

Diplôme national de master

Domaine - sciences humaines et sociales

Mention - histoire civilisation patrimoine

Parcours - cultures de l'écrit et de l'image

**L'actualité selon *Voilà* : étude
photographique du magazine de
Gaston Gallimard (1931 – 1935)**

Louis Mauduit

Sous la direction de Philippe Martin
Professeur des Universités – Université Lumière Lyon 2, ISERL

Remerciements

J'adresse premièrement de chaleureux et sincères remerciements à mon directeur de recherche, Philippe Martin. Le mérite d'un travail de recherche pour un mémoire appartient à son auteur, mais également à celui qui l'encadre.

Je suis également reconnaissant envers Sylvain Besson du musée Nicéphore Niepce de Chalon sur Saône qui m'a accueilli pour me présenter les collections du musée. Cela m'a permis de m'orienter vers le fond numérisé de *Voilà*. Je le remercie pour ses conseils, les explications qu'il m'a fournies ainsi que le temps qu'il m'a accordé.

Je tiens également à exprimer ma gratitude à Nicolas Diochon pour ses retours très constructifs sur mes parties ainsi que pour les corrections qu'il a apporté à mon développement. Je ne peux passer outre les nombreuses relectures et remarques faites par Lucile Laugurette tout au long de la rédaction de mon travail.

C'est dans un contexte particulier que ce travail a été effectué et c'est pour cela que je remercie l'entièreté de la promotion de Master 1 CEI 2020/2021 avec qui nous nous sommes entre aidés pendant et en dehors des cours. Cette présence a été importante pour mener à bien ce projet de recherche ainsi que cette première année de master.

Enfin, je tiens à remercier tous mes amis et ma famille qui ont toujours su se montrer présents et intéressés.

Remerciements

Résumé : Le style de presse-magazine apparaît progressivement à partir de la seconde moitié du XIX^e siècle en Europe et en France. C'est ce nouveau genre de presse qui connaît un essor durant la Première Guerre Mondiale avec des reportages photographiques des combats. Par la suite, les magazines et photos-reportages se diversifient et offrent aux lecteurs une nouvelle perception de l'actualité, c'est dans ce changement des attentes de la part des lecteurs que Voilà se positionne. Le magazine de Gallimard apporte une nouvelle façon de traiter l'actualité, ce traitement proposé par Voilà est moderne et répond aux envies des lecteurs. L'étude du magazine de Gallimard permet de mieux connaître la presse-magazine durant les années 1930 en France.

Descripteurs : presse, presse-magazine, magazine, photo-reportage, hebdomadaire, Voilà, Gaston Gallimard, XIX^{ème}-XX^{ème} siècle

Abstract: The magazine press style appeared progressively from the second half of the 19th century in Europe and in France. This new type of press experienced a boom during the First World War with photo reports of the fight. Subsequently, magazines and photo reports diversified and offered readers a new perception of current events. Gallimard's magazine offers a new way of dealing with current affairs, and the treatment offered by Voilà is modern and responds to readers desires. The study of Gallimard's magazine provides an insight into the press-magazine during the 1930's in France.

Keywords: press, press-magazine, magazine, report, photo-report, weekly, Gaston Gallimard, XIXth-XXth century

Droits d'auteurs

Droits d'auteur réservés.

Toute reproduction sans accord exprès de l'auteur à des fins autres que strictement personnelles est prohibée.

Sommaire

INTRODUCTION	9
L'ESSOR DE LA PRESSE-MAGAZINE	15
I. Les débuts de la presse-magazine	15
A. <i>Les premiers magazines</i>	15
B. <i>L'émergence du modèle de presse-magazine en France</i>	17
C. <i>Le modèle type : l'exemple de Vu</i>	21
II. Les photos-reportages dans la presse-magazine	25
A. <i>La naissance des photos-reportages</i>	25
B. <i>Une nouvelle façon de traiter et diffuser l'information</i>	30
C. <i>Le photo-reportage en France : magazines, reporters et photographes</i>	33
III. Les techniques d'impression et de diffusion	36
A. <i>Les techniques de reproduction des illustrations</i>	37
B. <i>Les photographies sur le papier</i>	39
LA FONDATION DE VOILA	43
I. Genèse du magazine Voilà	43
A. <i>Gaston Gallimard et la presse magazine</i>	43
B. <i>Dans le prolongement de Détective ?</i>	45
C. <i>Équipe éditoriale du magazine</i>	47
II. Voilà et sa vision de l'actualité	50
A. <i>La composition des numéros</i>	50
B. <i>Les thèmes abordés</i>	53
III. La photographie au cœur du magazine	55
A. <i>Les photos-reportages dans le magazine</i>	55
B. <i>La mise en scène des photographies</i>	59
C. <i>Les Unes de Voilà</i>	64
VOILA ET LES FEMMES	68
I. La place visuelle des femmes dans les pages de Voilà	68
A. <i>Les femmes à la Une</i>	68
B. <i>La nudité sur papier glacé</i>	73
C. <i>Les photographies</i>	79
II. Traitement des sujets féminins au sein du magazine	81
A. <i>La femme en tant que sujet, le thème de la féminité</i>	81
B. <i>La vision du rôle féminin</i>	83

III. Les amies de Titaÿna.....	85
A. <i>Titaÿna, une femme reporter.....</i>	<i>86</i>
B. <i>Sa série de grands reportages pour Voilà.....</i>	<i>87</i>
C. <i>Mettre en avant les femmes du monde.....</i>	<i>90</i>
CONCLUSION.....	93
SOURCES	95
BIBLIOGRAPHIE	109
ANNEXES	111
TABLE DES ILLUSTRATIONS.....	119
TABLE DES MATIERES	121

INTRODUCTION

La presse d'actualité illustrée permet d'apporter un supplément aux informations transmises par la presse traditionnelle aux lecteurs. Les mots ne sont plus les seuls garants de l'information, ils sont accompagnés par, dans un premier temps, des illustrations faites par des dessinateurs puis par des photographies. Les lecteurs ne se contentent plus d'imaginer l'information, l'actualité mais ils peuvent désormais la voir par le biais de l'évolution de la presse illustrée. Cependant, ces images qui sont mises à disposition du lectorat peuvent être le fruit d'une construction subjective de la part des graveurs et dessinateurs dans un premier temps puis des photographes ensuite qui peuvent mettre en scène la réalité afin de faire parler les images à leur guise. Dans le présent travail, les recherches autour du magazine français *Voilà* vont tenter de positionner le magazine de Gaston Gallimard dans une Histoire plus globale de la presse-magazine. Ce mémoire place dans un ensemble de recherches déjà effectuées sur le monde de la presse-magazine qui permettent de mieux placer l'essor du magazine d'actualité illustrée dans l'univers de la presse.

De nombreux travaux scientifiques se penchent sur l'histoire de cette partie de la presse française et européenne, cette presse d'images qui se développe dès le XIX^e siècle. Les travaux de Gilles Feyel font partie des plus importants de ce domaine, cet historien français est spécialisé dans l'histoire de la presse, du journalisme et de l'imprimerie, il a notamment écrit *La presse en France des origines à 1944 : Histoire politique et matérielle*¹ en 2007 ainsi que *Naissance, constitution progressive et épanouissement d'un genre de presse aux limites floues : le magazine*² en 2001. Les recherches de Gilles Feyel permettent de placer un cadre général sur l'histoire de la presse en France ainsi qu'en Europe, ces connaissances générales sont indispensables pour le chercheur. En plus des travaux de ce dernier, d'autres ouvrages apparaissent comme importants lorsqu'il s'agit de mener un

¹ G. FEYEL, *La presse en France des origines à 1944. Histoire politique et matérielle*, Paris, Ellipses, 2007 (2e éd.), 192p.

² G. FEYEL, *Naissance, constitution progressive et épanouissement d'un genre de presse aux limites floues : le magazine*, Lavoisier, In : Réseaux, 2001/1, pp.19-51.

travail sur la presse-magazine en France. L'ouvrage *Histoire de la presse*³, publié en 2018, de Pierre Albert contribue à ajouter de nouveaux éléments de contexte. Il faut également ajouter à cela l'ouvrage de Christian Delporte, Claire Blandin et François Robinet⁴ qui permet de compléter tous les ouvrages consultés précédemment. Il y a donc, dans un premier temps, des ouvrages généraux sur l'histoire de la presse qui permettent aux chercheurs de constituer une base de connaissances solide et large sur ce thème.

Dans le cadre de notre thématique de recherche qui porte sur le magazine *Voilà*, il a fallu nous intéresser également aux travaux qui concernent la presse-magazine. Dans ce domaine, ce sont les travaux de Jean-Marie Charon qui se placent comme essentiels, avec son ouvrage *La presse magazine*⁵ publié en 2008. Ce travail de J.-M. Charon apporte de nombreux éléments clefs sur l'évolution des magazines en France au début du XX^e siècle. En plus de ces travaux, l'ouvrage de Claire Blandin intitulé *Manuel d'analyse de la presse magazine*⁶ constitue un élément important dans la compréhension de tous les enjeux de l'évolution et de l'essor de ce nouveau type de presse. Dans la poursuite des recherches sur les travaux portant sur les magazines, il est important de se renseigner sur les études faites sur la question des photographies et de l'aspect visuel de ce type de presse. L'ouvrage de Jean-Pierre Bacot *La naissance du photo-journalisme : le passage d'un modèle européen de magazine illustré à un modèle américain*⁷ est essentiel à la compréhension de l'émergence de la pratique du photo-journalisme qui est très présent au sein des magazines. L'étude du photo-journalisme mais également de l'utilisation des images dans la presse-magazine apparaît comme quelque chose d'important dans la construction d'un travail de recherche sur les magazines d'actualité. En effet, ce type de presse utilise massivement les photographies afin

³ P. ALBERT, *Histoire de la presse*. Presses Universitaires de France, « Que sais-je ? », 2018, 128 pages.

⁴ C. DELPORTE, C. BLANDIN, F. ROBINET, *Histoire de la presse en France. XX^e-XXI^e siècles*. Armand Colin, « U », 2016, 352 p.

⁵ J.-M. CHARON, *La presse magazine*, Jean-Marie Charon éd. La Découverte, 2008, 128p.

⁶ C. BLANDIN, *Manuel d'analyse de la presse magazine*. Armand Colin, « I.COM », 2018, 324 pages.

⁷ J.-P. BACOT, *La naissance du photo-journalisme : le passage d'un modèle européen de magazine illustré à un modèle américain*, In : Réseaux, numéro 151, 2008, pp. 9-36.

d'appuyer les articles qui sont publiés, c'est pour cela que l'ouvrage de Thierry Gervais et Gaëlle Morel *La fabrique de l'information visuelle : photographies et magazines d'actualité*⁸ apparaît comme un incontournable pour ce type d'étude. Il apporte de nombreux éléments sur l'utilisation des photographies dans les magazines. Afin d'apporter plus de profondeur à l'analyse des photographies, il faut également songer à se détacher des travaux historiques et plonger dans les travaux du sémiologue Roland Barthes. Ce dernier a notamment écrit *La Chambre Claire : note sur la photographie*⁹ en 1980 mais aussi *Le message photographique*¹⁰ en 1961, ces deux ouvrages apportent une autre vision de la photographie, cela permet au chercheur d'avoir un autre regard sur son étude. D'autres travaux ont aidé à mener à bien les recherches du présent mémoire, il s'agit ici d'une présentation relativement large de l'historiographie disponible sur ce thème qu'est le magazine et qui se retrouve dans un thème beaucoup plus large : la presse.

Le corpus d'archives étudié est composé des deux-cent-trente premiers numéros de *Voilà* qui couvrent une période de quatre ans allant du 28 mars 1931 au 17 août 1935. Cela représente l'intégralité des numéros numérisés par le musée Nicéphore Niepce de Chalon sur Saône, ils sont consultables directement depuis leur site internet. La présentation de chaque numéro numérisé est identique : il y a un dossier propre à chaque exemplaire qui contient neuf vues de *Voilà*, le cheminement de consultation respecte celui du lecteur avec la Une en premier lieu puis les sept doubles-pages. *Voilà* est un magazine hebdomadaire qui est publié tous les samedis, il est composé de seize pages et est vendu pour le prix d'un franc dans un premier temps puis pour un franc vingt-cinq par la suite. Il est lancé le 28 mars 1931 et est arrêté après quatre-cent soixante-dix numéros en juin 1940, à l'aube de la Seconde Guerre Mondiale. La majeure partie de ce corpus est constituée des numéros des magazines *Voilà* mais à des fins de comparaison il a été nécessaire de se pencher du côté du magazine de Lucien Vogel : *Vu*. Ce magazine est apparu avant *Voilà* mais constitue une base essentielle à la compréhension de la presse-magazine des années

⁸ T. GERVAIS, G. MOREL, *La fabrique de l'information visuelle : photographies et magazines d'actualité*, Textuel, 2015, 240p.

⁹ R. BARTHES, *La chambre claire : note sur la photographie*, Paris, Gallimard/Seuil, Cahiers du cinéma, 1980, 194p.

¹⁰ R. BARTHES, *Le message photographique*, Communications, numéro 1, 1961, p. 129.

1930 en France, les six-cent-trente-huit numéros de *Vu* sont également numérisés par le musée Nicéphore Niepce. Le magazine de Vogel est sensiblement similaire à celui de Gallimard, il arrive sur le marché de la presse presque trois ans jour pour jour avant *Voilà* et est l'un des magazines d'actualité illustrée majeurs de cette période. Cependant, *Vu* n'a pas le même format que *Voilà* : il est composé de vingt-huit pages et paraît tous les mercredis, mais il est légèrement plus cher que son homologue puisqu'il coûte deux francs en 1931. Ces deux bases de données numériques que constituent la numérisation de *Voilà* et *Vu*, sont les principales sources utilisées pour réaliser le travail de recherche du présent mémoire.

