rang dans l'Histoire politique du Canada. La place qu'a occupée Pierre Elliott Trudeau dans la construction du Canada moderne est centrale, ce qui en fait donc un symbole politique fort. Justin Trudeau est le premier fils d'ancien Premier ministre du Canada à avoir été élu au même poste. C'est donc des liens forts qu'il entretient avec l'image de son père et une médiatisation acharnée depuis sa plus petite enfance. Le Premier ministre jouit donc de l'affiliation familiale avec un nom de famille qui résonne dans l'esprit des Canadiens. Cette association est très présente lorsque l'on étudie le contexte historique des articles de presse. Il n'y a pas nécessaire d'empreintes visuelles de P.E. Trudeau sur les photographies de presse du nouveau Premier ministre mais son père est très présent dans la construction journalistique des articles à son sujet. On retrouve en effet l'évocation de son nom plusieurs fois dans les articles du corpus. Ce sont souvent des références au contexte historique dans lequel Justin Trudeau est arrivé au pouvoir qui reflète son bagage familial. En effet, nous pouvons prendre l'exemple de l'article de *Maclean's* de Paul Wells qui titre « the scion also rises » (la progéniture s'élève à son tour), référence directe au fait que Justin atteigne le poste que son père occupait 47 ans plus tôt (*Maclean's*, ANNEXE 3).

Par ailleurs, Justin Trudeau bénéficie d'une deuxième affiliation marquante : une association dans le domaine politique. L'analyse des photographies de presse du corpus a en effet montré que le Premier ministre canadien est souvent représenté sous des similarités frappantes avec l'ancien Président des États-Unis John F. Kennedy. C'est cette affiliation qui est la plus probante du point de vue de l'analyse des photographies

du corpus. On remarque que cet angle de présentation médiatique est à la fois valable aux États-Unis, où des rapprochements peuvent être logiques entre une grande famille de la politique américaine et canadienne, mais aussi dans des pays étrangers comme la France, dont l'un des périodiques titre « Justin Trudeau, le Kennedy du Canada » (*L'Obs*, ANNEXE 8). Il s'agit donc d'un thème de représentation politique récurrent dans la médiatisation de Trudeau, c'est pourquoi nous nous sommes plus amplement attardés sur les analogies entre ces deux personnages politiques.

5.2.2. Le nouveau John F. Kennedy

John F. Kennedy est le 35^{ème} président des États-Unis, en poste de 1961 à 1963. Il est connu pour nombre de ses prises de position notamment sur les avancées spatiales, sur la position des USA sur la scène internationale et sur l'égalité des droits. Kennedy est resté dans les mémoires comme une icône politique américaine, son assassinat ayant créé une fascination autour de son personnage et une notoriété incontestable. Il était réputé pour l'attention médiatique qui l'entourait et pour les foules de femmes qui l'adulaient à chacun de ses déplacements. Président le plus jeune de l'Histoire des États-Unis, il fascinait et envoûtait son auditoire par ses discours mais aussi par l'exposition « glamour » qui en était fait par les médias. Son épouse Jackie fut la Première dame des États-Unis à accaparer autant l'intérêt des médias.

C'est dans l'article de *La Presse* (10 décembre 2015, ANNEXE 1) que l'on remarque la comparaison la plus flagrante entre le président américain et Justin Trudeau. En effet, le Premier ministre canadien est surnommé « le Kennedy Canadien », comparaison entre deux grandes familles politiques qui ont marqué l'Histoire de l'Amérique du

Nord. Le lien crée avec Kennedy vient soutenir la résonance du nom Trudeau dans l'Histoire du Canada (référence à l'héritage politique de P.E. Trudeau).

De plus, un des articles de notre corpus d'analyse fait le rapprochement entre les deux politiciens dans le titre même du reportage. Il s'agit du texte paru dans le magazine français *L'Obs* (10 décembre 2015, ANNEXE 8) : « Justin Trudeau, le Kennedy du Canada ». Le titre de l'article évoque le référent historique et annonce le point de vue adopté par l'auteur. Justin Trudeau est comparé à John F. Kennedy de par les multiples points en commun qu'ils affichent. Les Trudeau ainsi sont considérés comme les Kennedy canadiens. Les deux familles sont ancrées en politique sur plusieurs générations. L'auteur évoque le fait que Justin Trudeau possède l'intelligence émotionnelle de John F. Kennedy. Bain de foule après bain de foule, ils ont tous les deux conquis la scène politique de leur pays respectif. Ils utilisent leur charme pour séduire et convaincre leur auditoire, très à l'aise devant les caméras.

Quant à l'aspect esthétique de leur médiatisation, les points communs sont nombreux. Dans l'article du *New York Times Magazine* (13 décembre 2015, ANNEXE 5) Justin Trudeau est dépeint comme les grands politiciens des dernières décennies, entouré de pléthore d'indices symboliques de l'autorité. Derrière son bureau, au téléphone avec un drapeau canadien sur le quart vertical extrême droit, une posture décontractée et le regard enjoué : les ressemblances flagrantes dans l'attitude et la mise en scène du personnage politique sont nombreuses. Le président américain était souvent photographié dans son bureau, centre névralgique de sa fonction. On constate cette similitude avec Trudeau qui est très souvent exposé dans les médias par des photographies prises à Ottawa. La prestance de Justin Trudeau est exacerbée ici (dans l'article du *New York Times Magazine*) par l'aspect historique donné au cliché, par le biais d'un filtre vieillissant la photo. Le magazine exacerbe l'importance de Trudeau

fils comme s'il faisait déjà partie des personnages politiques importants de l'Histoire, déjà présents dans les manuels scolaires. Il le rapproche donc encore une fois, de son homologue des années 1960.

5.3. Le récit de la valeur

5.3.1. Mérite et représentation de la valeur

Le deuxième récit introduit par les journalistes est celui de la valeur. Nathalie Heinich retrace la notion de valeur à l'idée de démocratie, régime où la performance et le talent sont au centre des caractéristiques de mérite. Ces notions sont très étroitement liées à la visibilité de la personnalité, car il ne s'agit pas seulement d'être talentueux : il faut aussi pouvoir le montrer sur la scène médiatique. C'est de cette nuance qu'est né le processus de légitimation de la représentation du politicien : les hommes politiques peuvent être mis en avant autant pour leur charisme que pour leurs idées. Ainsi, certains politiciens qui ne maîtriseraient pas les rouages de la médiatisation en politique pourraient être desservis par cette évolution de la couverture de la politique dans les médias. A l'inverse, d'autres peuvent bénéficier de ce tremplin pour placer leur personnage politique au cœur de l'attention médiatique et baser leur campagne sur la visibilité. Heinich avance ici que c'est avec ce processus qu'en politique « la dépendance envers l'image s'intensifie » (Heinich, 2012). Justin Trudeau a souvent été critiqué pour cet aspect de sa campagne : ses opposants lui reprochent de ne pas avoir de véritables idées politiques, seulement une apparence physique attirante. L'auteure indique que la prééminence de l'image renvoie au phénomène critiqué de peopolisation du politique, qui engendre une intensification de la « politique de confiance » (Thompson, 2000). La forte visibilité et le sentiment de proximité avec le

politicien va encourager un vote de confiance plus qu'un vote idéologique. Le public va prendre en compte la manière dont le politicien est représenté dans les médias.

Heinich démontre l'importance de la « popularité » de la personnalité publique (Heinich, 2012). Elle évoque le fait d'être reconnaissable comme une faculté de toucher plusieurs sphères de la société par le biais de ses performances politiques. La mise en visibilité du politicien s'opère ici avec une « célébrification », c'est-à-dire une augmentation du capital de « visibilité » du politicien à travers des techniques de reproduction démocratisées (Heinich, 2012). Accueillis par des foules impressionnantes à chacun de leurs déplacements, Kennedy comme Trudeau se ressemblent aussi sur la réception de leur représentation médiatique. Leurs images se rapprochent de celle d'un symbole de la culture populaire, apportant ce que Thompson (1995) introduit comme la notion de « fan » : hordes d'admirateurs générés par un acteur médiatique, élevé au rang d'idole. Marshall explique en effet ce phénomène de « fonction affective » (Marshall, 2004), le public s'attachant à une figure particulière de la personnalité politique et lui conférant un fort attachement affectif, telle une relation entre une star de la chanson et son auditoire.

Justin Trudeau est donc comparé à une icône de la tendance « politique-célébrité », un statut qui fait écho aux recherches de Wes et Orman (2002). En effet, Trudeau se rapprochait de la catégorie « célébrité politique de naissance » de leur classification de la visibilité des personnalités politiques dans les médias. Il s'agit là, une nouvelle fois, d'une ressemblance avec J.F.K., dont la famille était déjà investie en politique. Ils bénéficient tous deux de ce bagage médiatique, d'une efficacité indéniable dans la création d'une image de marque politique. C'est ainsi que dans les années 1960, les politiciens commencent à appréhender les notions de marque politique et la nécessité de soigner leur image - notamment avec la montée en puissance des débats télévisés - (Heinich, 2012). On assiste aux débuts de la gestion de marque politique : la naissance

d'un corps professionnel d'accompagnement marketing du politicien (Heinich, 2012). Tous ces éléments viennent renforcer le récit de valeur que la couverture journalistique propose à ses lecteurs : la gestion de l'image du politicien est reflétée dans le point de vue adopté par les journalistes pour aborder la personnalité politique dans les médias.