Du point de vue de la méthode utilisée pour cette recherche, le travail a consisté à tout d'abord consulter tous les numéros numérisés de *Voilà* afin de nous rendre compte de ce que le magazine propose en termes d'offres journalistiques mais également du point de vue photographique. Cette étude de *Voilà* ne suit pas un cheminement chronologique de manière générale. La période à laquelle on s'attache, 1931-1935, correspond seulement aux numérisations du musée Nicéphore Niepce et n'est pas dictée par d'autres questionnements historiques. Cette périodicité préétablie permet de cadrer plus rapidement le sujet étudié et d'avoir un cadre délimité précis et limité à deux-cent-trente numéros.

Dans un premier temps, des recherches sur l'univers de la presse-magazine ont été effectuées afin de comprendre tous les enjeux de cette presse qui apparaît progressivement dès la fin du XIX^e siècle en France et en Europe. Les images dans la presse font une apparition progressive, ce sont d'abord des gravures qui sont utilisées dans les journaux pour illustrer les articles, puis avec le développement de la photographie et des techniques d'impression de nombreux journaux se mettent à utiliser des clichés pour illustrer les articles avec des images rapportant la réalité aux yeux des lecteurs. Les premiers magazines apparaissent en France dans la seconde partie du XIX^e siècle en France mais ce n'est qu'à l'aube de la Première Guerre Mondiale que ce genre de presse propose un contenu d'information illustrée par la photographie. Les années 1930 constituent un tournant dans l'essor des magazines d'actualité illustrée : le magazine de Vogel se place comme figure de proue de ce nouveau genre de presse hebdomadaire. *Voilà* arrive trois années après et ne se cache pas de s'être inspiré du modèle de Vogel, même si le ton employé est plus léger et moins politisé que celui de *Vu*, le magazine de Gallimard se veut être un magazine d'actualité complet. L'élément marquant des magazines est l'utilisation

massive des photographies pour illustrer les propos des journalistes, c'est ce deuxième point qui constitue une autre étape dans les recherches pour le présent mémoire. L'analyse des photographies utilisées dans le magazine *Voilà* est une étape importante pour ce travail. Il y a des vingtaines de photographies qui accompagnent les articles de chaque numéro, elles illustrent des propos et des thèmes tout aussi différents les uns des autres, c'est pour cela que cette étape est importante dans le travail d'analyse de ce magazine. Le choix des photographies de la part de l'équipe éditoriale de *Voilà* est quelque chose de réfléchi, il faut donc prendre le recul nécessaire afin de comprendre pourquoi ces clichés ont été choisis et mis en scène dans les pages du magazine. La plupart du temps, ces photographies font l'objet d'un photomontage et sont même utilisées à des fins esthétiques dans le but de créer une mise en page dynamique et atypique. La principale différence entre *Voilà* et *Vu* d'un point de vue photographique, réside dans le fait que dans le premier magazine les clichés n'ont pas de valeur esthétique particulière et sont utilisés seulement à des fins illustratives et parfois même humoristique tandis que dans le magazine de Vogel les clichés sont souvent reconnus pour leur grand esthétisme. Le magazine de Gallimard compense l'utilisation de clichés de qualité moyenne par une mise en page atypique qui se différencie de celle de *Vu* puisque dans ce dernier c'est un agencement du texte et des images beaucoup plus neutre et classique qui est privilégié. Cette étude photographique du magazine nous a permis de mettre en lumière une utilisation importante de photographies de femmes, cette question de la représentation des femmes dans les pages de *Voilà* fait l'objet d'une étude approfondie dans le présent mémoire. Qu'elles soient habillées ou non, dans des positions suggestives ou même érotiques, les femmes représentent l'un des acteurs visuels majeur du magazine avec de nombreux clichés au gré des numéros.

Ce mémoire s'applique donc à étudier comment, par le biais de son identité photographique, le magazine *Voilà* s'est construit et développé en affirmant son identité iconographique, grâce à l'utilisation massive de photographies, dans une période de plein essor de la presse-magazine. Avant tout, ce travail de recherches apporte des précisions sur l'émergence de la presse-magazine en Europe puis en France dans des considérations générales afin de mieux encadrer le thème de la recherche. Ce premier axe d'étude se penche sur les débuts de la presse-magazine mais aussi sur le développement d'un nouveau genre de reportages basés sur une

illustration photographique : les photos-reportages. De plus, cette première réflexion se penche également sur l'aspect technique de diffusion des magazines et des photographies afin de mettre en lumière l'essor de ce genre de presse dans la première moitié du XX^e siècle. Ensuite, notre étude de *Voilà* nous mène sur un deuxième axe d'étude qui se penche sur la fondation du magazine à l'aube des années 1930. Nous nous penchons sur la façon qu'a le magazine de traiter l'actualité tout en utilisant massivement la photographie dans les pages de chaque numéro. Enfin, dans le troisième et dernier point, nous aborderons un cas qu'est celui de la représentation des femmes dans le magazine ; il s'agit ici de comprendre pourquoi les femmes sont présentes dans le magazine mais aussi de se questionner sur comment et pourquoi elles sont représentées ainsi. Nous nous pencherons également sur une série de reportages sur les femmes que Titaÿna a réalisé, cela nous permettra de voir comment une journaliste parle des femmes.

L'ESSOR DE LA PRESSE-MAGAZINE

I. LES DEBUTS DE LA PRESSE-MAGAZINE

La presse-magazine a connu des débuts timides en France. Elle émerge outre-Manche en Angleterre au milieu du XVII^e siècle. Même si ces premiers magazines n'ont pas la même structure et le même but que les magazines « modernes », ils se différencient de la presse traditionnelle et des quotidiens de cette époque. Le contenu de cette nouvelle presse est en rupture avec ce qui existe depuis plusieurs années : l'accès est davantage mis sur l'illustration des thèmes abordés. La presse-magazine connaît un long moment de flottement durant lequel ce nouveau type de presse commence à affirmer son style et sa façon de concevoir et transmettre l'information. Il faut attendre le milieu du XIX^e siècle pour que les premiers magazines fassent leur apparition en France et le début du XX^e siècle pour que ce nouveau genre de presse s'épanouisse pleinement.

A. Les premiers magazines

Comme l'explique G. Feyel au début de son article¹¹, il est difficile de caractériser ce qui fait partie du genre de presse-magazine. L'histoire de la presse peut mettre en lumière ce nouveau genre en raison de la diversité des contenus, le lien entre illustration et texte, l'évolution des formes qui privilégie la photographie à partir de 1900 et l'héliogravure. Le premier magazine apparaît en 1731 en Angleterre avec le *Gentleman's Magazine* de Edouard Cave. Ses quarante-deux pages et sa parution mensuelle ont tout de suite rencontré un grand succès auprès des lecteurs. De ce fait, de nombreux autres magazines naissent et se placent en concurrence, notamment le *London Magazine* de 1732, l'*Universal Magazine* de 1747 et l'*European Magazine* de 1783. Leur constitution est bien différente des magazines dits modernes que l'on connaît et qui sont des organes de presse avec

¹¹ G. FEYEL, *Naissance, constitution progressive et épanouissement d'un genre de presse aux limites floues : le magazine*, Lavoisier, In : Réseaux, 2001/1, pp.19-51.

pour but de relayer des informations comme le font les quotidiens. Ici, le terme « magazine » découle du mot « magasin », c'est-à-dire que ce support est en réalité une vitrine de plusieurs choses que l'on assemble. Le magazine d'Edouard Cave est partagé en sept grandes parties parmi lesquelles on retrouve des reproductions et analyses d'articles de politique et de morale, des pièces de poésie, ainsi qu'une chronologie des événements du mois précédent. Dans ces premières parties, nous retrouvons des choses littéraires et informatives sur l'actualité, mais au-delà nous trouvons d'autres catégories qui vont aborder le cours des denrées, des fonds et du change et enfin des observations sur le jardinage et l'élevage de bétail. Nous pouvons trouver une grande diversité des thématiques à travers ce magazine, nous avons de quoi faire une sorte de magasin où sont rassemblés « les articles les plus remarquables sur les matières dont nous parlons, ou au moins des analyses impartiales de ces articles, comme une façon de conserver les pièces curieuses bien plus sûres que de les transcrire. »¹². Il y a une tentative de diffusion de ces magazines aux États-Unis avec *The General Magazine and Historical Chronicle* de Franklin en 1741, mais l'initiative échoue. Il faut attendre le début du XIX^e siècle pour que ce nouveau modèle de presse s'y installe durablement. En Europe, il y a en Italie le *Magazzino Universale* qui paraît en 1775.

Les premiers magazines du XVIII^e siècle s'adressent à un public de lecteurs aguerris, ceux qui lisent déjà la presse quotidienne. Il n'y a pas ou très peu d'illustrations. C'est à partir des années 1830 que le genre de presse-magazine va se tourner vers un public beaucoup plus large en intégrant massivement les illustrations pour que les lecteurs puissent utiliser leur imagination. En 1832, toujours en Angleterre, l'éditeur Charles Knight lance le *Penny Magazine* qui vulgarise les connaissances et qui s'appuie sur des gravures de bois. De plus, comme son nom le suggère, il est accessible à toutes les bourses et est vendu au numéro¹³. À l'inverse des premiers modèles, ce genre-là est rapidement adopté en France. Il faut bien comprendre que c'est à ce moment-là que les magazines changent de forme pour la première fois. Ils se spécialisent dans la vulgarisation scientifique avant de rendre cela accessible à tous. Cependant, un autre changement va s'opérer en parallèle de ce dernier. En effet, au milieu du XIX^e siècle, d'autres magazines commencent à

¹² CUCHEVAL CLARIGNY, 1857, p.231-257. Cité dans G. FEYEL, *op.cit.*, pp. 21-22.

¹³ G. FEYEL, *op.cit.*

faire leur apparition et, avec eux, une nouvelle tendance de la presse-magazine se dessine. Les magazines d'actualité commencent à faire leur apparition, tout d'abord en Angleterre avec le *Illustrated London News* en 1842 qui est vite repris l'année suivante en France avec l'*Illustration* et en Allemagne avec l'*Illustrirte Zeitung*.

Ces premiers magazines illustrés utilisent la technique de gravure sur bois « de bout » jusqu'aux années 1850. Dès lors la zincogravure inventée par Firmin Gillot s'impose dans le monde de la presse-magazine pour la reproduction des illustrations. Il est à noter que le terme « magazine » est très rarement utilisé. Selon le Dictionnaire de la langue française d'Émile Littré, le mot magazine est « un mot anglais signifiant un ouvrage périodique composé d'articles de littérature ou de science. Notre mot magasin n'ayant plus que rarement cette signification, on trouve assez souvent magazine pour désigner les recueils anglais ou américains qui portent ce titre.¹⁴ ». Il faut attendre la toute fin du XIX^e siècle pour noter un réel développement de la presse-magazine, notamment en France, avec une plus grande utilisation des illustrations photographiques en similitravure et avec la naissance d'un journalisme d'enquête et de reportage. Le genre magazine s'étend à tous les domaines de la vie quotidienne et de l'actualité grâce à la multitude de numéros qui sont créés. La presse-magazine d'aujourd'hui est née dans le début des années 1900. Au début du XX^e siècle, ce style de presse devient à la mode et fait moderne, mais nous notons que peu de revues illustrées se revendiquent comme « magazine ». Par exemple, si l'on prend le cas de *La Vie Illustrée* s'est toujours revendiquée comme un « journal hebdomadaire » et qui va s'affirmer comme « magazine » peu de temps avant de disparaître¹⁵.

B. L'émergence du modèle de presse-magazine en France

Nous avons vu précédemment que l'expansion du modèle de presse-magazine se fait progressivement en Europe et à travers le monde. En France, les débuts ont été timides et il a fallu attendre le milieu du XIX^e siècle pour que ce nouveau genre

¹⁴ *Ibid.*, p.25.

¹⁵ *Ibid.*, p. 30.

s'implante solidement dans le paysage de la presse. Peu avant la Révolution, *Le Mercure de France/Journal de politique et de littérature* de Panckoucke est publié, mais il n'est pas comparable avec ce qui est publié en Angleterre. Même dans l'appellation de ces nouveaux supports de presse écrite, le terme de « magasin » est enfin naturalisé français avec le *Magasin Encyclopédique* (1792) et le *Journal des sciences, des lettres et des arts* (1816)¹⁶. Ce mot « magasin » est l'équivalent, en français, du mot anglais « magazine », cela nous donne donc une indication sur la volonté de reproduire le modèle développé outre-Manche. Cependant, il faut attendre 1833 pour que la formule anglaise soit appliquée en France. C'est avec le *Magasin Pittoresque* de E. Charton et le *Musée des familles* de Girardin que la France connaît ses deux premiers « magasins » inspirés du modèle anglais ; ils ont également pour but de rendre la littérature populaire avec un contenu diversifié et illustré par de nombreuses gravures. La principale nouveauté se situe ici : ce sont les illustrations qui apportent une nouvelle dimension à cette presse. Ces dernières permettent de rendre accessible le contenu à des personnes qui ne savent pas ou peu lire. Jules Janin, journaliste, définit ce nouveau type de magazine illustré : « Le riche, le pauvre, l'artisan, la coquette, le dandy, le cavalier, le poète, le rêveur, le romancier, l'historien, qui encore ? Toute cette foule d'esprits, de mœurs, d'intérêts, de positions, de besoins, ce mélange de gaieté et de tristesse, d'humeurs et d'opinions si opposées, trouvera à se satisfaire, dans ce recueil, dans ce journal, dans ce livre, dans ce magasin, dans cette encyclopédie, dans ce musée, dans ce je-ne-sais-quoi à deux sous. [...] Ainsi c'est un livre pour tous les goûts, pour toutes les positions, pour toutes les fortunes, pour tous les âges.¹⁷ ».