5.3.2. La construction journalistique du personnage en politique

Le journaliste possède un rôle-clé dans la construction de l'image de la personnalité qu'il expose dans son article. Le point de vue et les témoignages sur lesquels il va se baser vont conditionner la présentation du personnage au public. Tous les articles possèdent une approche différente lorsqu'il s'agit de traiter un sujet. Ce ton peut être négatif, neutre ou encore positif. En politique, il faut également prendre en compte l'optique de traitement de l'information qu'aborde la publication même. Certains journaux se positionnent dans un courant de politique et vont donc couvrir l'actualité politique sous la bannière de ce mouvement partisan.

Dans l'article de Paul Wells (*Maclean's*, 14 décembre 2015), on remarque que la photo provient directement du bureau du Premier ministre. La photo a été prise par le photographe officiel de Trudeau : Adam Scotti. Scotti suit et capture quotidiennement les activités du politicien : que ce soit pour les grands rassemblements et déplacements ou pour ses activités dans son bureau de la Tour de la Paix. Il y a plusieurs options face à ce choix de photo. Pour son article, Paul Wells a pu choisir la photo pour son intérêt symbolique, pour compléter le message de son texte. On a pu aussi l'inciter à utiliser une photographie approuvée par le cabinet du Premier ministre par le biais d'une base de données photographiques constituée par Adam Scotti. Il n'en reste pas moins que le journaliste garde sa liberté de choix et peut sélectionner une autre photographie, issue

d'agences de presse ou de collègues journalistes. Cette photographie joue un rôle-clé dans le message de l'article puisqu'elle occupe ici plus de place que le texte en lui-même. Il en revient au journaliste de décider quelle facette du sujet il veut montrer pour accompagner son texte.

Frédérique Lambert désignait la photographie de presse comme une vision objective de la réalité qui s'appuie sur le reflet des mythes construits en société (Lambert, 1956).

Le journaliste, en choisissant la photographie qui va piloter l'article, permet de transmettre ces symboles. Chaque personnage public doit se construire à travers des symboles reconnaissables et auxquels le lecteur peut s'identifier. Pour expliquer son propos, Lambert prenait l'exemple de Charlie Chaplin avec ses accessoires ou encore Hitler avec sa moustache : ces symboles visibles ont été associés aux personnages et permettent de les identifier. Ici, Justin Trudeau est reconnaissable notamment par son style vestimentaire, qui se veut moderne et décontracté. Plusieurs des photographies étudiées dans ce mémoire l'exposent avec un style vestimentaire plus décontracté que ces homologues internationaux. On remarque notamment dans les photos tirées de *La Presse* (10 décembre 2015, ANNEXE 1) et du *New York Time magazine* (13 décembre 2015, ANNEXE 5) que le Premier ministre ne porte pas de veste et a les manches retroussées. Dans l'article du *Devoir* (4 novembre 2015, ANNEXE 2) Trudeau n'a pas de cravate et porte des lunettes de la marque Ray Ban. En ce qui concerne la photo de *Maclean's* (14 décembre 2015, ANNEXE 3), le politicien confirme la symbolique de sa tenue vestimentaire en arborant également une tenue décontractée. Bien sûr, Justin Trudeau est également reconnaissable par son sourire et par sa gestuelle qui se rapproche de celle de figures historiques. La notoriété du style du Premier ministre a d'ailleurs été exacerbée par le reportage dans le magazine de mode *Vogue*, faisant de lui un sujet à la mode.

Lambert voit les symboles présents dans une photographie de presse comme la concrétisation d'une idée autour de laquelle la société va se reconnaître (Lambert, 1986). Les photographies de Trudeau dans la presse appuient les propos du journaliste dans un rapport de congruence. Les textes qui décrivent les premiers pas de Trudeau au pouvoir choisissent les photos de Trudeau pour refléter un dynamisme, une nouveauté, et donc, une différence avec ses prédécesseurs que le public va pouvoir constater de lui-même. Au contraire, on distingue un des articles étudiés qui présente une photo de Trudeau qui ne le représente pas totalement de manière à venir confirmer le texte du journal. L'article du Devoir (4 novembre 2015, ANNEXE 2) explique les tensions et les questionnements autour de la constitution du gouvernement libéral, alors que la photo montre le Premier ministre quelques jours avant son assermentation marchant dans la rue de manière très détendue et avec une tenue décontractée.

Le journaliste, par le choix de la photo qui va étayer son article, façonne la perception que le public peut se faire du sujet médiatisé. Les articles traitant de Trudeau et de l'actualité politique construisent l'image du Premier ministre, à travers les visuels qui accompagnent le travail des auteurs. Les articles analysés montrent que Justin Trudeau est présenté sous des angles différents mais complémentaires à l'idée que son personnage engendre dans l'opinion populaire : un politicien jeune, dynamique et à l'aise face à la scrutation médiatique.

5.3.3. Visibilité et narration

Lorsque nous avons entamé la constitution de notre corpus, la première constatation que nous avons effectuée est que Justin Trudeau a été, après son élection, un sujet excessivement médiatisé au Canada et dans le monde. Plus de 3800 articles avait le nom « Justin Trudeau » dans leur titre durant les cent premiers jours après son élection et cela sur différents formats de publications comme des revues numériques et papier ainsi que des reportages dans des magazines de mode, d'actualité ou encore de politique. Cette couverture médiatique intense soulève le phénomène de d'évaluation constante de la représentation et de la vedettisation de la personnalité politique (Heinich, 2013). La personnalité publique est de plus en plus visible et sa représentation dans les médias peut changer très rapidement. Les journalistes vont pouvoir éduquer et orienter le public face aux phénomènes politiques accélérés, notamment à travers des supports journalistiques plus imposants comme celui des reportages magazine.

Parmi les publications étudiées, on retrouve plusieurs hebdomadaires. Les reportages de magazines viennent généralement donner de la profondeur à des sujets d'actualité. Ils sont plus longs et peuvent contenir plus de photos. Ces articles sont également une opportunité d'apporter un point de vue complémentaire à la simple couverture des nouvelles : une narration autour du sujet. Nous pouvons prendre l'exemple du *New York Times Magazine* (13 décembre 2015, ANNEXE 5). Le *New York Times Magazine* est un média d'envergure : en circulation depuis 1851 aux Etats-Unis. Le reportage sur Justin Trudeau « *North Star* » s'étend sur six pages. Il est très rare qu'un politicien étranger fasse l'objet d'une couverture de cette ampleur dans ce type de magazine. On peut également citer le reportage dans le magazine de mode américain *Vogue* (9

décembre 2015, ANNEXE 6) où, là aussi, le Premier ministre canadien fait l'objet d'un article de plusieurs pages dont plusieurs photographies de presse produites à la suite d'une séance-photo du couple Trudeau. L'élection du libéral a même dépassé l'Atlantique pour s'afficher sur les revues européennes. En France, le Premier ministre canadien a suscité la curiosité du magazine *L'Obs*, qui lui a consacré plusieurs pages de son hebdomadaire avec une photographie couvrant une page entière de son portrait de profil en gros plan (*L'Obs*, 10 décembre 2015, ANNEXE 8). Cette attention médiatique internationale vient s'ajouter à la présence médiatique que Trudeau possède au sein du Canada.

Toutes ses couvertures médiatiques d'ampleur viennent appuyer le «double culte de l'idole et de l'icône » proposé par Nathalie Heinich (Heinich, 2011). En effet, l'image de Trudeau, glorifiée par cette attention médiatique internationale, produit l'authenticité de son personnage politique. Il est photographié de manière naturelle et souvent dans le cours d'une action. Le public peut se reconnaître en sa personne. Le Premier ministre est également vu dans le centre névralgique de son pouvoir, certaines des photos étant prises dans son bureau ou devant le Parlement canadien dans *Maclean's*, *Toronto Star* et le *New York Times Magazine* (ANNEXE 3, 4 et 5). Justin Trudeau est donc présenté comme « l'icône » évoquée par Heinich, il est montré dans le cadre de la représentation symbolique de ses compétences : son image l'élève au niveau d'icône d'autorité politique. De plus, les multiples comparaisons faites entre le politicien et de grands noms de la politique internationale comme Clinton et surtout John F. Kennedy ne font que renforcer son statut iconique.

Trudeau a fait l'objet d'un reportage dans le *Vogue* de janvier 2016 (9 décembre 2015, ANNEXE 6) dans lequel son couple est mis de l'avant. La vie personnelle très peu cachée de ces deux figures publiques est scrutée par les médias. On s'intéresse à eux pour les idées politiques mais aussi pour leur vie privée : un aspect que les deux partagent dans leur stratégie de représentation politique. Sophie Grégoire-Trudeau est exposée sur cette photo à taille égale de son mari, montrant ainsi l'importance du couple dans l'image de marque du Premier ministre canadien. Il s'agit également d'une référence à l'attention médiatique expérimentée par Jackie Kennedy, épiée notamment pour son style vestimentaire. Il est d'ailleurs important de mentionner un détail : Sophie Grégoire-Trudeau est habillée par Oscar de la Renta dans le reportage du célèbre magazine de mode américain de janvier 2016. Quant à elle, la femme du président américain est un des symboles forts de cette marque puisqu'il s'agit de la première épouse de président à porter une tenue Oscar de la Renta. On dit même que c'est grâce à la Première dame que la marque s'est véritablement fait un nom dans le monde de la mode des années 1960, suivi par la suite d'Hilary Clinton, Michelle Obama ou encore la princesse Diana.

Les journalistes vont guider la lecture de leur article en dévoilant des indices de compréhension par le biais de symboles visuels dans les photographies qu'ils choisissent. Heinich explique l'importance de ces « ressources esthétiques », pour corroborer l'image d'une personnalité publique (Heinich, 2011). Les « talents d'incarnation et d'interactions scéniques » sont donc un atout pour Trudeau dans l'affirmation de la narration qu'il veut mettre en place autour de son personnage politique. On remarque par exemple que, sur la moitié du corpus, les photographies montrent Trudeau en train de sourire (*La Presse*, 10 décembre 2015 ANNEXE 1/ *Maclean's*, 14 décembre 2015, ANNEXE 3/ *The Toronto Star*, 6 novembre 2015, ANNEXE 4/ *The New York Times Magazine*, 13 décembre 2015, ANNEXE 5). Le

naturel joyeux du Premier ministre est retranscrit dans les journaux par cette ressource esthétique. Le message est que le Canada possède un dirigeant optimiste.

La photographie qui laisse transparaître la notion de narration de la représentation en politique est sûrement celle qui accompagne l'article de *La Presse* (10 décembre 2015, ANNEXE 1) - sachant que ce cliché se trouve en réalité dans le reportage *Vogue* sur le nouveau Premier ministre canadien. On y voit Justin Trudeau et son épouse Sophie Grégoire-Trudeau enlacés de profil en plan américain. Cette photo dévoile un nombre important d'indices de narration sur le sujet photographié. Tout d'abord, le titre de l'article sous-entend que le Premier ministre canadien est « tendance » avec un jeu de mots entre l'expression « en vogue » et le nom du magazine dont la photo est tirée, *Vogue Magazine*. Les deux protagonistes sur la photo exposent ici leur relation : ils sont corps contre corps, révélant un sentiment de confiance et la complicité dans leur couple. Trudeau prend sa femme dans ses bras et renforce le sentiment d'affection et de confiance entre eux. Il a des gestes protecteurs envers Sophie Grégoire-Trudeau. Le portrait du parfait mari, image que les lectrices du magazine vont garder en tête et associer à sa marque politique. Cette narration navigue sur l'image de « héros » que les médias nourrissent. Comme le présentait Schwartzberg, les politiciens sont présentés selon quatre catégories : ici, celle de Trudeau se rapproche d'un héros (Schwartzberg, 1977). Le Premier ministre canadien est le gendre idéal, le parfait mari. Son action protectrice et son regard profond l'associe à une idée altruiste de la politique. Justin Trudeau protège et aime profondément son pays comme il aime sa femme et la respecte.

5.4. Le récit de la personnalité

5.4.1. Mise en scène médiatique

Le dernier aspect qui résulte de la médiatisation des photographies de Trudeau dans la presse est celui de la personnalité. On entend par personnalité une « personne en vue, remarquable par sa situation sociale, son activité » (Heinich, 2012). On peut dire que la personnalité jouit d'un statut d'exception. Cette notion vient s'ajouter à la distinction qu'il est important de faire entre l'être réel qu'est la personne et le rôle imaginaire du personnage. Ces trois dimensions respectivement symbolique, imaginaire et réelle, forment les trois corps de Kantorowicz expliqués dans l'œuvre de Nathalie Heinich (Heinich, 2012). Erving Goffman décrit ce phénomène sous la notion de « cadres » : en effet, il définit trois cadres qui se complètent dans la mise en scène. La personne réelle instaure un « cadre primaire », au-dessus duquel le personnage imaginaire suscite un « cadre transformé ». En plus de ces deux cadres, il en existe un troisième qui reflète la symbolique de la personnalité. Il s'agit du « cadre ritualisé de la présentation publique » (Goffman, 1991, dans Heinich, 2012).

Erving Goffman introduit les interactions entre membres d'une société comme les scènes d'une représentation théâtrale. En politique, cela se traduit par un jeu de rôle que les politiciens mettent en place pour dévoiler la personnalité publique qu'ils ont construit (Goffman, 1973). Justin Trudeau est un des hommes politiques qui prouve que le concept de théâtralisation de la vie politique est bel et bien réel. On constate que dans la plupart des photos qui sont prises de lui, le Premier ministre canadien se positionne de la même manière. Il est vu de profil et en plan rapproché, les yeux rivés vers l'horizon. Il est conscient des caméras mais tel un mannequin aguerri, il va être réceptif aux demandes des photographes et journalistes en leur offrant des poses

valorisantes et en harmonie avec l'image que les médias se font de lui. Dans l'article du Monde (1^{er} décembre 2015, ANNEXE 7), le portrait du Premier ministre laisse transparaître son aisance, lui qui est habitué aux caméras depuis son jeune âge. Trudeau est soucieux de l'image qu'il renvoie. En refermant les boutons de sa veste, il montre qu'il est conscient de l'importance de l'apparence en politique : paradoxe de l'attitude naturelle qu'il essaye de communiquer devant l'objectif. Le photographe veut ici exposer le Premier ministre sous un angle quelque peu « naïf », un effet spontané et plus décontracté. Les techniques de photographie employées soulignent l'innocence du cliché. Justin Trudeau est montré « tel qu'il est ».

Le politicien est dépeint de manière très naturelle. Toutes les photos choisies par les journalistes du corpus d'analyse présentent Trudeau ne regardant pas l'objectif des caméras. La représentation de la fonction étatique est ancrée dans le masque d'acteur que Trudeau dévoile à ses spectateurs. La gestuelle visible sur ses photos vient appuyer l'image de marque politique construite autour de l'idée de « Justin ». Deux ans après l'élection de Trudeau, L'Actualité expliquait le phénomène dans un de ses articles : « Charismatiques, jeunes, branchés : une nouvelle génération de dirigeants partagent nombre de points communs avec le premier ministre canadien. »

(L'Actualité, 13 octobre 2017). La notion de « Justin » représente une nouvelle vague de politiciens qui se veulent jeunes, dynamiques, légers, charmeurs, compréhensifs et convaincants : le profil du genre parfait. Les médias sélectionnent très souvent des photos de lui le regard bienveillant et affectueux : on peut d'ailleurs constater ce phénomène au sein de notre corpus.

La mise en scène accentuée par les journalistes dans l'élaboration de leurs articles nous guide vers l'acceptation de l'image millimétrée du politicien. Plusieurs indices de lecture sont présents dans les photographies prises du Premier ministre : Goffman

présente ces symboles comme des accessoires du jeu de scène. La scénographie et le décor dans lequel Trudeau est placé apportent ces clés de lecture du cliché mais reflètent également le contenu de l'article dans lequel la photo est présentée. Dans notre corpus d'analyse, on discerne trois photographies où un décor représentant la fonction politique du Premier ministre canadien est repérable (*Maclean's*, 14 décembre 2015, ANNEXE 3/ *The Toronto Star*, 6 novembre 2015, ANNEXE 4/ *The New York Times Magazine*, 13 décembre 2015, ANNEXE 5). Les drapeaux canadiens ou encore le Parlement en arrière-plan des photographies sont des indices clairs du statut politique de Trudeau. Cette scénographie vient accentuer l'identité visuelle du Premier ministre et dévoile des symboles représentatifs de l'exercice de son pouvoir. Comme un décor de théâtre, ces éléments vont plonger le lecteur dans l'univers politique du personnage médiatisé par l'article de presse.

5.4.2. L'intimité fantasmée : Justin Trudeau, star des magazines

« Les fragments de vie privée ainsi glanés viennent réalimenter l'image publique, amplifier le mythe, recharger l'aura de la personnalité. » (Nathalie Heinich, 2012)

Comme on a pu le voir précédemment dans l'analyse, les ressemblances entre le Premier ministre et certaines grandes figures historiques sont importantes. Il faut également noter quelques similitudes entre Trudeau et les célébrités qui peuplent les magazines d'ordinaire. Les différents niveaux de visibilité créent un paradoxe entre la distance qui s'installe avec la « médiatisation obligée » et une « proximité rêvée » (Heinich, 2012). Dans notre corpus d'analyse, on compte quatre extraits de magazine sur les huit publications étudiées. Dans ces extraits, on remarque que la photo de Justin Trudeau couvre au minimum une page entière jusqu'à la double page couleur. Ces articles de plusieurs pages dans les magazines les plus influents de l'actualité comme

The New York Times Magazine ou encore *L'Obs*, montre l'ampleur de l'intérêt des médias pour le politicien. Il est très rare d'assister à une couverture médiatique si intense au sujet de l'arrivée au pouvoir d'un politicien à l'étranger. Trudeau, lui, est présent dans nombre de plateformes médiatiques à l'international : non seulement dans les magazines d'actualité mais aussi sur des revues mode comme le célèbre *Vogue*.

En plus d'arborer des ressemblances frappantes avec des icônes historiques dans sa représentation médiatique, Trudeau est positionnée sur un créneau médiatique très proche d'une célébrité. Le Premier ministre donne un accès direct à son intimité, comme on le voit sur le cliché tiré de *La Presse* (10 décembre 2015, ANNEXE 1). Il faut également noter que Trudeau bénéficie de la comparaison avec de grandes vedettes populaires, notamment grâce aux photographes qui capturent son portrait et qui possèdent un style artistique particulier. Norman Jean Roy, le photographe du reportage *Vogue* (9 décembre 2015, ANNEXE 6), est connu pour ses portraits de célébrités. Le fait que le magazine fasse appel à Roy est le premier signe indiquant que *Vogue* considère Trudeau comme une vedette. En effet, Norman Jean Roy utilise le même fond, et le même thème de couleurs froides et douces, pour plusieurs de ses séances photos, notamment avec l'athlète Serena Williams, l'actrice et militante Emma Watson ou encore Matthew McConaughey.