Les magazines français vont également suivre l'évolution générale de la seconde moitié du XIX^e siècle où cette presse illustrée va délaisser la vulgarisation scientifique et tendre vers une diffusion des nouvelles d'actualité. En 1843, c'est de nouveau E. Charton qui fait figure de précurseur en fondant l'*Illustration*, même si ce dernier ne porte pas la mention « magazine », mais plutôt « Journal Universel » il est conscient de participer au mouvement de l'expansion de l'image. Son premier concurrent n'apparaît qu'en 1857 sous le nom de *Le Monde Illustré*. Le magazine de

¹⁶ *Ibid.*, p. 23.

¹⁷ Prospectus du *Musée des familles*, « les magasins anglais ».

Charton est, jusqu'en 1905, formé de seize pages en format in-4 avant de passer à vingt ou vingt-quatre pages les années suivantes¹⁸.

L'avènement du magazine illustré moderne a lieu à la toute fin du XIX^e siècle, en 1898 lorsque trois magazines apparaissent et marquent le monde de la presse-magazine en France. Ce sont les *Lectures pour tous*, *Revue Universelle et populaire illustrée* qui est un mensuel familial, puis *La vie au grand air* qui est quant à lui un magazine sportif et enfin c'est *La Vie Illustrée* qui est l'un des premiers grands hebdomadaires d'actualités. Ces trois magazines révolutionnent le magazine illustré par la photographie sur papier couché. Leur prix est assez bas ce qui rend le magazine accessible à un large public : *La Vie Illustrée* coûte trente centimes lors de son lancement¹⁹ et propose une grande variété de mise en page avec de nombreux clichés. Se voulant être un hebdomadaire d'actualité, le magazine va donc traiter de nombreux sujets qui font les Unes de toute la presse française comme le procès Dreyfus ou la mort de Félix Faure. Une multitude de numéros sont créés et les domaines traités par ces magazines s'étendent de la vie quotidienne à l'actualité générale. Peu à peu, les dessins de presse sont abandonnés pour laisser la place aux illustrations photographiques qui prennent de plus en plus de place dans la presse-magazine et qui, grâce aux progrès de la technologie d'impression, sont plus simples à mettre sur le papier. Ces photographies sont de plus en plus belles et spontanées, les photographes abandonnent progressivement les photographies d'actualité avec des sujets qui prennent la pose. La presse-magazine comme nous la percevons et entendons aujourd'hui est née dans les premières années du XX^e siècle et la Première Guerre Mondiale va venir renforcer ce sentiment de profond changement dans la façon de penser et de diffuser les magazines.

Dès le début de la Première Guerre Mondiale, les organes de presse sont muselés pour éviter la divulgation d'informations qui peuvent nuire aux forces militaires. Comme cela a pu être le cas lors de la guerre de 1870 lorsque les positions du 12^e et 13^e corps d'armée du Général Mac-Mahon. Il y a donc une réelle méfiance envers la presse comme l'indique le député de Bar-et-Seine, Paul Meunier lorsqu'il déclare qu'il ne faut pas hésiter à « donner un système d'informations inexactes et

¹⁸ G. FEYEL, *op.cit.*, p. 24.

¹⁹ *La Vie Illustrée*, numéro 1, 20 octobre 1898.

retardées »²⁰. En plus de cette censure, s'ajoute un régime de propagande auquel sont soumis les journaux et magazines : les photographies et textes sont mis au profit d'une propagande militaire en faveur des troupes alliées et françaises. Malgré tout cela, cette période peut être considérée comme l'âge d'or des magazines puisque de nombreux lecteurs vont vouloir « voir » la guerre grâce aux photographies présente dans ces derniers. De plus, durant le conflit de nombreux magazines sont créés « spécialement » pour narrer la guerre. Par exemple, *La Guerre Aérienne Illustrée* a paru pour la première fois le jeudi 16 novembre 1916 dans un format 32x24 et qui a pour but de rendre hommage aux aviateurs tués au combat. Ce magazine spécialement créé pour la guerre est édité de 1916 à 1919. Ce dernier fait partie d'un ensemble de magazines édités pour « raconter la guerre » comme *Pays de France* (1914-1919), *Sur le vif* (1914-1918), *J'ai Vu* (1914-1920), *Le Flambeau* (1915-1916). Cette période de guerre inédite est propice au développement des magazines déjà en place avant 1914, comme l'*Illustration* qui a atteint des pics de tirages à cinq cent mille exemplaires entre 1914 et 1919 tout en tirant régulièrement à deux cent mille exemplaires régulièrement²¹. Mais ce magazine ne fait pas figure d'exception puisque le magazine fondé en 1912, *Le Miroir*, a tiré près de trois cent mille exemplaires en 1915²².

À la fin de la guerre, l'avènement de la téléphotographie ainsi que les progrès du journalisme de reportage vont favoriser l'expansion de la presse-magazine dans tous les domaines d'actualité. Cette nouvelle génération de magazine s'appuie sur la technique d'impression en héliogravure monocolore qui est moins coûteuse. Ces magazines s'inspirent aussi de ce qu'il se fait en Allemagne avec deux magazines majeurs : *Berliner Illustrirte Zeitung* et l'*Arbeiter Illustrirte Zeitung*. Deux titres vont profondément marquer la période d'entre-deux-guerres : *Vu* créé en 1928 et *Match* fondé dix ans plus tard. Ces deux magazines vont marquer le nouveau tournant pris par le genre de presse-magazine : le reportage d'actualité illustré. En parallèle, une autre famille de magazines va se former autour des faits divers,

²⁰ O. FORCADE, *Censure, secret et opinion en France de 1914 à 1919*. In: *Matériaux pour l'histoire de notre temps*, n°58, 2000. Le secret en histoire, sous la direction de Robert Frank, p.45.

²¹ J-M. CHARON, « Historique » chapitre premier, Jean-Marie Charon éd., *La presse magazine*. La Découverte, 2008, pp. 8-20.

²² G. FEYEL, *op.cit.*, p. 32.

notamment avec *Détective* de Gaston Gallimard, fondé la même année que *Vu*, qui va pousser à l'excès la dramatisation des scènes de crime et des criminels. Nous avons donc, à la fin des années 1920, deux nouvelles formes adoptées par les magazines en France avec les reportages photographiques d'actualité de *Vu* et la documentation aussi par la photographie des faits divers avec *Détective*.

C. Le modèle type : l'exemple de *Vu*

C'est avec une forte expérience au sein du monde de la presse et de l'édition, notamment lors de son passage chez Hachette à ses dix-sept ans où il s'est occupé de la mise en page de deux revues, mais aussi lors de sa fonction de rédacteur en chef d'*Art et Décoration* que Lucien Vogel²³ décide de lancer son premier journal en 1912 : *La Gazette du bon ton*. Suite à l'arrêt de son journal à cause de la Première Guerre mondiale, Vogel enchaîne de nombreuses expériences dans des revues de mode et d'art entre 1920 et 1927. Par la suite, c'est avec la volonté de développer les recherches autour de la photographie que Lucien Vogel lance le 21 mars 1928 son premier magazine d'actualité sous le nom de *Vu, journal de la semaine*²⁴. Dans ce nouveau projet, Lucien Vogel veut placer la photographie au centre du projet éditorial. Les évolutions techniques lui permettent de mener à bien cette volonté puisque la rotogravure rend possible la production en plus grande quantité de clichés photographiques. Pour se faire, il s'appuie sur les travaux de grands photographes de l'époque comme Robert Capa, André Kertesz et Germaine Krull. Le directeur du magazine a pour volonté de mettre l'information en images plutôt qu'en mots. Il est la figure du « magazine moderne » en faisant l'utilisation de photomontages tout en choisissant des photographies avec des prises de vues modernistes. Le magazine de Lucien Vogel arrive à un moment où la presse en France doit totalement se réinventer et c'est ce qui va contribuer à son large succès : il est « conçu dans un

²³ Lucien VOGEL (1886-1954) est un éditeur et homme de presse français. Il a été directeur de nombreux journaux dont *Vu* dont il est le fondateur en 1928.

²⁴ S. KURDIJAN, *L'édition de presse selon Lucien Vogel : l'inventivité dans la diversité*, In : Revue de la BNF, Bibliothèque Nationale de France, 2015/1, numéro 49, pp.60-71.

esprit nouveau et réalisé par des moyens nouveaux, Vu apporte en France une formule neuve : le reportage illustré d'information mondiale »²⁵.

Le magazine de Vogel se calque sur un modèle allemand, celui du *Berliner Illustrierte Zeitung* fondé en 1892. Si nous comparons la Une du numéro 22 de *Vu* à celle du numéro paru en avril 1932 du magazine allemand, nous pouvons voir quelques similitudes dans la forme de mise en page. L'image de la Une renvoie systématiquement à un développement dans les pages du numéro.

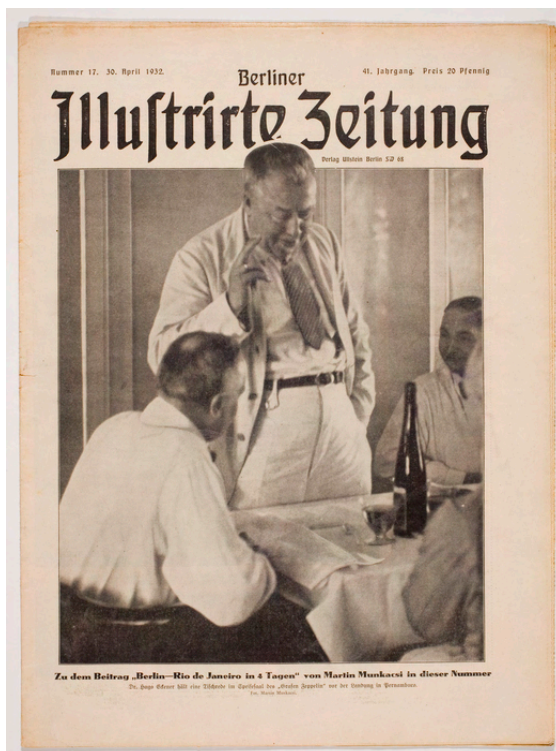


Figure 2 : Berliner Illustrierte Zeitung, numéro 17, 30 avril 1932.



Figure 1 : Vu, numéro 22, 15 août 1928.

Les deux Unes sont sensiblement les mêmes, peu de texte et une place accordée à la photographie importante puisqu'elle prend quasiment toute la place de la première page. Mais c'est aussi conformément à la ligne éditoriale qu'il rejoint son homologue allemand. En effet, le magazine allemand n'est pas indépendant politiquement parlant ; il est orienté dans sa façon de concevoir ses sujets, mais aussi dans les thèmes qu'il aborde. Dans un premier temps, *Vu* se veut détacher de toute affiliation politique, mais cette volonté va se trouver contredite à de nombreuses

²⁵ G. FEYEL, *op.cit.*, p. 33.

reprises avec l'expression d'opinion de la gauche politique. C'est cette prise de position qui va coûter la place de Vogel au sein du magazine en 1936 après la parution du numéro 441 : ce magazine est jugé trop en faveur de la République espagnole et contre la bourgeoisie française. Il est démis de ses fonctions les semaines suivantes par les actionnaires du magazine.

Lucien Vogel a cependant réussi à placer les photographies au cœur de son magazine d'actualité. Si nous reprenons les chiffres avancés par Danielle Leenaerts²⁶, sur les vingt-huit pages d'un magazine il y a en moyenne soixante-sept photographies par numéro ce qui fait plus ou moins deux photographies par page. Avec cette fréquence, l'image sort de son rôle de simple illustration dans lequel elle était cantonnée depuis les débuts de la presse illustrée. L'accompagnement en texte de ces images est souvent réduit à son plus court format. Par exemple, dans le numéro 196 de *Vu*, la composition d'une double page évoquant l'urbanité nord-américaine ne laisse pas la place au moindre morceau de texte. Les images sont seules et parlent d'elles même aux lecteurs :



Figure 3 : *Vu*, numéro 196, 16 décembre 1931.

²⁶ D. LEENAERTS, *Le magazine français Vu (1928-40) : Naissance de l'information visuelle et utopie de la substitution de l'image photographique au texte écrit*. In : *Elective Affinities*. Leiden, Pays-Bas : Brill-Rodopi, 2009, pp. 159-171.

En plus de l'exploitation dynamique des images avec une mise en page novatrice, le photomontage est très souvent utilisé par la direction artistique du magazine. Ce procédé de superposition de photographies est souvent utilisé lorsque le magazine veut synthétiser en une image une idée forte ou même annoncer un sujet en Une. En effet, les photomontages peuvent être utilisés en Une ou bien au cœur du magazine lorsqu'un sujet est traité dans un reportage. Par exemple, ci-dessous, nous avons la Une du numéro 351 qui utilise un photomontage pour annoncer le thème du principal article dans le numéro.



Figure 4 : Vu, numéro 354, 5 décembre 1934.

Vu est un magazine emblématique du paysage de la presse en France et même dans le monde puisque le magazine américain *Life* s'est en grandement inspiré. La vision de la diffusion et de sa mise en scène de Lucien Vogel a révolutionné le genre dans les années 1930. L'utilisation massive et astucieuse des photographies fait de *Vu* un modèle du genre. Nous pouvons même dire que ce magazine est le fruit de tous les changements opérés dans les années précédentes dans la presse-magazine en France : *Vu* est un mélange de toutes ces influences et modifications. Le tirage

du magazine de Vogel est estimé entre 50 000 et 100 000 exemplaires²⁷. *Vu* a inspiré toute une génération en France, notamment *Voilà*, publié en 1931 par Gaston Gallimard, qui va devenir un important magazine de photo-reportage d'actualité.

II. LES PHOTOS-REPORTAGES DANS LA PRESSE-MAGAZINE

La mise en scène des informations dans les magazines est ce qui fait le caractère de ce type de presse. L'information est très diversifiée ; elle est transmise avec rigueur et efficacité. Il appartient au photographe reporter de rendre compte d'un thème donné tout en restituant une vision complète avec de nombreuses images illustrant du mieux possible l'information transmise aux lecteurs. Si le magazine est plébiscité par les lecteurs, c'est pour sa capacité à surprendre et à offrir des sujets inattendus que l'on ne retrouve pas dans la presse quotidienne. Le magazine est un bon moyen de rêver pour le lecteur. Les images sont des atouts : les photographies rendent compte d'une réalité qui parle instantanément au lecteur, plus que de longs paragraphes dans un article. Comme le dit Françoise Denoyelle²⁸ au sujet des magazines dans les années 1930 : « la photographie prend une place considérable et tend même à minimiser le texte qui n'est plus parfois qu'une légende plus ou moins développée de l'image. ».

A. La naissance des photos-reportages

Les photographies dans les magazines sont apparues pour la première fois au Canada en 1869 grâce à la technique de similigravure. C'est dans le premier numéro du *Canadian Illustrated News* que la première photographie fut imprimée dans un

²⁷ S. KURDIJAN, *op.cit.*, pp.60-71.

²⁸ J-P. BACOT, *La naissance du photo-journalisme : le passage d'un modèle européen de magazine illustré à un modèle américain*, In : Réseaux, numéro 151, 2008, p. 12.

magazine²⁹. Pour l'Europe, ce sont les Prussiens qui font figure de pionniers. En effet, les magazines illustrés prussiens sont les premiers à abandonner la gravure au profit de la photographie : les principaux magazines sont le *Neue Illustrirte Zeitung* (1884), le *Berliner Illustrirte Zeitung* (1891) et le *Muncher Illustrirte Presse* (1908). Les illustrations photographiques sont apparues à la fin du XIX^e siècle en Europe. Les progrès techniques sont aussi également les principaux moteurs de ce changement. Le passage de l'illustration par la gravure à celui par la photographie marque un tournant dans le traitement de l'information dans la presse.

En France, comme nous l'avons évoqué plus haut, les illustrations dans la presse sont apparues au cours du XIX^e siècle dans les premiers magazines illustrés. Cependant, si nous tenons compte de l'opinion de J.-P. Bacot, les premiers « photo-magazines » sont apparus en France lorsque *Vu* et *Voilà* ont été créés³⁰. Les reportages ont, depuis plusieurs décennies, été accompagnés d'illustrations, notamment des gravures. Cependant, ces illustrations sont présentes qu'à titre d'accompagnement de l'information donnée par l'article lui-même. Le principal changement réside dans le fait qu'avec l'apparition de la photographie, l'illustration photographique devient le vecteur d'information principale. Les photographies ont l'avantage de pouvoir retranscrire au mieux la réalité des faits, même si de nombreux photomontages sont utilisés et qu'il est possible que le photographe mette en scène ce qu'il veut photographier. Malgré tout, la photographie garde ce statut de procédé technique qui permet d'immortaliser un moment précis de la vie réelle, d'un événement qui s'est réellement déroulé, pour par la suite le diffuser en tant qu'information à part entière. La photographie est donc le moyen plébiscité par la presse-magazine pour faire l'actualité. Nous le voyons bien avec les deux principaux magazines du début des années 1930 : *Vu* et *Voilà*. Les deux magazines dédient une

²⁹ *Ibid.*, p. 24.

³⁰ *Ibid.*, p. 56. Tableau 1.

double page au traitement par la photographie des actualités de la semaine et des faits marquants :



Figure 6 : Vu, numéro 2, 28 mars 1928, p. 31.



Figure 5 : Vu, numéro 2, 28 mars 1928, p. 32.

Dans *Vu*, une double page est utilisée pour illustrer l'actualité de la semaine avec des photographies : cette rubrique appelée « Vu cette semaine » va être imitée par *Voilà* qui va instaurer la page « Voici » et « Reportages indiscrets » dans chacun de ses numéros. Le but est le même : il est de mettre en image les actualités récentes sans trop de texte ; la photographie est assez compréhensible sans avoir à lire le texte qui s'y rapporte :



Figure 7 : Voilà, numéro 2, 4 avril 1931, pp. 4-5.

Les photos-reportages s'imposent progressivement comme une façon moderne de rendre compte de l'actualité. Des reporters et des photographes sont missionnés pour mener à bien des voyages et en restituer des reportages illustrés. C'est en partie grâce à cela que les lecteurs sont autorisés à voyager. À travers des photographies prises à l'autre bout du monde un lecteur peut s'imaginer y être ou tout simplement voir concrètement à quoi ressemble le reste du monde. Cette invitation au voyage et au rêve contribue grandement au succès du style de presse-magazine, en plus de son prix bas et de la facilité à le « lire »³¹.

L'essor de la photographie de presse est dû aux évolutions techniques. En effet, la diffusion d'appareils simples d'utilisation et assez robustes comme le Rolleiflex 6x6 et le Leica 24x36 va faciliter le travail des photographes avec des pellicules plus compactes en format 35mm. En plus de cette évolution des appareils, la transmission à distance des clichés va grandement aider la diffusion des nouvelles accompagnées d'une photographie, la téléphotographie va permettre à la presse de rendre compte d'une actualité très récente à l'aide d'un cliché pris lors de

³¹ Ici, nous mettons « lire » entre guillemets car comme expliqué précédemment il n'est pas nécessaire de lire un magazine : le lecteur peut simplement se contenter de le parcourir avec les yeux. Les photographies sont là pour montrer aux lecteurs ce que les mots ne peuvent parfois pas exprimer.

l'événement. Les premières photographies transmises par le biais de cette technique sont perçues comme des prouesses. Le 25 septembre 1927, c'est le quotidien *La Presse* qui va publier en Une un cliché d'un combat de boxe ayant eu lieu la veille à Chicago³². Ces techniques s'imposent dans la presse malgré leur coût puisqu'elles répondent à l'évolution de la demande des lecteurs. Le 20 novembre 1936, l'hebdomadaire *Sept* publie un article intitulé « Le règne de l'image » :



Figure 8 : *Sept*, numéro 143, 20 novembre 1936, p. 19.

Dans les premières lignes de cet article, le journaliste observe : « il n'est que de jeter un regard sur nos kiosques, nos grands quotidiens ou nos meilleurs livres, pour se convaincre de la place prépondérante prise par l'image. [...] Aujourd'hui, la photographie, transmise d'un bout du monde à l'autre, par le procédé de béli-nographe et grâce aux progrès de la photogravure et de l'imprimerie, est devenue un document irréfutable qui concrétise la nouvelle la plus récente. ».

³² C. DELPORTE, C. BLANDIN, F. ROBINET, *Histoire de la presse en France. XX^e-XXI^e siècles*. Armand Colin, « U », 2016, 352 p.

B. Une nouvelle façon de traiter et diffuser l'information

Nous faisons face à une nouvelle façon de traiter et diffuser l'information, mais nous devons cependant nuancer deux pratiques différentes liées à l'utilisation de la photographie comme illustration. Dans un premier temps, nous pouvons noter que le photojournalisme est à l'opposé du reportage photographique. Ce sont deux choses que les magazines proposent dans leurs numéros. Le photojournalisme, effectué par un journaliste, se veut synthétique et il condense un événement avec une seule image que le journaliste perçoit comme représentative de l'événement dont il parle. Tandis que le reportage est effectué par un reporter qui est aussi à la fois photographe : il se doit de donner la vision la plus complète possible du sujet dont il parle. Le reportage a également un caractère plus singulier : le reporter photographe transmet sa vision des choses au travers de ses clichés, mais aussi quelques fois avec le petit texte qu'il peut écrire en accompagnement des images comme l'a fait Hugo Bernatzik (1897-1953) dans son reportage « Plus vifs que la tortue » publié dans le numéro 355 de *Vu* en 1935 :



Figure 9 : Vu, numéro 355, 2 janvier 1935, pp. 18-19.

Le reportage a une certaine autonomie de l'information visuelle qui va de pair avec la reconnaissance du photographe en tant qu'auteur. Alors que le photojournalisme tend à rendre le travail plus impersonnel avec une attribution anonyme du travail photographique dont seule l'agence est créditée. Mais il se peut que parfois le photographe et le journaliste s'associent pour produire une autre forme de reportage. L'élément visuel est une nouvelle fois privilégié, mais les textes qui l'accompagnent ne se contentent plus de donner des explications succinctes.

Les images dans les magazines n'ont jamais cessé de voir leur place se renforcer au fil des années, mais elles ne sont pas simplement des clichés montrant une personne, un paysage ou une manifestation par exemple. Selon Jean Marie Charon il y a trois types d'images³³. Une image en dit souvent plus long qu'un texte ; c'est pour cela qu'il y a l'image qui renseigne. Ce que peut raconter une photographie offre des possibilités d'enrichissement de l'information. Le lecteur n'est plus obligé de lire le texte pour comprendre de quoi il s'agit, mais il peut seulement jeter un œil à la photographie qui prend presque la place du texte. L'information n'est plus seulement accessible par le texte, mais l'image peut se suffire à elle-même pour que le lecteur puisse comprendre. Ensuite, l'image a aussi une fonction de « télécommande » selon Charon : elle guide. Par ici, nous entendons que le magazine propose à ses lecteurs une multitude de cheminements de lecture comme par exemple le reportage de Bernatzik (fig. 9) qui offre un sens de lecture traditionnel de gauche à droite. Enfin, il y a des images qui procurent du plaisir aux lecteurs : il y a le plaisir de toucher un papier de bonne qualité, mais aussi de regarder des photographies très travaillées qui invitent au jeu ou à l'évasion.

En plus des photographies qui sont disposées dans le magazine avec des textes plus ou moins longs qui les accompagnent, il y a une autre façon de mettre en scène l'actualité à l'aide de la photographie. Cela est assez rare dans les magazines, mais il y a des numéros pour lesquels certains photographes utilisent le procédé de « séquence photographique » pour mettre en scène un événement. Cette méthode consiste à mettre à la suite des photographies prises les unes à la suite des autres ce qui permet de retranscrire au mieux le déroulement d'un événement. Nous pouvons

³³ J-M. CHARON, *Mise en scène de l'information*, chapitre cinq, Jean-Marie Charon éd., *La presse magazine*. La Découverte, 2008, pp. 77-89.

le retrouver dans un reportage de Brassai, publié dans *Vu* en 1932 sur un fait divers titré « un homme tombe dans la rue » où huit clichés sont positionnés sur une double page afin de donner vie à ce moment tragique³⁴. Nous retrouvons également une utilisation de ce procédé dans le numéro 177 de *Voilà* où une dizaine de photographies sont utilisées pour restituer les étapes d'une procession religieuse : ce reportage photographique est attribué à Gilson qui est sans doute une agence. Ici, nous pouvons voir que la suite de photographies nous permet de mieux nous rendre compte du cheminement de cortège. Cette suite d'images est facile à lire, de gauche à droite :



Figure 10 : Voilà, numéro 177, 11 août 1934, pp. 10-11.

C'est dans une volonté de diffuser plus clairement les informations, mais aussi de mieux correspondre aux envies des consommateurs de presse que les magazines mettent la photographie au cœur de leur contenu. Elle n'est plus qu'une simple illustration : la photographie constitue petit à petit l'information à elle seule. Cependant, il faut garder à l'esprit que, même si elle montre mieux qu'un texte, le cliché reste le résultat d'une réflexion du photographe qui va nous remettre son point

³⁴ D. LEENAERTS, *op.cit.*, p. 169.

de vue au travers de la photographie. Malgré la capacité de la photographie à retranscrire au mieux ce qui est vrai, il faut garder à l'esprit que chaque cliché est subjectif ; c'est le photographe qui a choisi de déclencher à ce moment précis en prenant un angle de prise de vue particulier. L'information illustrée est donc le résultat d'une interprétation du photographe.

C. Le photo-reportage en France : magazines, reporters et photographes

Jean Prouvost, propriétaire du quotidien *Paris-Soir*, dit dans un éditorial du 2 mai 1931 : « L'image est devenue la reine de notre temps. Nous ne nous contentons plus de savoir, nous voulons voir. Tout grand journal, d'information tient à placer à côté de la nouvelle le document photographique qui non seulement l'authentifie, mais en donne la physionomie exacte. »³⁵. La photographie produit un effet documentaire mais aussi une « adhésion au référent » comme l'entend Roland Barthes³⁶. Cet effet est recherché par la presse puisqu'elle vient documenter une information, l'apport visuel sur un événement est un atout majeur dans la retranscription de l'actualité.

Pour alimenter leurs magazines en photographies, les directeurs font appel à des photographes-reporters pour mener à bien un reportage d'une ampleur plus ou moins grande, ou alors ils font appel à des agences comme l'a fait le magazine *Détective*. Ce magazine documentant les faits divers fondé par Gaston Gallimard en 1928 va faire appel à de nombreuses agences comme Wide World, Keystone ou Alliance Photo. Ces agences, internationales pour la plupart, vont apporter une touche « à l'américaine » avec leurs méthodes. La photographie d'illustration n'est plus statique, mais tend vers un mode de prise de vue qui la rend vivante. Par ailleurs, d'autres magazines décident de ne pas passer par le biais d'agences, mais plutôt faire appel à des photographes indépendants. C'est le cas du magazine de Lucien Vogel qui va s'associer à de grands noms de la photographie comme Robert Capa, Man

³⁵ Jean Prouvost, *Paris-Soir*, 2 mai 1931.