De même, l'article dans *Le Monde* (1^{er} décembre 2015, ANNEXE 7) présente une photographie de Justin Trudeau prise lors d'une séance photo aménagée pour l'artiste. Le photographe Samuel Kirszenbaum travaille en collaboration avec plusieurs magazines et journaux français. Il a notamment photographié plusieurs artistes comme Christopher Waltz, Mads Mikelsen, Lana del Rey, ainsi que de nombreux autres acteurs, chefs d'entreprise, ou encore écrivains. Il travaille souvent pour le journal

Libération et pour *Le Monde*, par l'agence Modds. Le photographe se spécialise dans les portraits et possède un style distinct de jeu de lumière, caractérisant ses photos.

Les clichés de notre corpus d'analyse montrent bien les liens qui peuvent exister entre le statut de célébrité et celui de politicien. Dans l'article du Devoir (4 novembre 2015, ANNEXE 2), la photo est prise à la volée. Justin Trudeau est représenté hors d'un cadre de représentation officielle. On peut donc en déduire qu'il a été suivi par des photographes de tabloïds pour obtenir des clichés dans la rue. Cette photo est un indice éloquent de la constante pression médiatique qui l'entoure. Le politicien est sous les projecteurs dans toutes les sphères de sa vie et est épié en permanence. Une célébrité de la culture populaire pourrait s'en plaindre mais Trudeau se réjouit de cette attention médiatique puisqu'elle lui permet de mettre en avant ses idées, à travers sa représentation politique, sur de multiples plateformes.

Justin Trudeau est une star des magazines tant par l'identité visuelle qui est proposée de lui que dans le niveau de médiatisation qui lui est offert. Dans ce même article du Devoir, on voit le Premier ministre canadien quelques jours avant son assermentation. Alors que tous les médias font des spéculations sur la composition de son gouvernement et sur les préparations de la cérémonie, Justin Trudeau est aperçu marchant de manière détendue avec une certaine allure de cow-boy : bleu jeans, ceinture en cuire apparente, veste en laine quadrillée de couleur foncée, et lunettes Ray Ban, modèle « *aviator* » – les lunettes emblématiques du pilote joué par Tom Cruise dans *Top Gun* (Tony Scott, 1986). Le politicien est présenté au public, affublé d'une image de personnage mythique américain : l'aventurier qui s'apprête à conquérir le Canada comme il a conquis le Parti Libéral en 2013. Ainsi, une autre publication a décidé d'exposer Trudeau sous un angle similaire. Il s'agit du magazine *Macleans* (14 décembre 2015, ANNEXE 3) qui montre le Premier ministre descendant les marches

devant le Parlement en contre-plongée. La photographie lui donne un aspect très solennel et une image de vainqueur emblématique, quelques semaines après son assermentation.

5.4.3. Prestance et rhétorique : la beauté au service de la marque politique

La place du capital de « visibilité » s'intensifie dans la construction médiatique de l'image du politicien. On assiste à l'entrée des politiciens dans la description des personnalités médiatiques dont le capital visuel peut s'apparenter ou être amplifié par le critère de beauté. Certains termes, autrefois réservés à des personnalités de la culture populaire, sont introduits dans les descriptions de politicien tels que « photogénique », « aura médiatique », ou encore « présence ». Heinich considère que la beauté est « une valeur ajoutée au talent » : un tremplin de carrière indéniable (Heinich, 2012). Selon l'auteure, la beauté n'est reliée à aucun mérite ou performance. Elle n'est pas considérée comme autre qu'une valeur d'appréciation d'une personne, publiquement injustifiable. Cependant, le critère de beauté, additionné à une forte visibilité peut accroître considérablement le système de reconnaissance et les réactions d'adulation ou de fascination autour de la personnalité publique. Comme l'explique Nathalie Heinich : « avec la montée en puissance de la visibilité, l'apparence physique est devenue au XXème siècle un élément majeur du statut social » (Heinich, 2012). On aborde ici une nouvelle catégorie de positionnement politique introduite par Schwartzberg : il s'agit du politicien « leader de charme » (Schwartzberg, 1977). Justin Trudeau possède toutes les caractéristiques de cette catégorie, en plus de celle du « héros » (indiqué plus haut dans la discussion). Il s'est fait connaître comme un politicien jeune et novateur, un diplomate charismatique. Les publications font appel à des artistes-photographes, elles mettent en place des séances-photos pour capturer son portrait et créer envie et fascination autour de son personnage. Quel est ce politicien

qui attire les plus grandes publications mondiales qui lui consacrent des reportages imagés de plusieurs pages ?

Justin Trudeau est souvent représenté seul sur ces photos. L'emphase est placée sur sa personne et les protagonistes présents à ses côtés sur ses clichés sont soit placés derrière lui comme dans la photo du *Toronto Star* (6 novembre 2015, ANNEXE 4) ou soit à côté de lui comme sur celle de *La Presse* (10 décembre 2015, ANNEXE 1). Par ailleurs, il est fréquemment représenté en veste et cravate : tenue classique du politicien, même si le politicien laisse entrevoir un style vestimentaire moderne comme dans la photographie de l'article du journal *Le Monde* (1^{er} décembre, ANNEXE 7). Sa tenue vestimentaire reflète la vision qu'il veut donner à son personnage politique mais aussi l'idée qu'il se fait de son pays : moderne et dynamique.

Justin Trudeau renvoie une idée de prestance et d'autorité dans les photographies qui sont diffusées dans les journaux et magazines. Plusieurs des clichés ont été pris en contre-plongée pour accentuer l'importance du personnage (*Maclean's*, 14 décembre 2015, ANNEXE 3 et *L'Obs*, 10 décembre 2015, ANNEXE 8). Certains autres ont été produits dans le bureau même du Premier ministre à Ottawa, symbole fort de son statut politique. De plus, la position qu'arbore Trudeau sur les photos sélectionnées permet une référence à des icônes de la politique ou de l'Histoire, comme sur les photos du *New York Times Magazine* (13 décembre 2015, ANNEXE 5), *Vogue* (9 décembre 2015, ANNEXE 6) ou encore *L'Obs* (10 décembre 2015, ANNEXE 8). De plus, sur la photographie du reportage du *New York Times Magazine*, on remarque un filtre à effet « vintage » qui renforce le parallèle fait avec des politiciens iconiques. Malgré son jeune âge, Trudeau est représenté comme un homme historique : un politicien qui marque les esprits.

L'article du magazine de mode *Vogue* (9 décembre 2015, ANNEXE 6) présente un Justin Trudeau adoptant une attitude très solennelle et une pose reflétant celle d'hommes politiques historiques avec un regard dirigeant la lecture de l'image hors champ. La photo en noir et blanc donne un aspect officiel et iconique à l'image. De plus, la position de la main de Trudeau semble avoir été précisément déterminé, abordant des similitudes avec la position d'une statue : analogie aux grands Hommes représentés sur des sculptures. On peut entrevoir des ressemblances avec la pose de la sculpture de Rodin, *Le Penseur* (Auguste Rodin, 1902, Paris) ou encore la statue de Socrate par Leonidas Drosis, à l'Académie d'Athènes.

5.5. Synthèse de l'analyse

Depuis la parution des photographies de presse de Justin Trudeau que nous avons étudiées ici, de nombreuses autres ont été publiées mais nos conclusions d'ensemble restent les mêmes. Justin Trudeau continue de fasciner le public et de prendre une place importante dans le paysage médiatique politique au Canada comme à l'international. On peut notamment citer la couverture du magazine américain *Rolling Stones*, à l'été 2017. Cette attention médiatique accrue a notamment provoqué plusieurs réactions, comme celle de Louis Aucoin, stratège en communication interrogé par le *Journal de Montréal* : « Faire la une du *Rolling Stone*, c'est être consacré une icône de la culture populaire. N'importe quelle personnalité en rêve. Pour un Canadien, encore plus pour un politicien canadien, c'est un exploit. » (« Trudeau à la Une : le *Rolling Stone* ne fait pas l'unanimité », Olivier Charbonneau, *Journal de Montréal*, 26 juillet 2017).

Le phénomène de médiatisation en politique évolue avec les nouvelles formes de visibilité des politiciens et le cadrage que les médias font de ces personnalités

publiques. Plusieurs auteurs que nous avons évoqués se sont penchés sur la question du rapprochement de l'image des politiques avec celle des célébrités de la culture populaire. La médiatisation de ces politiciens est en effet souvent comparée à celle de « people ». Au cours des dernières années, on a vu plusieurs manifestations de cette peopolisation dans la classe dirigeante politique. Comme nous le montre cet article de L'Actualité : Justin Trudeau n'est pas le seul à être dépeint comme une célébrité par les médias dans le monde « Charismatiques, jeunes, branchés : une nouvelle génération de dirigeants partagent nombre de points communs avec le premier ministre canadien »

(Les émules de Justin Trudeau, L'actualité, 13 octobre 2017). Du Président mexicain Enrique Peña Nieto au Premier ministre irlandais Leo Varadkar, en passant par le Président français Emmanuel Macron et le chef du parti vert des Pays-Bas Jesse Klaver, c'est un phénomène international qui s'installe comme une nouvelle normalité en politique.