³⁶ R. BARTHES, *La chambre claire : note sur la photographie*, Paris, Gallimard/Seuil, Cahiers du cinéma, 1980.

Ray, Brassai, Germaine Krull ou même Eli Lotar. De son côté, *Voilà* s'entoure de grands reporters afin de fournir à ses lecteurs des reportages photographes de qualité écrits et façonnés par des personnes reconnues dans ce domaine. C'est entre autres Joseph Kessel, André Salmon, Pierre Scize et André Beucler qui vont faire des reportages pour le magazine de Gaston Gallimard.

Les photographies illustrent les faits relatés dans les magazines, mais servent aussi à faire la Une. C'est le cas d'un cliché de Robert Capa qui se retrouve à la Une de *Vu* le 15 juillet 1936. Nous le savons car il est crédité, contrairement à *Voilà* qui ne crédite pas les photographies en Une.



Figure 11 : Vu, numéro 435, 15 juillet 1936.

En outre, dans *Voilà* il y a les enquêtes et reportages qui sont publiés dans le magazine. Les photographies sont probablement faites par le rédacteur de cette enquête. En tout cas, c'est sûr bien lui qui les choisit pour illustrer ses propos. À l'image de Pierre Scize qui, dans le numéro 97 de *Voilà*, publie une « grande enquête » intitulée « *Le rail contre la route* ». Cette double page est occupée de plus de sa moitié par du texte, le reste est occupé par deux photographies et d'un photomontage :



Figure 12 : *Voilà*, numéro 97, 28 janvier 1933.

Les directeurs des magazines s'entourent des plus grands photographes de leur époque, des reporters et journalistes les plus reconnus pour alimenter leurs pages d'informations bien illustrées et détaillées. Des reportages complets grâce à des textes bien écrits, mais surtout grâce à des photographies sublimes qui transportent les lecteurs. Cette formule a beaucoup de succès et il est possible de quantifier cet engouement envers les magazines en regardant les chiffres des tirages. Si nous reprenons le tableau dressé dans l'ouvrage *Histoire de la presse en France*³⁷, nous observons que les hebdomadaires aux plus forts tirages en 1938 dans la catégorie

³⁷ C. DELPORTE, C. BLANDIN, F. ROBINET, *op.cit.*, p. 110.

« actualité illustrée » sont au nombre de trois parmi les vingt-neuf hebdomadaires avec les plus forts tirages³⁸. En moyenne, ces hebdomadaires d'actualités illustrées tirent à 221 000 exemplaires en 1938, mais c'est bien *Match* qui domine avec plus de 460 000 exemplaires tirés tandis que *Voilà* et *Regards* ne tirent, quant à eux, qu'entre 95 000 et 105 000 la même année.

L'esthétique de la photographie prend une place prépondérante dans le monde de la presse-magazine. Les photographies ne sont pas prises et choisies au hasard, elles relèvent d'une vraie esthétique qui est le fruit du travail des photographes, mais aussi des directeurs artistiques. Ce sont les fameux Alexander Libermann, Florent Fels³⁹ ou encore Pierre Lagarrigue qui font un travail exceptionnel dans les rédactions de *Vu*, *Voilà* et *Détective* en ce qui concerne la mise en page et l'utilisation des photographies. C'est pour cela que nous pouvons dire que les photographes, reporters et journalistes ont une place importante au sein de cet univers de la presse d'actualités illustrées. De par la place très importante que prend la photographie, le photographe voit aussi son rôle être mis de plus en plus en avant avec des reportages complets et largement diffusés.

III. LES TECHNIQUES D'IMPRESSION ET DE DIFFUSION

Les premières techniques d'impression ne permettent pas de reproduire des images. L'imprimerie en caractères mobiles, par exemple, ne peut pas avoir le même impact sur la reproduction des images que sur la reproduction de textes. Cette reproduction des images dépend d'une gravure artisanale lente et coûteuse. Même si dès la fin du XV^e siècle il est possible d'assembler des gravures dans les pages, les illustrations occupent un rôle très marginal jusqu'au XIX^e siècle⁴⁰. Cependant, entre-temps d'autres techniques ont fait leurs preuves. Au XVI^e siècle, la technique dite

³⁸ Il y a *Voilà*, *Regards* et *Match*.

³⁹ Florent FELS (1891-1977) est un journaliste et écrivain d'art français. Ancien critique d'art à *L'Art Vivant* et aux *Nouvelles Littéraires*, il dirige *Voilà* de 1932 à 1940.

⁴⁰ J-F. TETU, *L'illustration de la presse au XIXe siècle*, Revue de sémio-linguistique des textes et du discours, 25, 2008, 16p.

de gravure sur bois « de fil » fait ses preuves, mais est remplacée par la gravure sur cuivre à la fin du XVI^e siècle, la gravure sur bois « de fil » permet seulement la reproduction d'illustration grossière vendue au colportage. De l'autre côté, la gravure sur cuivre permet la reproduction correcte d'illustrations documentaires et scientifiques⁴¹. Mais, il faut tout de même attendre le XIX^e siècle pour les illustrations s'imposent dans la presse, longtemps avant que la photographie soit considérée comme le support majeur.

A. Les techniques de reproduction des illustrations

La technique qui va permettre de reproduire des illustrations de manière plus fidèle et précise c'est celle de la gravure sur bois « de bout ». Une planche gravée au burin par un artiste, dans un bois mou contrairement à la gravure sur bois « de fil », est placée perpendiculairement aux fibres puis est pressée sur ces dernières. Cette technique provient d'Angleterre, elle est introduite en France par l'éditeur Firmin Didot. Cependant, cette technique reste lente et très coûteuse : c'est pour cela que pour qu'elle soit viable, il faut une formule éditoriale susceptible d'attirer un grand nombre de lecteurs pour en amortir les coûts. C'est grâce au développement de la presse-magazine illustrée que cette méthode a perduré malgré son coût relativement élevé.

Comme nous l'avons évoqué plus tôt dans le présent mémoire, le premier magazine est une œuvre anglaise et a le nom du *Penny Magazine* (1832). Sa diffusion atteint des chiffres énormes pour l'époque puisqu'il tire à environ 160 000 exemplaires⁴². Ce premier magazine est issu du courant utilitariste anglais et est un produit qui se voue à l'éducation populaire avec une inspiration encyclopédiste. Cette formule va être importée en France par Edouard Charton en 1833 avec le *Magasin Pittoresque* qui va rapidement tirer à 100 000 exemplaires. Cette fortune rapide des premiers titres de presse-magazine permet à ces derniers d'utiliser des

⁴¹ *Ibid.*

⁴² *Ibid.*

techniques de reproduction d'illustration coûteuses. Mais le premier magazine d'actualité est *l'Illustration* qui arrive dix ans plus tard. Son coût élevé de 75 centimes ne le rend pas accessible au même public de lecteurs que celui du *Magasin Pittoresque*. Il n'a pas non plus le même but : le fait qu'il soit orienté vers l'actualité l'oblige à avoir un important dispositif éditorial et une qualité technique très haute dans la reproduction des illustrations. Nous pouvons prendre l'exemple d'un numéro de ces deux titres et observer la qualité de la reproduction des illustrations. Nous notons que celle de *l'Illustration* est de meilleure qualité comparativement à celle du *Magasin Pittoresque* :

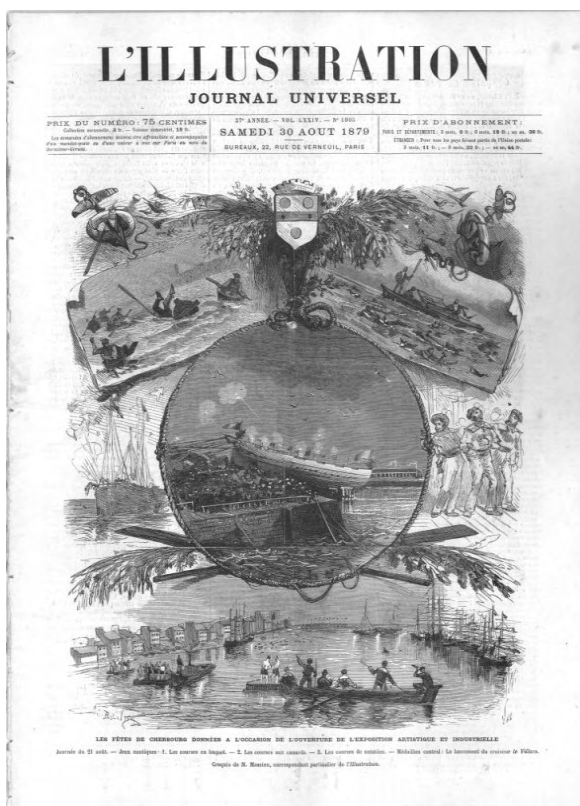


Figure 13 : L'Illustration, numéro 1903, 30 août 1879.

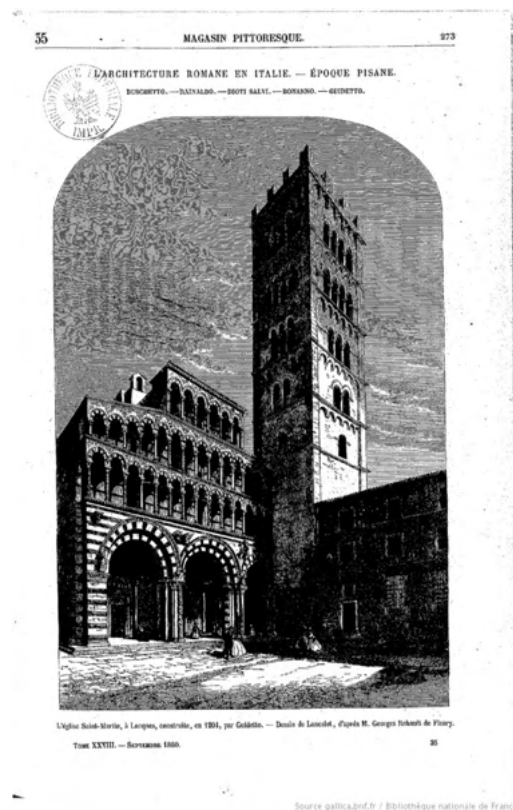


Figure 14 : Magasin Pittoresque, tome XXVIII, septembre 1860.

Les techniques d'impression et de reproduction se perfectionnent au cours du XIX^e siècle. Ces évolutions techniques vont permettre le passage du dessin à une intégration progressive de la photographie dans le processus d'impression. La zincogravure, procédé d'impression qui dérive de la lithographie, fait son apparition dans les années 1850 et va participer au développement de la diffusion de la presse en France.

B. Les photographies sur le papier

Au milieu du XIX^e siècle, l'utilisation des photographies comme illustration dans la presse est quelque chose de très rare. Les clichés photographiques n'ont pas le même apport informatif que les gravures ; les photographies sont des témoins de la réalité. Dans un premier temps, les photographies ne sont pas utilisées directement dans la presse, mais plutôt comme modèles pour les dessinateurs et graveurs. Cela s'explique par l'impossibilité technique de reproduire correctement des photographies sur papier par le biais de l'impression. Les clichés des photographes sont des premières matières visuelles qui servent au processus créatif des gravures qui vont être présentes dans les pages de presse. Ce n'est qu'à partir des années 1860 que la photographie est reconnue comme modèle dans la presse ; on peut voir parfois la mention « d'après photographies » en bas des légendes. Cette mention est aussi un gage de qualité en termes de reproduction de la réalité puisqu'elle atteste de l'exactitude de l'image reproduite.

À la fin du XIX^e siècle, des alternatives commencent à émerger. La première est celle dite du « bois pelliculé ». Avec cette méthode créée par Ernest Clair-Guyot, dessinateur à l'*Illustration*, on reproduit le cliché directement sur du bois afin d'y être gravé sans passer par l'intermédiaire du dessin. À la fin des années 1880, les travaux de Guillaume Petit sur la similigravure marquent l'entrée de la photographie dans la presse. Cette technique utilise une trame pour diviser les tonalités photographiques en points, ce qui permet de conserver les formes de la photographie tout en n'ayant plus l'intermédiaire du graveur. Dans les magazines, les images sont imprimées sur des papiers glacés ou couchés. Ces types de supports se différencient du papier utilisé pour les journaux. Les papiers de journaux sont, depuis les années 1865, fabriqués à base de pâte à bois dans la majeure partie des cas. Cette nouvelle façon de fabriquer du papier remplace la chiffre jusqu'alors utilisée. Le type de papier couché utilisé par les magazines photographiques est un papier qui se prête bien à la reproduction par impression de photographies. Il donne à l'image une certaine qualité par rapport aux gravures sur du papier de journaux.

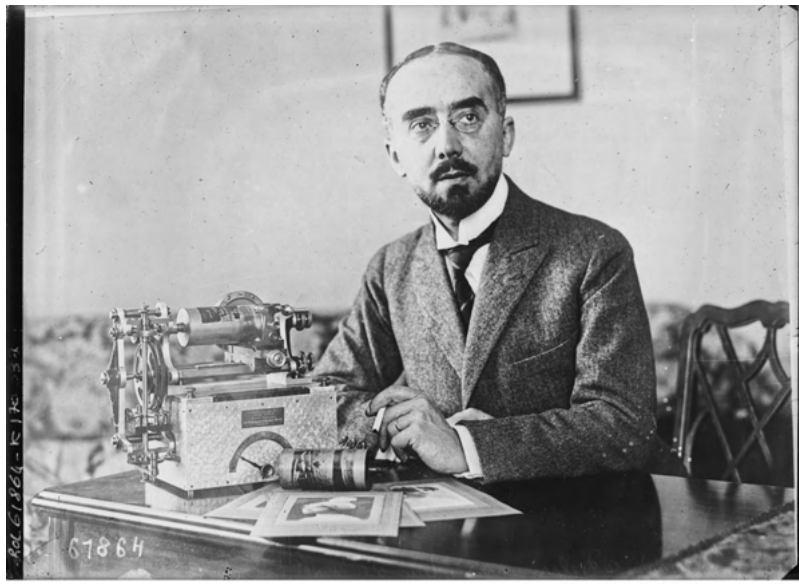
En plus des évolutions techniques d'impression des photographies sur papier, un autre élément déterminant dans la mise en place d'une diffusion des informations plus rapide et efficace apparaît. En France, cette invention est le fruit du travail d'un

ingénieur passionné par la photographie : Edouard Belin. Cette technique se base sur la transmission d'une image par le biais d'un courant électrique. L'image est spécialement développée d'une façon avec laquelle elle présente des légers reliefs, elle est ensuite mise dans un cylindre appelé le « téléstéréographe »⁴³. C'est Pierre Lafitte, propriétaire de journaux illustrés comme *La vie au grand air*, qui va s'intéresser aux travaux de Belin et qui va lui permettre de faire ses premiers essais. Le 9 novembre 1917, que l'image d'une petite chapelle alsacienne va parcourir plus de 1700 kilomètres en près de 22 minutes⁴⁴, une première prouesse pour cette invention qui va révolutionner le traitement des images d'actualités dans la presse illustrée. Six ans plus tard, Edouard Belin est reconnu pour son invention et baptise une nouvelle version portable de son appareil : le bélinographe. Cependant, les médias de la presse nationale ne se ruent pas sur le bélinographe tout de suite à cause de leur volonté de publier des images d'une très grande qualité. Mais au fur et à mesure du temps les usages des photographies dans la presse se transforment et se multiplient. Dans les années 1930, comme nous l'avons déjà évoqué, la photographie prend une place prépondérante dans la presse française comme le souligne Alex Garai alors directeur de l'agence Keystone Paris. Le type d'image a évolué : ce ne sont plus des portraits ou des images de situations « figées », mais bien des photographies prises sur le vif, cela donne une garantie d'instantanéité dans l'image. Comme le souligne Myriam Chermette⁴⁵, dans la seconde moitié des années trente, quatre images publiées sur cinq sont des scènes d'actualité. C'est donc de par ce changement des mentalités éditoriales, mais aussi grâce aux nouvelles envies des lecteurs que les images transmises par bélinographe deviennent la norme pour que le magazine ou journal puisse traiter une actualité brûlante.

⁴³ M. CHERMETTE, *Transmettre les images à distance. Chronologie culturelle de la téléphotographie dans la presse française*, Études photographiques, 29, 2012, pp. 136-169.

⁴⁴ *Ibid.* Distance parcourue sur un circuit Paris-Lyon-Bordeaux-Paris.

⁴⁵ *Ibid.*



Source gallica.bnf.fr / Bibliothèque nationale de France

**Figure 15 : Edouard Belin et son béliographe, 1920.
Disponible sur Gallica.**

Les différentes évolutions techniques ont permis à la presse et aux magazines de se développer dans une période où la demande des lecteurs change progressivement. Les magazines apportent à ces derniers une nouvelle façon de lire, de voir et de se confronter aux actualités. Les photographies sont des atouts pour la presse-magazine ; elles illustrent beaucoup mieux que des mots dans les colonnes d'un article et ont beaucoup plus de justesse que des gravures. La quête du réel par les lecteurs à amener les éditeurs à repenser leur façon de faire l'actualité. Les magazines sont abordables et sont visuellement attrayants comparativement aux journaux. Les maquettes utilisées par les directeurs artistiques prônent le dynamisme sur le papier.

I. GENESE DU MAGAZINE *VOILA*

Le magazine *Voilà* est le deuxième magazine publié par la maison d'édition Gallimard. Après *Déetective* Gaston Gallimard lance en mars 1931 ce magazine d'actualité. Le propos de *Voilà* s'avère un peu plus léger que son homologue du genre *Vu*. Pourtant, de grandes plumes vont écrire pour le magazine de Gallimard. Entre les frères Kessel, Georges et Joseph, Robert Desnos ou même Albert Londres, les pages du magazine *Voilà* voient ses photographies être accompagnées de textes bien pensés et écrits. Fort de son expérience avec *Déetective* et disposant d'une structure éditoriale solide, Gallimard lance *Voilà* en 1931 et va faire de ce magazine un véritable succès. Ici, nous verrons quels sont les rouages du succès d'un magazine d'actualité qui reprend les codes de ses concurrents tout en se démarquant de ce qu'il se fait au début des années 1930.

A. Gaston Gallimard et la presse magazine

Le président de la maison d'édition éponyme publie *Voilà* trois ans après son premier magazine porté sur les faits divers nommé *Déetective*. Mais ce n'est pas la première expérience de Gallimard dans le monde de la presse. En effet, en 1910 il est recruté au sein de *La Nouvelle Revue Française* en tant que gérant puis va progressivement devenir éditeur-gérant puis directeur en 1912. C'est en 1919 qu'il fonde une société anonyme : elle va prendre le nom de « Librairie Gallimard » au fil du temps, mais ce n'est qu'une dizaine d'années plus tard qu'il fonde la société ZED-publications qui est le point de départ de l'édition de ses magazines. Il se détache de sa maison mère « Librairie Gallimard » pour la protéger d'un éventuel échec lié à cette nouvelle activité dans laquelle il se lance : la presse périodique. Il lance *Déetective* en 1928 puis *Voilà* en 1931 et enfin *Marianne* un an plus tard dans le but de contrer les magazines d'extrême droite. Le deuxième magazine publié par la société de publication de Gallimard se place comme le tout premier concurrent direct de *Vu*. Il emprunte les codes de son homologue de façon à traiter l'actualité

et l'utilisation des photographies. Cependant il reste moins engagé politiquement que *Vu* même s'il n'est pas clément avec ceux qui prennent le pouvoir en France au service des occupants. Les rênes du magazine sont confiées aux frères Kessel ; le titre utilise le plus souvent la couleur sépia et débute avec un format relativement grand qui va le discriminer par rapport aux autres magazines. En effet, le format de 295x430mm est plus imposant que celui qui fait figure de modèle dans les années 1930, c'est pour cela que le magazine va petit à petit opter pour tirer en 270x330mm⁴⁶. « L'hebdomadaire du reportage » de Gallimard se positionne donc dans une volonté de développer sa publication de magazines avec le succès de son premier titre. Avec *Voilà*, Gaston Gallimard veut conquérir une autre façade de la presse magazine : celle de la presse d'actualité. Dans le premier numéro de *Voilà*, Albert Londres y publie un reportage intitulé « L'or Chaud » tandis que Joseph Kessel commence à publier en feuilleton son roman *Le Coup de grâce*.



Figure 16 : Voilà, numéro 1, 28 mars 1931.

⁴⁶ J-P. BACOT, *op.cit.* p. 12.

Le premier magazine d'actualité de Gallimard profite d'une base éditoriale solide qui est en place depuis le lancement de *Déetective*. Il est intéressant de se questionner sur les similitudes et différences entre ces deux magazines de ZED-publications.

B. Dans le prolongement de *Déetective* ?

À l'origine, l'idée de créer le magazine *Déetective* vient d'une rencontre avec un certain « Ashelbé » qui est détective privé et tient une feuille professionnelle appelée *Le détective* dans laquelle il y a des cas pratiques et des anecdotes liées au métier. Henri La Barthe de son vrai nom, rencontre Gaston Gallimard et les frères Kessel en juin 1928 dans le but d'une association et de la fondation du magazine de faits divers de Gallimard. Jusqu'en 1931, Georges Kessel est le premier directeur du magazine, mais est rapidement remplacé par Marius Larique. C'est Georges Kessel qui, la même année de son éviction de *Déetective*, est chargé de constituer la maquette de *Voilà*. Il sera de nouveau remplacé l'année suivante par Florent Fels. Le nouveau magazine d'actualité de Gallimard est pensé par rapport à *Déetective* : il ne s'agit pas de le copier et c'est pour cela que pour la typographie « des caractères nettement différents de ceux de *Déetective* » sont utilisés⁴⁷. Pour ce qui est des textes, ils doivent être « *beaucoup plus légers et libertins que *Déetective** »⁴⁸, mais il faut qu'il y ait la « même proportion de textes et de photographies ». Nous notons bien que *Voilà* est pensé en fonction de *Déetective* sur quasiment tous les aspects, de la couverture et de sa police d'écriture jusqu'à la place des photographies. De plus, *Voilà* offre une place aux femmes plus importantes que dans ses homologues : des photographies de femmes très souvent à moitié nues, qui se rapprochent presque de l'érotisme, mais il y a aussi de nombreux reportages qui concernent les femmes. Ces photographies de femmes, souvent en quatrième de couverture sont très souvent « tape à l'œil » et peuvent être taxées d'une intention marketing rendant ainsi le magazine « plus vendeur ». À titre d'exemple, nous voyons que dans le numéro 98 de *Voilà*, un

⁴⁷ A. CHABRIER, M-E. THERENTY, *Déetective, le grand hebdomadaire des faits divers : fabrique de crimes ?*, Joseph K., Paris, 2017, p. 88.

⁴⁸ *Ibid.*

reportage effectué par Titaÿna est publié dans les pages du magazine ; il fait même la Une de ce numéro. Ce reportage traite des femmes asiatiques et fait écho à un premier reportage du même type sur les femmes d'Allemagne. Tandis qu'à la fin du magazine, sur sa quatrième de couverture il y a souvent des photographies de femmes nues ou presque. Même si ces photographies illustrent des sujets traités dans le numéro, il faut garder à l'esprit que ces images de femmes en tenue légère peuvent avoir l'utilité de vendre plus.



Figure 18 : Voilà, numéro 98, 4 février 1933. Une.

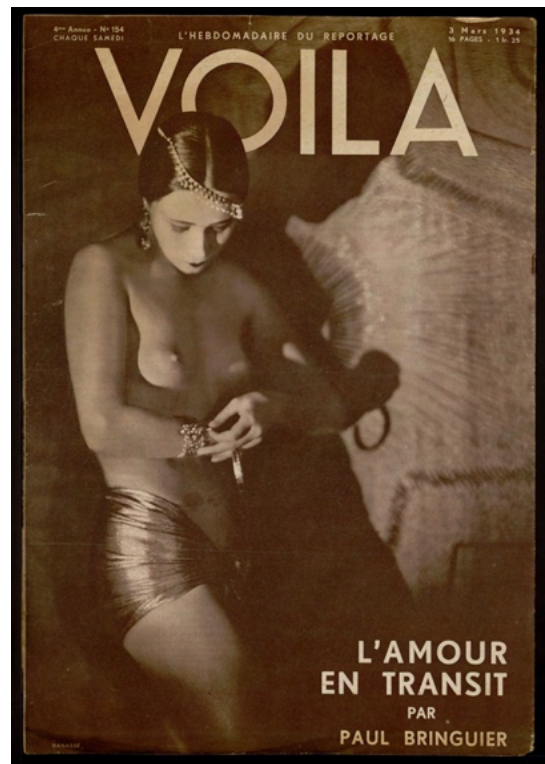


Figure 17 : Voilà, numéro 154, 3 mars 1934, quatrième de couverture.

Voilà est totalement différent de *Détective* dans la forme et le fond des sujets qu'il traite. Le magazine d'actualité de Gallimard, se démarque, mais il est indéniable que sa conception est influencée par l'expérience *Détective*. De plus, à l'image des frères Kessel, des personnes travaillent pour les deux titres. Avec des équipes presque communes et des locaux communs, il semble évident que *Voilà* est influencé par le magazine de faits divers dans plusieurs aspects de sa ligne éditoriale. Là où *Détective* va chercher le sensationnel dans les photographies de crimes pour « faire vendre », *Voilà* se sert de photographies érotiques pour inciter le lecteur à acheter le magazine plutôt qu'un autre lorsqu'il se retrouve devant le kiosque.

C. Équipe éditoriale du magazine

Les magazines de ZED-publications partagent le même service de photographie qui est mis en place par Albert Soullillou en 1932. Ce dernier est également rédacteur pour *Détective*. Ce service prend une ampleur telle qu'en 1936, il regroupe environ près de 60 000 documents provenant des trois magazines de Gallimard : *Détective*, *Voilà* et *Marianne*⁴⁹. Avant de se constituer un service de photographes attitrés *Détective* fait appel à des agences de presse, nous pouvons donc penser que *Voilà* va profiter de ces services déjà en place lors de son lancement, de plus que le partage des locaux communs favorise l'échange d'éléments et d'informations entre magazines.

Pour le magazine *Voilà*, nous notons qu'il y a une grande diversité d'auteurs d'articles. Si nous prenons l'échantillon des vingt premiers numéros du magazine soit entre le 28 mars et le 8 août 1931, pour un total de soixante-dix-huit articles publiés, nous dénombrons vingt-six auteurs différents. Les articles sont annoncés sur la Une avec leur titre et la mention « par... » en dessous pour indiquer l'auteur de ce dernier. Parmi ces auteurs, certains d'entre eux sont plus souvent présents que d'autres dans les pages de *Voilà*. À titre d'exemple, sur le même échantillon, nous notons que J. Lasserre voit neuf de ses articles être publiés dans le magazine, tout comme Louis Latzarus et Pierre Votte qui ont fait huit articles pour *Voilà*⁵⁰. Cependant, dans une autre mesure les photographies du magazine ne sont pas créditées. Les clichés imprimés dans les pages de *Voilà* ne sont pas attribués à leur auteur. Même s'il est possible que l'auteur d'un article documente lui-même son texte, il est aussi très probable que ce soit un photographe qui fasse ce travail. Pour les articles hebdomadaires, il est difficile de savoir qui est l'auteur des photographies utilisées, car nous pouvons penser que l'auteur s'est contenté de faire le texte. D'un autre côté, il y a le format du « Grand Reportage » qui occupe quasiment l'entièreté du numéro dans lequel il est publié. Le premier « Grand Reportage » est publié dans le *Voilà* numéro 18 et est fait par Paul Bringuier. « *Nach Berlin* » est un reportage réalisé par un seul homme et contient presque une trentaine de clichés. Il est difficile

⁴⁹ *Ibid.*, p.85.