En étudiant les clichés du Premier ministre canadien, nous avons relevé plusieurs régimes de valeur dans sa couverture journalistique. Une fois les empreintes visuelles présentes sur les photographies choisies par les journalistes passées à la loupe, on se rend compte que certains thèmes sont récurrents. L'interprétation de ces symboles nous a permis de définir trois axes principaux de lecture de la médiatisation de Trudeau. Le premier est le lien qu'il entretient avec l'image de son père, P.E. Trudeau ainsi qu'avec de grands noms historiques en politique comme J.F. Kennedy. Le deuxième est la représentation de la valeur : une forme de narration journalistique qui se construit autour du personnage pour prouver ses qualités et ses performances. Dans le cas de Trudeau, les médias vont surtout se concentrer sur l'aspect marketing et vendeur de son image plus que sur son idéologie. Une technique de mise en avant très controversée

mais qui prend de plus en plus de place sur la scène politique, notamment avec l'arrivée d'une vague de « nouveaux » dirigeants.

Enfin, le dernier reflète un niveau de lecture de la personnalité-même du politicien. Nous nous sommes rendu compte que les atouts physiques du Premier ministre canadien étaient bien mieux présentés que son programme politique dans l'exposition qui était faite de sa personne. Trudeau est d'abord vu comme un bel homme avec une certaine prestance avant d'être vu comme un dirigeant politique. Les médias publient des photos de lui accentuant sa tenue ou son sourire. D'autres organisent tout simplement des séances photos avec les plus grands photographes de mode et de célébrités : la formule parfaite pour créer une fascination autour de sa personnalité. On discerne, par ailleurs, une proximité et un lien émotionnel fort avec le public puisque certains des clichés qui circulent dans les médias mettent ouvertement en scène son intimité et amplifient le mythe qui l'entoure.

CONCLUSION

Le sujet de ce mémoire s'est affiné au fur et à mesure que la campagne fédérale de 2015 avançait. C'est en voyant l'attention toute particulière pour le candidat libéral Justin Trudeau que l'intérêt pour des notions de visibilité et de construction médiatique en politique est apparu. En effet, la victoire de Trudeau en octobre 2015 a confirmé le pouvoir de la nouvelle médiatisation de la politique au Canada mais aussi dans le reste du monde. Dans les mois suivant sa victoire, nous avons été témoins d'une couverture médiatique particulièrement riche. Les journaux du monde entier se sont intéressés au « phénomène Trudeau » et lui ont consacré de nombreux articles et reportages (voir corpus de référence). Dans le processus d'élaboration de ce mémoire, la question qui avait tendance à revenir au cœur du débat était : « Comment Justin Trudeau est-il représenté dans les médias et en quoi ce traitement médiatique influe-t-il sur son image et sur le cadrage de sa personnalité ? ». Il s'agissait, tout d'abord, de déterminer ce que nous entendions par « représentation médiatique ». Pour mieux comprendre les caractéristiques de cette mise en avant dans les médias, nous nous sommes appuyés sur des photographies de presse de Justin Trudeau après sa victoire. Le but était d'analyser ces clichés à l'aide de théories de la médiatisation comme celle de Thompson (2005) ou de théories sur le jeu d'acteur des protagonistes dans les médias, notamment celle d'Erving Goffman (1956). Nous nous sommes également référés aux écrits sur la visibilité de Nathalie Heinich (2012). L'auteur présente des notions de différenciation de valeurs : elle indique, comme nous avons pu le voir dans ce mémoire, que les personnalités médiatisées possèdent différents types de visibilité selon l'origine de leurs valeurs.

L'objectif principal de cette recherche était d'examiner les liens qui existent entre le traitement médiatique de Justin Trudeau et l'image qui est renvoyé de sa personnalité.

Ce mémoire s'est donc concentré sur le traitement médiatique du politicien à travers la photographie de presse. Nous souhaitons comprendre les nouvelles règles de la médiatisation en politique, le rapprochement de cette visibilité avec celle d'une célébrité du monde du divertissement et identifier le rapport de force créé par l'influence du traitement médiatique des journaux. L'étude des photographies de presse nous permet donc de discerner les différents récits créés par les empreintes visuelles dans les photographies de presse de personnalités publiques en politique. Pour remplir ces objectifs, nous avons décidé d'utiliser les photographies de Justin Trudeau dans des journaux québécois, canadiens, américains et français des cents premiers jours après sa victoire en 2015. Nous étions confrontés à un nombre conséquent de coupures de presse traitant du sujet pendant cette période : plus de 3000 articles. Le choix des photographies a donc été réduit à l'aide de critères intrinsèques comme la prédominance de Trudeau sur le cliché.

Suite au choix des photographies du corpus, nous nous sommes concentrés sur les indices visuels présents sur les clichés et remis dans le contexte de l'article, du type de parution, de la provenance de la parution et des différents niveaux de contextualisation du sujet. Après l'analyse de huit photographies de presse du Premier ministre canadien, nous avons pu identifier plusieurs facettes de son image de marque médiatique telles que l'affiliation à des grands noms de la politique comme John F. Kennedy, la représentation de sa valeur, de son mérite (la position de « héros » qu'on lui donne) et la mise en scène médiatique intime de sa personnalité. Après l'étude des photographies, il nous est donc possible de comprendre un peu mieux les rouages de la représentation de Trudeau dans les médias. Le cadrage médiatique de sa personnalité se fait notamment au travers des empreintes iconiques présentes sur les clichés. Son image se construit et se déconstruit au fil des photographies publiées. Justin Trudeau est mis en avant comme un conquérant, jeune et dynamique, un personnage qui a sa place dans

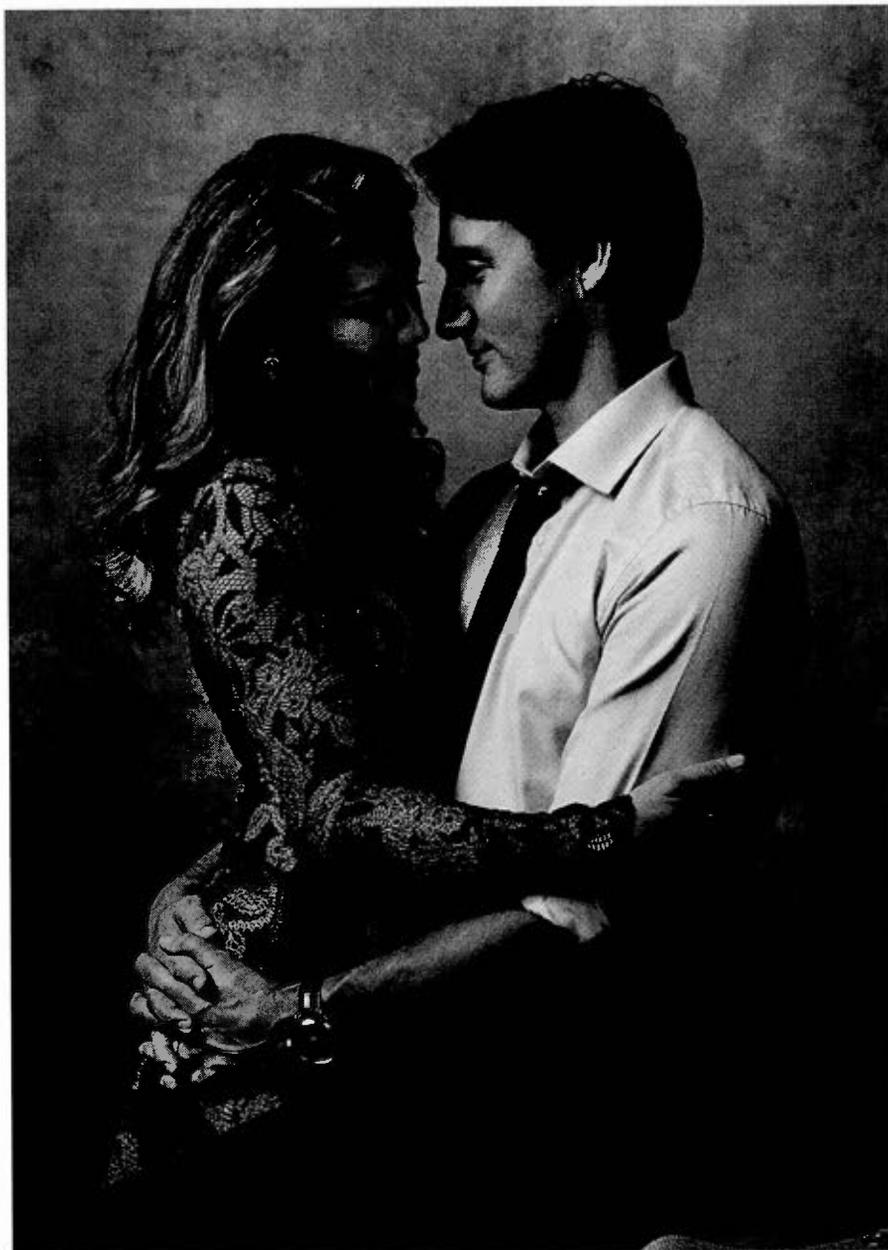
l'Histoire politique de son pays et comme un politicien proche de son public, qui n'a pas peur de partager son intimité avec ses électeurs.