⁵⁰ Ces données ont été récoltées grâce aux numéros numérisés sur le site du Musée Nicéphore Niepce de Chalon-sur-Saône.

de croire que ces derniers sont réalisés par l’auteur même, mais cela reste plausible parce qu’au début du reportage il est écrit « de notre envoyé spécial » ce qui nous indique qu’il a pris lui-même les photographies et écrit le texte de son reportage. Les photographies sont pourvues d’une légende, mais ne sont pas créditées. Cela est plutôt étonnant puisque *Voilà* bénéficie de toute l’organisation mise en place depuis les débuts de *Détective*, donc il peut y avoir des photographes attirés à ZED-publications qui travaillent pour le magazine et qui méritent un crédit. Si nous comparons *Voilà* et *Vu*, nous constatons que le magazine de Lucien Vogel crédite les photographes sous les photographies tandis que, comme expliqué plus tôt, *Voilà* ne le fait pas⁵¹ :



Figure 19 : Vu, numéro 107, 2 avril 1930, p. 1.



Figure 20 : Voilà, numéro 8, 16 mai 1931, p. 11.

⁵¹ Voir photographies ci-dessous.

Nous voyons que sur la page de *Vu* (figure 19), la photographie utilisée pour illustrer l'article est créditée en mentionnant en bas de la légende « PHOTO – Trampus » qui est une agence de presse. Tandis que chez *Voilà*, exceptée une photographie légendée, il n'y a rien d'autre : le photographe ou l'agence n'est pas mentionnée. Les photographes ne sont donc pas valorisés au sein des pages du magazine de Gallimard. Ils ne sont pas mentionnés par leur nom ; si la photographie est créditée, c'est directement en inscrivant le nom de l'agence de presse. Cependant, nous pouvons observer qu'à partir du numéro 45, en dessous des photographies utilisées dans le magazine il y a un crédit entre parenthèses à côté du cliché :



Figure 21 : Voilà, numéro 45, 30 janvier 1932, p. 4.

Nous remarquons même que pour un seul événement, le magazine utilise les photographies de deux agences différentes. Ici, pour l'arrivée des aviateurs ayant fait un Hanoi – Paris, *Voilà* utilise une photographie de Keystone et Trampus.

II. VOILA ET SA VISION DE L'ACTUALITE

Avec une maquette dynamique et moderne, *Voilà* aborde des sujets d'actualité avec une façon typique des magazines de presse. La façon d'agencer les pages du magazine est semblable à celle de *Vu*, même si dans la plupart du temps le magazine de Gallimard se montre plus sophistiqué dans la superposition texte et image. L'incorporation des photographies est plus dynamique dans les pages de *Voilà* : des photographies découpées permettent aux pages d'être plus attirantes visuellement. Par-là, nous entendons que la direction artistique de ZED-publications mise sur un agencement plus moderne pour rendre les articles plus agréables à lire et à regarder.

A. La composition des numéros

La composition des numéros de *Voilà*, comme évoqué précédemment, est plutôt sophistiquée et moderne pour le début des années 1930. Nous pouvons dire que le magazine de Gallimard pense l'organisation de ses pages comme un véritable magazine photographique et non pas seulement comme un « simple » magazine d'actualité. Comparativement à ce que fait son concurrent direct, *Vu*, le magazine de Gaston Gallimard se montre plus inventif en matière de superposition des images et de leur incorporation dans les pages comme nous le montre cette comparaison ci-dessous :



Figure 22 : Voilà, numéro 136, 28 octobre 1933, pp. 10-11.

Ici, avec cette double page de *Voilà*, nous voyons que deux photographies forment un arc de cercle au milieu supérieur de cette double page en guise de frontispice de cet article. De plus, quatre autres images viennent compléter les pages. Elles sont symétriquement disposées de part et d'autre de la double page ; elles accompagnent le texte et la disposition de cet ensemble est agréable à regarder. Cela peut nous faire penser à un magazine photographique où l'artiste dispose méthodiquement ses clichés afin de les mettre en valeur.



Figure 23 : Vu, numéro 332, 25 juillet 1934, pp. 14-15.

Dans un autre style, chez *Vu*, le choix d'agencement des images pour un article est clairement différent de ce que *Voilà* fait. Les photographies sont plus simplement disposées, seule une bulle avec le titre de l'article vient casser la linéarité des clichés. La mise en page est moins dynamique et se différencie de ce que les équipes de Gaston Gallimard peuvent faire. Cette comparaison nous permet de mieux cerner la façon dont le magazine *Voilà* est construit, son rapport aux photographies et son goût pour une mise en page dynamique et le moins monotone possible.

Le nombre de pages dans les numéros de *Voilà* est fixe : il y a toujours seize pages, dont quatorze sont utilisées pour les articles et photographies, les deux autres composent la Une et la quatrième de couverture. Dans cet ensemble de pages,

l'équipe éditoriale du magazine va donc agencer son contenu en fonction de cette régularité. Le format des articles connaît deux formes : la plupart des articles tiennent en une page avec le texte et les photographies qui l'entourent ; la mise en page dynamique permet de mettre une assez grande quantité de texte par article. Par là nous entendons que, avec cet agencement moderne des photographies dans les pages de *Voilà*, le texte s'insère parfaitement autour des photographies qui ne sont pas simplement imprimées dans leur forme originale ; elles sont parfois rondes, carrées, rectangulaires mais aussi dans d'autres formes plus fantaisistes. En moyenne, sur quatorze pages de contenu, il y en a entre six et huit, en ajoutant à cela les incontournables de *Voilà* : « Voici » et « Reportages Indiscrets ». Le nombre d'articles qui occupent une double page varie, il n'est pas fixe ; mais il y a au moins un article en double page par numéro, le reste des articles sont édités sur une seule page et côtoient parfois des bandeaux de publicité.

Les rubriques « Voici » et « Reportages Indiscrets » sont les deux rubriques inhérentes aux numéros de *Voilà*. Elles sont éditées selon le même format dans tous les numéros. Ce format est assez simple et illustre la place de la photographie dans le magazine. Ces deux rubriques se font face et occupent toujours la première double page du magazine. « Voici » est à gauche tandis que la seconde rubrique est à droite. Au total, sur cette double page, il y a dix photographies et du texte qui, mis bout à bout, occupe à peine plus d'une demi-page, le reste étant occupé par les clichés. Ci-dessous, nous pouvons voir la double page du numéro 98 paru le 4 février 1933 :



Figure 24 :
Voilà, numéro 98,
4 février 1933, pp.
2-3.

Les « Reportages Indiscrets » regroupent en plusieurs petits paragraphes des extraits de conversations entre certains personnages publics ou même entre certains membres du gouvernement français. Dans un autre style, « Voici » est quelque chose de plus construit : c'est une réelle narration sur un sujet ou une personne, par exemple dans la double page ci-dessus, c'est d'Hitler dont il s'agit. Ces deux rubriques rythment les numéros de *Voilà* et peuvent être considérés comme un rendez-vous incontournable pour les lecteurs du magazine, le maintien de ces rubriques dans tous les numéros de notre échantillon⁵² prouve que les lecteurs apprécient. Cependant, d'un autre côté nous pouvons également analyser cette constance dans le fait que les équipes éditoriales choisissent la forme et le fond du magazine sans forcément se soucier de l'avis des lecteurs. Par-là, nous entendons que c'est le lecteur qui se plie davantage à ce qu'on lui propose plutôt que le magazine qui se façonne en fonction des avis de ses lecteurs. Bien évidemment, nous savons que *Voilà* s'est inspiré d'autres magazines qui sont très populaires ; il y a donc une sorte de recette qui plaît et c'est avec celle-ci que les équipes de ZED-publications conçoivent le magazine.

B. Les thèmes abordés

Les sujets traités dans *Voilà* sont très divers. Avec le format des grands reportages, de nombreux thèmes sont abordés comme par exemple le voyage ou même des études sur d'autres sociétés comme les sujets de Titaïna⁵³ intitulés « Mes amies... ». Dans cette série de reportages, la journaliste parle de femmes issues de régions éloignées de la France comme en Chine ou en Océanie comme nous le montre la double page ci-dessous. Ce thème fait partie d'un grand ensemble des différents sujets traités par les équipes de *Voilà*. Il y a une réelle pluralité dans le choix des sujets publiés dans les pages du magazine : parfois des articles qui invitent

⁵² Notre échantillon s'étend du numéro 1 paru le 28 mars 1931 au numéro 230 publié le 17 août 1935. Cela correspond à tous les numéros numérisés et mis en ligne par le Musée Nicéphore Niepce de Chalon-sur-Saône.

⁵³ Élisabeth SAUVY alias Titaïna (1897-1966) est une journaliste et grande reporter française. Elle parcourt le monde et rapporte des textes insolites pour des reportages dans *Vu*, *Voilà* et même *Paris-Soir*.

les lecteurs au voyage mais aussi à la réflexion sur des événements politiques ou sociaux.



Figure 25 : Voilà, numéro 100, 18 février 1933, pp. 10-11.

Les équipes éditoriales du magazine ne se limitent pas à des thèmes généraux, c'est aussi cela qui fait la force de *Voilà*. C'est avec des sujets originaux que le lecteur prend du plaisir à lire et regarder le magazine. Tout comme *Vu*, le magazine de Gallimard est assez actif sur le terrain politique, notamment à l'égard de la montée du parti Nazi en Allemagne. Il est intéressant de noter que le thème portant sur les nazis est présent à quatre reprises en Une du magazine. Il y a également des articles sur Mussolini et les violences qui font rage en Espagne. Au-delà de ces sujets mêlant analyse et militantisme politique, d'autres articles plus légers paraissent dans les pages du magazine, toujours bien illustrées avec des photographies.

Par ailleurs, la majorité des articles publiés dans les pages du magazine abordent le plus souvent des thèmes comme l'actualité nationale et internationale, des faits marquants ayant eu lieu durant la semaine, l'urbanisme avec des reportages sur les villes aux États-Unis. En somme, les thématiques sont diverses. *Voilà* n'est pas seulement un magazine d'actualité : par là nous entendons qu'il ne se limite pas

qu'à un simple traitement de l'actualité comme le font les journaux plus classiques. La force des magazines et de *Voilà* est que dans la finalité le produit magazine permet d'approfondir des sujets avec de réels reportages le tout en étant accompagné de photographies ce qui apporte une profondeur de champs à ces articles.

Les thèmes abordés dans les magazines sont animés comme un beau film. La photographie de *Voilà* est pensée pour animer les pages de ce dernier. Ces clichés vont au-delà du simple rôle d'illustration : il y a un mélange entre l'art de la mise en page des articles, mais aussi avec l'art de la prise de vue de ces photographies, tout cela dans le but d'informer le lecteur avec un texte accompagné de photographies.

III. LA PHOTOGRAPHIE AU CŒUR DU MAGAZINE

Le magazine de Gallimard propose à ses lecteurs des angles d'approche de sujets très divers et variés. En effet, l'assemblage des photographies au sein de *Voilà* crée des espaces différents qui permettent aux lecteurs d'être plongés dans divers thèmes abordés dans les articles. Des effets de continuités iconiques permettent au magazine de construire une aventure dans laquelle les photographies, qui illustrent les photos-reportages, jouent un rôle majeur.

A. Les photos-reportages dans le magazine

Comme le souligne Marie Astrid Charlier dans son intervention⁵⁴ lors de l'atelier organisé par Numapresse intitulé « Hebdomadaire des années 30 » en juin 2019, le magazine *Voilà* privilégie deux espaces identifiables. D'un côté nous avons des angles d'approche marqué par les univers lointains avec des aventures exotiques. Tandis que d'autre part, il y a des reportages plutôt orientés sur les bas-fonds en

⁵⁴ M.-A. CHARLIER (2019, 13-14 juin), *Images dans Vu, Voilà et Regards : photopoétique comparée* (Conférence). Atelier Numapresse « Hebdomadaires des années 30 » à Paris. URL: <http://www.numapresse.org/2020/02/11/compte-rendu-video-hebdomadaires-des-annees-1930-13-14-juin-2019/>

France avec des photographies de femmes aux seins nus qui illustrent des articles sur la prostitution notamment. Mais il y a aussi des reportages sur les prisons et la pègre par exemple. Ci-dessous, nous pouvons observer un reportage sur les « Danseuses nues » écrit par Colette Andris dans le quarante-septième numéro du magazine :



Figure 26 : Voilà, numéro 47, 13 février 1932, p. 13.

Comme le souligne de nouveau Marie Astrid Charlier dans la même conférence⁵⁵. Les femmes sont représentées dans des postures suggestives quel que soit l’endroit du globe signifie que même dans des photos-reportages sur des peuples de la Terre entière, les femmes photographiées sont représentées à moitié nues comme nous pouvons le voir avec l’encadrement haut gauche du reportage

⁵⁵ Ibid.

« Quartiers d'amour » écrit par Pierre Bonardi dans le numéro cent quatre-vingt-trois de *Voilà* :



Figure 27 : *Voilà*, numéro 183, 22 septembre 1934, p. 8.