Ce mémoire possède tout de même ses limites. On remarque tout d'abord que la taille du corpus peut restreindre la portée de nos résultats : utiliser huit photographies a été un choix pour assurer la qualité d'analyse plus que la quantité de matériel étudié. Nous avons un premier corpus plus large que nous avons décidé de garder comme corpus de référence et non d'analyse. L'application de notre recherche à la vingtaine d'articles supplémentaires permettrait d'ancrer nos propos dans un ensemble plus étendu de publications et de montrer l'intensité de la couverture médiatique dont a bénéficié Justin Trudeau, après son élection. De plus, la méthodologie utilisée dans ce mémoire s'appuie sur des notions de sémiologie. Cette démarche pourrait être approfondie par des notions complémentaires de mise en contexte des photographies. Les indices d'énonciation du texte des articles auraient pu être intégrés pour soutenir les résultats trouvés grâce à l'étude des symboles visuels intrinsèques aux photographies.

Cette recherche soulève quelques questionnements quant à la visibilité des dirigeants politiques actuels. Ce rapprochement du monde politique avec celui de la culture populaire peut créer un débat sur la légitimité de ces personnalités publiques qui dirigent nos pays. En effet, en voulant mettre en avant une facette superficielle du personnage, la presse encourage les politiciens à soigner leur image et surtout les incite à accentuer cet aspect de leur représentation. Ce phénomène peut être lourd de conséquences puisque l'aspect idéologique du candidat en politique est minimisé dans les médias. Le public n'est donc pas correctement informé et peut se faire manipuler par une vision biaisée de l'homme politique présenté dans les journaux. Le politicien va attirer l'attention du public, les journaux vont vendre, mais les lecteurs sont-ils gagnants ?

ANNEXES

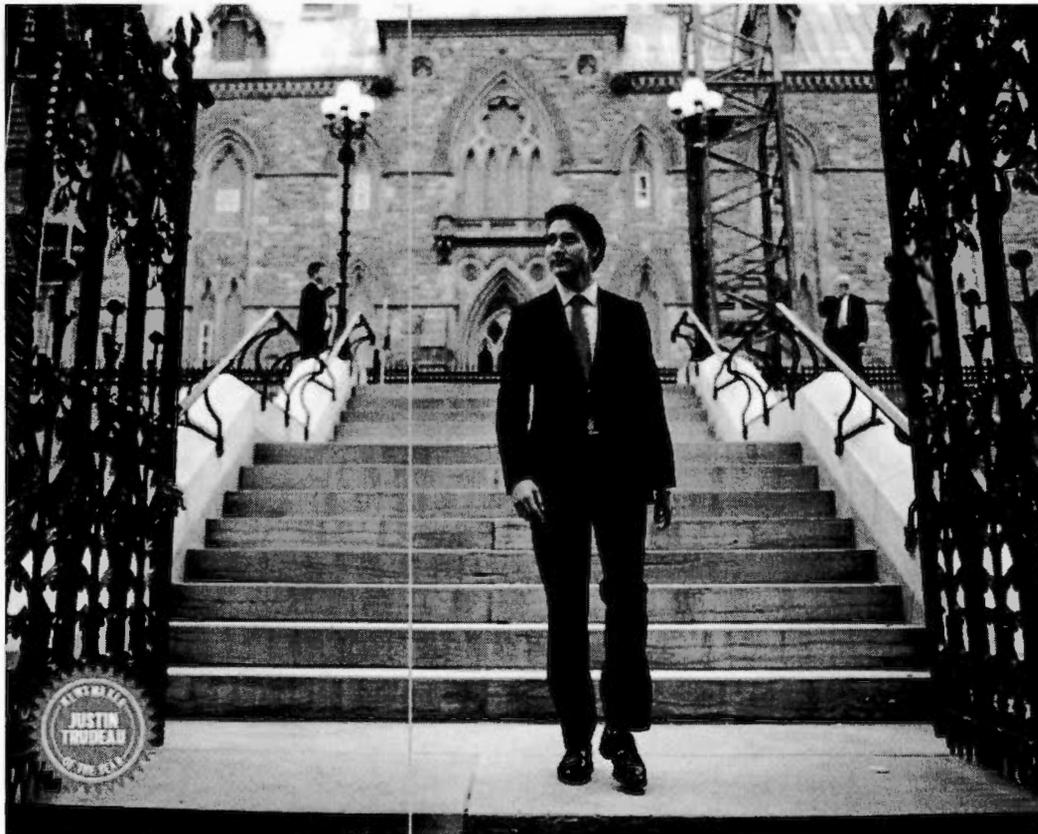
ANNEXE 1 : *La Presse*, le 10 décembre 2015, « Justin Trudeau, politicien en vogue », photo de Norman Jean Roy, tirée de Twitter



ANNEXE 2 : *Le Devoir*, le 4 novembre 2015, «Justin Trudeau nommera un gouvernement plus accessible », photo de Sean Kilpatrick pour La Presse Canadienne



ANNEXE 3 : *Maclean's*, le 14 décembre 2015, « The Scion also rises », photo d'Adam Scotti, photographe officiel du bureau du Premier ministre



ANNEXE 4: *The Toronto Star*, le 6 novembre 2015, « Justin Trudeau won by redefining what “good government” can mean”, photo de Blair Gable pour Reuters

the star.com

News · Insight

Justin Trudeau won by redefining what 'good government' can mean: Cruickshank

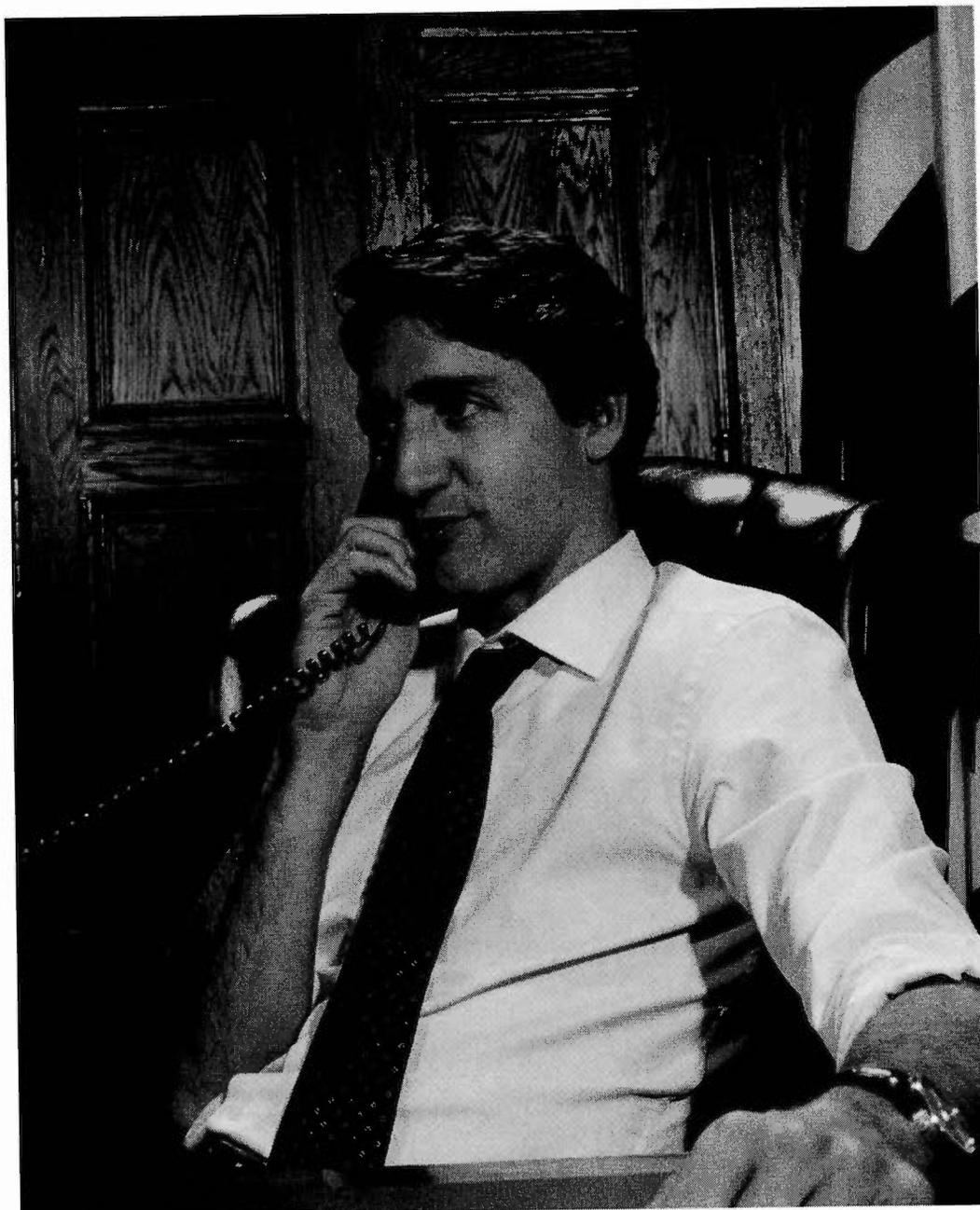
Star publisher John Cruickshank argues that Justin Trudeau won because for him, "good" involved morality.



New Canadian Prime Minister Justin Trudeau speaks in Ottawa after the government's swearing-in ceremony. Star publisher John Cruickshank writes that his election marks a return of "moral passion and a sense of purpose." (BLAIR GABLE / REUTERS)

By JOHN CRUICKSHANK Publisher
Fri., Nov. 6, 2015

ANNEXE 5: Site web *The New York Times*, 8 décembre 2015, « Trudeau's Canada, again », ou version papier *The New York Times Magazine*: 13 décembre 2015, « North Star », photo de Mark Peckmezian

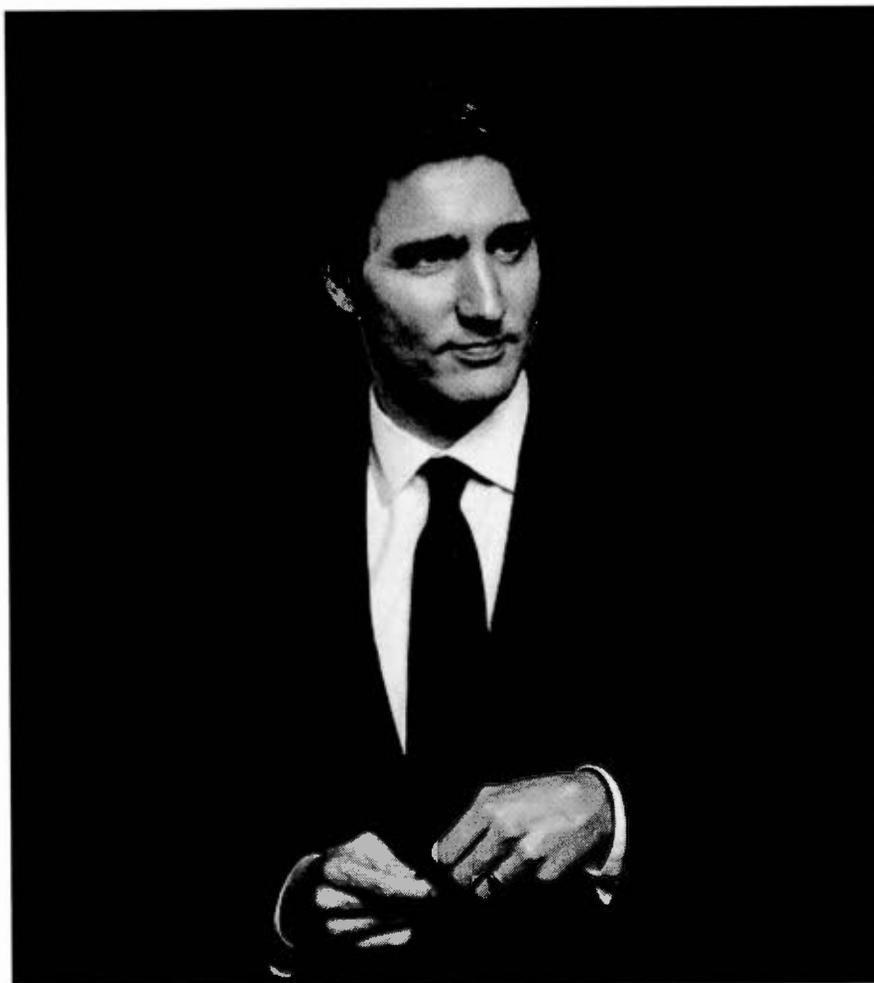


:
ANNEXE 6 *Vogue*, le 9 décembre 2015, « Justin Trudeau is the new young face of Canadian politics », photo de Norman Jean Roy pour *Vogue Magazine*



:

ANNEXE 7 *Le Monde*, le 1^{er} décembre 2015, « Le Canada reconnaît le danger du réchauffement », photo de Samuel Kirszenbaum/ MODDS



:

ANNEXE 8 *L'Obs*, le 10 décembre 2015, « Justin Trudeau, le Kennedy du Canada », photo de Geoff Robins pour Yui-Mok-Pool-AFP



ANNEXE 9 : Liste des articles du corpus de référence

La Presse, jeudi 22 octobre 2015, « Justin Trudeau vu par le monde, le « Kennedy » du Canada », Judith Lachapelle

La Presse, samedi 24 octobre 2015, « Justin Trudeau, », Vincent Marissal

La Presse, mercredi 28 octobre 2015, « Queen's Park accueille Justin Trudeau en héros », Hugo de Grandpré

Le Devoir, mardi 19 janvier 2016, « Une diversité qui exclut le Québec », Mario Beaulieu

Le Devoir, jeudi 21 janvier 2016, « Le génie canadien », Julien Arsenault

Le Devoir, jeudi 31 décembre 2015 « Justin Trudeau, le pouvoir en héritage », Jacques Nadeau

Le Monde, vendredi 6 novembre, « A Ottawa, Justin Trudeau imprime son style », Anne Pélouas

Le Monde, mercredi 21 octobre 2015, « Au Canada, victoire éclatante de Justin Trudeau », Anne Pélouas

Libération, mercredi 21 octobre 2015, « Avec Justin Trudeau, une touche de glamour à la tête du Canada », Annabelle Nicoud

Maclean's, lundi 7 décembre 2015, « The science of sexy », John Geddes

Paris Match, vendredi 30 octobre 2015, « Justin Trudeau: la victoire en famille », Olivier Royant

New York Times, mardi 20 octobre 2015, « For Canada, most noticeable change under Justin Trudeau could be tone », Ian Austen

New York Times, lundi 19 octobre 2015, « Justin Trudeau, following in his father's footsteps », Ian Austen

New York Times, mercredi 21 octobre 2015, « Justin Trudeau is expected to set a pragmatic, not partisan, course in Canada », Ian Austen

Courrier International, n1315, 14 janvier 2016, « D'un continent à l'autre »

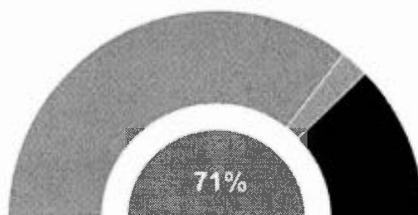
ANNEXE 10 : Infographies tirées des recherches sur la base de données Eureka

CONCEPTS CLÉS



TONALITÉ

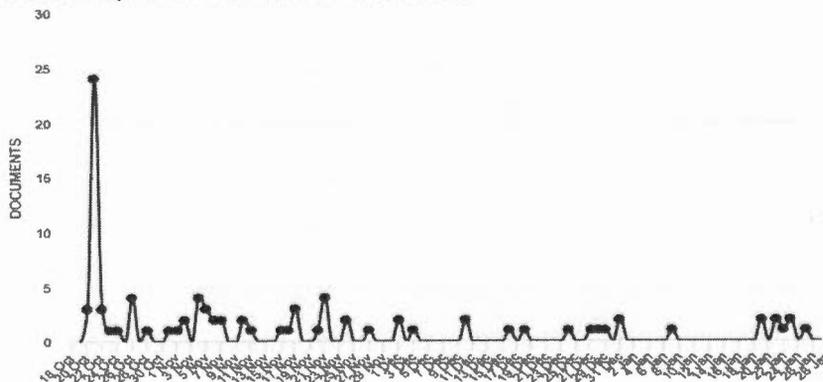
64 Positif



- Positif
71% - 64 documents
- Neutre
4% - 4 documents
- Négatif
24% - 22 documents

ÉVOLUTION

Pic médiatique : 24 documents le 21 octobre 2015



BIBLIOGRAPHIE

- Ankersmit, F. R. (2002) *Political Representation* (Stanford, CA : Stanford University Press)
- Barthes, Roland. 1964. « Rhétorique de l'image ». *Communications*, vol. 4, no 1, p. 40-51.
- Bock-Côté, Mathieu. 2012. « Justin Trudeau superstar ? » *Le Journal de Montréal*. En ligne.
<<http://nouveau.eureka.cc.proxy.bibliotheques.uqam.ca:2048/Link/gestion1/news-20120928-OP-120928260771863>>.
- Boy, Daniel et Jean Cliche. 2007a. « Des images aux votes ».
<https://hal-sciencespo.archivesouvertes.fr/file/index/docid/972746/filename/de_E2_88_BCagesauxvotes-dbjc1.pdf>.
- Boy, Daniel et Jean Cliche. 2007b. « L'image des candidats dans la décision électorale ».
<<https://hal-sciencespo.archivesouvertes.fr/file/index/docid/972743/filename/imagecandidats-dbjc1.pdf>>. Consulté le 29 novembre 2016.
- Bryden, Joan. 2015. « Devinez qui est la personnalité ayant le plus marqué l'actualité en 2015... » *Le Huffington Post*. En ligne.
<http://quebec.huffingtonpost.ca/2015/12/21/personnalite-mediatique-2015-estjustin-trudeau_n_8853952.html>. Consulté le 25 novembre 2016.
- Chevrier, Marc. 2016. « Justin Trudeau ou le petit Alcibiade canadien ». *Encyclopédie de L'Agora*. En ligne.
<http://agora.qc.ca/documents/justin_trudeau_ou_le_petit_alcibiade_canadien>.
- Dakhlija, Jamil. 2010. *Mythologie de la peopolisation*. Coll. « Mytho! ». Paris : Le Cavalier bleu.

- Dakhli, Jamil et Marie Lhérault. 2008. « Peopolisation et politique - Société pour l'histoire des médias ».
- Darras, B. (2008). Sémiotique pragmatique et photographie numérique. Le cas de la retouche photographique. *Recherches sémiotiques, Recherches sémiotiques*, 28(1-2), 153-175. <http://dx.doi.org/10.7202/044594ar>
- Davis, Aeron. 2010. *Political Communication and Social Theory*. Routledge. En ligne. <<http://www.myilibrary.com.proxy.bibliotheques.uqam.ca:2048?ID=278148>>.
- Dean, Darrell et Dave Sommer. 2015. « Directives sur l'image de marque de la campagne 2015 ». En ligne. <<https://www.liberal.ca/files/2015/08/Directives-sur-limage-de-marque-de-lacampagne-2015.pdf>>.
- Delacourt, Susan. 2013. "Justin Trudeau: Can he bring the Liberal Party back to life?" *StarDispatches* (ebook). Toronto Star Newspapers
- Depardon, R. (2004). *Images politiques*. Paris : La Fabrique éditions.
- Fradin, Guillaume. 2008. « Cinquante ans de dévoilement de soi : le recours des hommes politiques français aux émissions de divertissement (1955-2005) ». *Le Temps des médias*, no 10, p. 53-65.
- Gerstlé, J. Médiatisation de la vie politique et campagnes présidentielles. *Cahiers Français* 09/2012; 370(septembre -octobre 2012):41-46.
- Giasson, Thierry. 2006. « Préparation, performance et impact de la représentation visuelle des politiciens canadiens dans les débats électoraux télévisés. Le cas du débat francophone de l'élection fédérale de 2000 ». Ph.D., Ann Arbor, United States. <<http://search.proquest.com.proxy.bibliotheques.uqam.ca:2048/docview/304918961/a bstract/970FA462B3AA441DPQ/1>>.
- Gingras, Anne-Marie. 2009. *Médias et démocratie, 3e édition : Le grand malentendu (3)*. Quebec, CA : Les Presses de l'Université du Québec. En ligne. <<http://site.ebrary.com/lib/alltitles/docDetail.action?docID=10388634>>.
- Goffman, Erving. 1973. *La mise en scene de la vie quotidienne*. Coll. « Le Sens commun ». Paris : Éditions de Minuit.

- Guzmán, Francisco et Vicenta Sierra. 2009. « A political candidate's brand image scale: Are political candidates brands? » *Journal of Brand Management*, vol. 17, no 3, p. 207-217.
- Heinich, Nathalie. 1993. « Les objets-personnes : fétiches, reliques et œuvres d'art », *Sociologie de l'art*, n°6.
- Heinich, Nathalie. 2011. « Personne, personnage, personnalité. L'acteur à l'ère de sa reproductibilité technique. », *Annales de philosophie de l'Université libre de Bruxelles* Isotalus, Pekka et Merja Almonkari. 2014. « Mediatization and Political Leadership ». *Journalism Studies*, vol. 15, no 3, p. 289-303.
- Kotler, Philip. 1999. « The Marketing of Leadership ». *Leader to Leader*, vol. 1999, no 11, p. 22-27.
- Lambert, F. (1986). *Mythographies la photo de presse et ses legendes*. Paris : Edilig.
- Lavoie, Vincent (dir.). 2012. Imaginaires du présent. Photographie, politique et poétique de l'actualité. Cahier ReMix, n° 1 ((05/2012). Montréal : Figura, Centre de recherche sur le texte et l'imaginaire. En ligne sur le site de l'Observatoire de l'imaginaire contemporain. <http://oic.uqam.ca/fr/remix/imaginaires-du-present-photographie><http://oic.uqam.ca/fr/remix/imaginaires-du-present-photographie-politique-et-poetique-de-lactualite>. Consulté le 12 décembre 2016.
- Le Bart, Christian, 2013. *L'ego-politique: essai sur l'individualisation du champ politique*. Coll. « Individu et société ». Paris : Armand Colin.
- Leduc, Louise. 2000. « Même à la retraite, son influence demeurait énorme ». *Le Devoir*. <http://nouveau.eureka.cc.proxy.bibliotheques.uqam.ca:2048/Link/gestion1/news-20000929-LE-0009>.
- Leroux, Pierre et Philippe Riutort. 2013a. *La politique sur un plateau: ce que le divertissement fait à la représentation*. 1re éd. Paris : Presses universitaires de France.
- Leroux, Pierre et Philippe Riutort. 2013b. « Intégrer les politiques aux divertissements », *Questions de communication*, Nr. 24, 19-35.
- Machado, K. (2015). La politique des émotions suscitées par la formalisation esthétique de la photographie de Sebastião Salgado. *Voix Plurielles*, 12(1), 37-51.

- Marland, Alex. 2013. « What is a political brand?: Justin Trudeau and the theory of political branding »
<<https://www.cpsa-acsp.ca/papers-2013/Marland.pdf>>.
- Marland, Alexander et Thierry Giasson. 2014. *Political communication in Canada: meet the press and tweet the rest*. Coll. « Communication, strategy, and politics ». Vancouver : UBC Press, 2014.
- Marland, Alex et Tom Flanagan. 2013. « Brand New Party: Political Branding and the Conservative Party of Canada ». *Canadian Journal of Political Science/Revue canadienne de science politique*, décembre 2013. </core/journals/canadian-journal-of-political-science-revue-canadienne-de-sciencepolitique/article/brand-new-party-political-branding-and-the-conservative-party-ofcanada/3E90113B76FBD4F96A4CE6823D94FADF>. Consulté le 25 novembre 2016.
- Marland, Alex et Thierry Giasson. 2013. « Investigating political marketing using mixed method: the case for campaign spending data ». *Journal of Public Affairs*, vol. 13, no 4, p. 391-402.
- Maroist et Ruel. S.d. *GOD SAVE JUSTIN TRUDEAU ou Comment le député de Papineau est devenu premier ministre*. En ligne.
<<https://www.youtube.com/watch?v=GNWSna-7TSU>>. Consulté le 13 février 2016.
- Marshall, David. 2006. « The celebrity culture reader ». En ligne.
<<http://dro.deakin.edu.au/view/DU:30019732>>. Consulté le 29 novembre 2016.
- Marshall, P. David. 2004. *Celebrity and Power*. En ligne.
<<https://www.upress.umn.edu/book-division/books/celebrity-and-power>>.
- Martel, G. et Jolicoeur, M., « L'ethos de chef : une analyse de la construction de l'image des politiciens au cours du Débat des chefs », dans *Les Québécois aux urnes: les partis, les médias et les citoyens en campagne*, de Bastien, F., E. Bélanger et F. Gélinau (dir.) (2016), Montréal, Presses de l'Université de Montréal.
- Martin, Virginie. 2009. « Des Émotions Au Service D'une Stratégie De Séduction: Le Marketing Politique Et L'étude De Discours. Le Cas De L'élection Présidentielle Française De 2007 ». *Revue Française du Marketing*, no 225, p. 51-65.

- Mazzoleni, Gianpietro. 1999. « 'Mediatization' of politics: A challenge for democracy? » *Political Communication*, vol. 16, no 3, p. 247.
- Magali Nachtergaeel. 2012. « L'intime au pouvoir : De " Photogénie électorale " à l'ère du storytelling. Itinéraires ». *Littérature, textes, cultures, Pléiade (EA 7338)*, p. 65-72.
- Odin, R. (2011). *Les espaces de communication: introduction à la sémio-pragmatique*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.
- Pratte, André. 2000. « Un leader brillant (PE Trudeau) ». *La Presse*, 29 septembre 2000.
- Rieffel, Rémy. 2010. *Sociologie des médias*. 3e éd. enrichie et actualisée.. Coll. « Infocom ». Paris : Ellipses.
- Rocard, Michel. 1987. *Cœur à l'ouvrage - Éditions Odile Jacob*. Odile Jacob. En ligne. <http://www.odilejacob.fr/catalogue/documents/livres-politiques/coeur-a-louvrage_9782738100207.php>.
- Rojek, Chris. 2001. « Celebrity ». Dans *The Wiley Blackwell Encyclopedia of Consumption and Consumer Studies*. John Wiley & Sons, Ltd. En ligne. <<http://onlinelibrary.wiley.com.proxy.bibliotheques.uqam.ca:2048/doi/10.1002/9781118989463.wbeccs036/abstract>>.
- Soulages, F. (2011). *Le pouvoir & les images: photographies & corps politiques*. Paris] Images et les images, Série Recherche 3: Klincksieck.
- Street, John. 2004. « Celebrity Politicians: Popular Culture and Political Representation ». *The British Journal of Politics & International Relations*, vol. 6, no 4, p. 435-452.
- Strömbäck, Jesper. 2011. « Mediatization and Perceptions of the Media's Political Influence ». *Journalism Studies*, vol. 12, no 4, p. 423-439.
- Strömbäck, Jesper et Spiro Kioussis. 2011. *Political public relations: principles and applications*. Coll. « Communication series ». New York : Routledge.
- Thompson, John B. 1995. *The media and modernity a social theory of the media*. Stanford, Calif : Stanford University Press.
- Thompson, John B. 2005. « The New Visibility ». *Theory, Culture & Society*, vol. 22, no 6, p. 31-51.
- Turner, Graeme. 2004. *Understanding Celebrity*. SAGE.

Turner, Graeme, Frances Bonner et P. David Marshall. 2000. *Fame Games: The Production of Celebrity in Australia*. Cambridge University Press.

West, Darrell M. et John M. Orman. 2002. *Celebrity politics*. Prentice Hall.