D'autre part, comme le souligne de nouveau Marie Astrid Charlier dans son intervention⁵⁶, le traitement des faits divers dans le magazine va opter pour un ton de dramatisation et de feuilletonisation de ce qui est raconté. Cela est peut-être dû à l'héritage rédactionnel de *Détective* qui utilise également le ton de la dramatisation pour rendre des articles plus passionnants, dans le but de faire sensation. Pour illustrer cette *sensationnalisation* des articles, nous pouvons prendre l'exemple de ce qu'écrit Louis Latzarus pour le numéro 85 de *Voilà*. Dans son article intitulé « Vacances de ministres », l'auteur exagère sur de nombreux aspects notamment sur le fait qu'un homme politique français ne peut pas se rendre en Angleterre seulement pour le loisir et que derrière cela se cache une action politique : « Un homme d'État français ne traverse pas la Manche sans dessein politique. Ceci est posé en principe absolu. Il n'y eut jamais que M. Loucheur pour se rendre à Londres sous le prétexte de voir des tableaux. Mais on ne le crut pas. »⁵⁷. Dans cet extrait nous notons bien que le journaliste appuie sur l'idée que si un homme politique français se rend en Angleterre c'est qu'il existe une raison cachée ; il joue avec cela et entretient ce sentiment de quelque chose de secret qui se cache même derrière les vacances des hommes politiques. L'auteur se joue de cela afin de rendre son article plus attrayant et intéressant à lire.

Le magazine de Gaston Gallimard se démarque aussi de par son anti-hitlérisme notable. À travers ses articles, le magazine documente et combat la montée en puissance du nazisme en Allemagne. Des articles sont consacrés à ce sujet

⁵⁶ *Ibid.*

⁵⁷ *Voilà*, numéro 85, p.4.

dans divers numéros de *Voilà*. Même si le magazine reste modérément politisé comparativement à ce que propose *Vu* ou *Regards*, les articles qui abordent le parti d'Adolf Hitler sont cinglants et montrent clairement leur positionnement. Par exemple, dans le numéro 136 du magazine, Emmanuel Car raconte la mésaventure de « quatre jeunes hitlériens »⁵⁸ avec « croix gammée sur la manche, faisant rire avec leur tête rougeaude que des cheveux en brosse rendaient extrêmement carrée. »⁵⁹. Sur le ton de l'humour de l'histoire qu'il raconte, l'auteur discrédite les actions de jeunes nazis qui se sont faits « circonci[re] par les juifs de Marseille »⁶⁰. Dans le numéro suivant, le 137, un article de nouveau écrit par Emmanuel Car relate les manifestations des Bruxellois à l'encontre de la « maison verte »⁶¹ qui est, selon les opposants, une « boîte à Hitler »⁶² où les séparatistes flamands se réunissent « dans leur uniforme made in Germany : chemises vertes, bourgerons de velours brun, casquettes à la nazi. »⁶³. Avec parfois un ton léger, les journalistes de *Voilà* relatent les événements qui vont à l'encontre du parti nazi d'Hitler, ils mettent en lumière les protestations et humiliations contre ce dernier. C'est une façon de se montrer anti-Hitler sans forcément basculer dans des articles très politisés et militants. Ces articles sont accompagnés de photographies qui habillent les pages du magazine et permettent de créer un photo-reportage classique. Mais les éditeurs du magazine peuvent ajouter à cela une couverture particulière, comme pour le numéro 137 de *Voilà*, afin de mieux illustrer le propos de l'article qui se trouve à l'intérieur :

⁵⁸ *Voilà*, numéro 136, p. 8.

⁵⁹ *Ibid.*

⁶⁰ *Ibid.*

⁶¹ *Voilà*, numéro 137, p. 10.

⁶² *Ibid.*

⁶³ *Ibid.*



Figure 28 : Voilà, numéro 137, 4 novembre 1933, Une.

Les photos-reportages de *Voilà* s'inscrivent dans la lignée de ceux de *Détective*. Par-là, nous entendons que le traitement des faits divers se fait de la même façon que dans le premier magazine de ZED-Publications. Les photographies sont présentes en nombre et illustrent des sujets publiés dans le magazine, mais elles servent aussi à appuyer ce sentiment de feuilletonisation des événements. Il y a une mise en scène de ces images dans les pages de *Voilà*. Au-delà d'avoir une utilité informative, elles ont également une utilité narrative.

B. La mise en scène des photographies

Lorsque le sémiologue Roland Barthes se penche sur la structure de la photographie de presse, il écrit que : « La photographie se donnant pour un analogue mécanique du réel, son message premier emplit en quelques sortes pleinement sa

substance. »⁶⁴. Par là, Barthes entend que la photographie en général n'est pas considérée comme une représentation relevant d'un travail de mise en forme, mais plutôt comme une fenêtre immédiate sur la réalité. Pour le photojournalisme en particulier, il y a deux types de photographie qui ressortent et qui sont en opposition⁶⁵. D'une part, il y a les photographies qui sont réfléchies et posées ; à titre d'exemple nous pouvons prendre les clichés de Nadar qui met en scène ses portraits dans son atelier. D'autre part, il y a une façon de prendre la photographie qui se rapproche le plus de la réalité, ce sont les clichés pris en instantané, sur le moment et sans concertation avec le sujet photographié. Par essence même, le photojournalisme tend plus vers des clichés pris sur l'instantané dans le but de retranscrire au mieux la réalité des événements capturés.

Dans *Voilà*, les photographies ont une place centrale : elles occupent parfois plus de la moitié de l'espace alloué à un article, qu'il soit en double page ou en simple page. Dans ces choix photographiques, au-delà de la représentation des faits d'actualité, *Voilà* privilégie le plaisir d'une part avec des clichés de corps dénudés et la découverte⁶⁶ d'autre part par le biais des photos-reportages du lointain. Mais cela ne se limite pas seulement à cette double utilité des images. Pour parvenir à cet effet, les équipes éditoriales mettent en place des assemblages ludiques dans les pages du magazine, avec des photomontages utilisés sous le ton de la satire et de l'humour. Le magazine de Gallimard se permet des pointes d'humour plus prononcées que ces homologues de *Regards* et *Vu*. De manière générale, les photomontages dans *Voilà* n'ont aucune portée sémantique et n'apporte rien de plus que le sourire des lecteurs lorsqu'ils découvrent ces agencements dans les pages du magazine. Par exemple, nous pouvons voir que dans cette double page du numéro

⁶⁴ R. BARTHES, *Le message photographique*, Communications, numéro 1, 1961, p. 129.

⁶⁵ T. GERVAIS, G. MOREL, *La fabrique de l'information visuelle : photographies et magazines d'actualité*, Textuel, 2015, p. 9.

⁶⁶ M-A. CHARLIER, *op.cit.*

200, le montage d'un singe qui se pend à une corde qui traverse la double page n'apporte rien de concret à l'article si ce n'est un aspect visuel agréable et touchant.



Figure 29 : Voilà, numéro 200, 19 janvier 1935, pp. 14-15.

Les photographies du magazine suscitent du plaisir aux lecteurs, car il y a beaucoup de clichés de corps dénudés, que ce soit des sportifs ou des femmes. D'un côté le sportif, très souvent homme, est hétéroïisé et starisé tandis que les femmes quant à elles sont utilisées comme des objets érotiques avec des clichés qui les présentent presque nues. Les femmes sont sexualisées et parfois animalisées selon Marie Astrid Charlier⁶⁷ et cela fait partie d'une stratégie de la part de *Voilà* qui se sert de cela pour séduire les lecteurs. De manière générale dans les magazines illustrés d'actualité, il y a une différence de traitement des photographies de femmes. Les femmes noires sont constamment représentées seins nus tandis que les femmes blanches sont quant à elles le plus souvent habillées lorsqu'elles se retrouvent en opposition aux femmes noires sur la même double page. Cependant, quand les

⁶⁷ *Ibid.*

femmes blanches seules, elles sont photographiées nues comme le montre cet article « La vie au grand air » du numéro 113 :



Figure 30 : Voilà, numéro 113, 20 mai 1933, p. 5.

Nous voyons bien que sur les quatre photographies utilisées, une femme apparaît seule et nue sur chacune d'entre elles. Les pages de *Voilà* foisonnent de femmes nues et c'est pour cela que cette différence de traitement raciste entre femmes noires et blanches ne se ressent pas autant que dans *Vu*.

La position de *Voilà* sur l'actualité pose un peu plus de problèmes d'un point de vue éthique, mais le magazine reste tout de même le plus transparent d'un point de vue visuel avec les photographies et photomontages. De manière générale, les articles du magazine qui aborde l'actualité ne sont pas alarmistes et pour les journalistes il n'y a souvent rien de grave. Le ton de l'humour est privilégié avec un récit photographique adapté. Les actualités sont souvent traitées avec un mélodrame

banal, même Adolf Hitler a le droit à des photomontages comme celui de la Une du numéro 137 évoquée plus haut mais aussi avec la page qui fait face à celle des femmes nues du numéro 113 :



Figure 31 : Voilà, numéro 137, 20 mai 1933, pp. 4-5.

Nous voyons que sur la page de gauche il y a des traits d’humour avec Hitler, le bras levé, mis en perspective avec la statue de la Liberté de New-York. Juste en dessous, une caricature d’Hitler toujours bras levé semble avoir été passé à tabac par des manifestants et nous pouvons lire sur le papier qui est accroché à lui « Hitler mass murderer »⁶⁸. Cette double page illustre bien la légèreté du magazine concernant les actualités sérieuses des années 1930, le lecteur passe d’Adolf Hitler à un article avec des photographies de femmes totalement nues.

⁶⁸ Hitler meurtrier de masse.

C. Les Unes de Voilà

Dans le magazine, les photographies occupent une place importante dans la mise en perspective du récit informatif de l'actualité comme nous avons pu le constater précédemment. Elles ont un rôle important également pour ce qui est des Unes des numéros de *Voilà*, elles occupent le premier espace que voit le lecteur avant même d'acheter le magazine. De manière générale, dans les premiers numéros, la Une est composée de photomontages qui permettent de présenter les différents sujets qui sont abordés dans les pages de *Voilà* comme nous le voyons avec le numéro 11 ci-dessous :



Figure 32 : Voilà, numéro 11, 6 juin 1931, Une.

Les premières Unes du magazine sont majoritairement des collages de photographies qui consistent à introduire le sujet des articles présents dans le numéro concerné. Il faut attendre qu'une soixantaine de numéros paraissent pour que l'équipe éditoriale décide progressivement d'épurer ses Unes afin de tendre vers un modèle plus simple et lisible avec une photographie unique, photo-montée ou non, et moins de texte, comme nous pouvons le voir avec la Une du numéro 84 qui illustre parfaitement cette volonté de rendre la première de couverture plus simple. Il y a tout de même un photomontage, ce qui montre que ce n'est pas pour autant que le magazine a décidé d'abandonner complètement sa façon d'éditer. Autre exemple illustrant la volonté de la direction artistique de changer durablement, la Une du numéro 103 qui est un portrait d'une femme qui illustre le reportage de Titaÿna qu'il y a dans ce magazine. Ici, il n'y a pas de montage ni de collage, c'est un portrait naturel. Il a sans doute été recadré, mais il est la preuve que *Voilà* a abandonné ses Unes faites de collages et de nombreuses photographies reliées à chaque article du numéro.



Figure 34 : Voilà, numéro 84, 29 octobre 1932, Une.

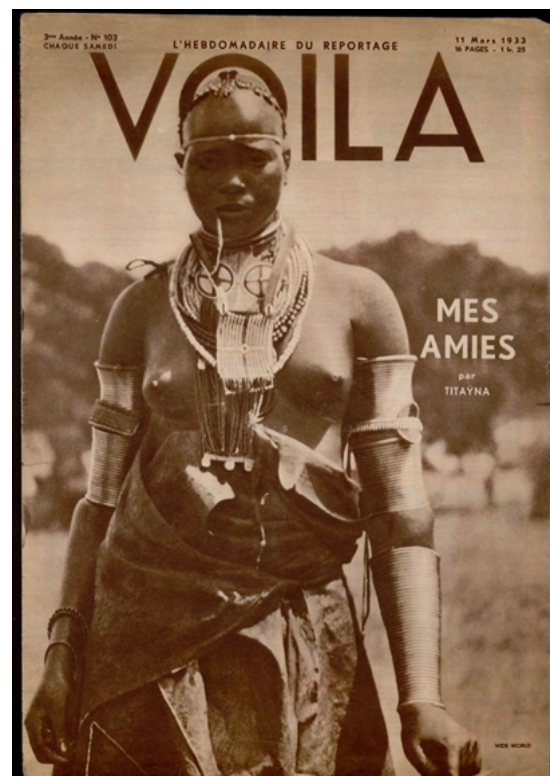


Figure 33 : Voilà, numéro 103, 11 mars 1933, Une.

En plus de ses Unes, *Voilà* habille également sa quatrième de couverture avec des photographies. La plupart du temps, lorsque la première de couverture est occupée par des illustrations communes, c'est-à-dire des photographies ou photomontages classiques comme celle du numéro 84, ce sont des photographies de femmes dénudées. Ces photographies sont probablement placées en quatrième afin d'attirer l'œil des potentiels acheteurs du magazine puisqu'elle est construite comme une véritable Une. Le kiosquier peut donc orienter le magazine de ce côté-là pour accroître les ventes de *Voilà*. Dans le cas contraire, quand sur la Une apparaît déjà une photographie de femme dénudée, sur la quatrième couverture un autre type d'illustration prend place, plus classique. Afin d'illustrer ce propos, nous allons prendre les deux quatrièmes de couverture des numéros 84 et 103 montrés ci-dessus.

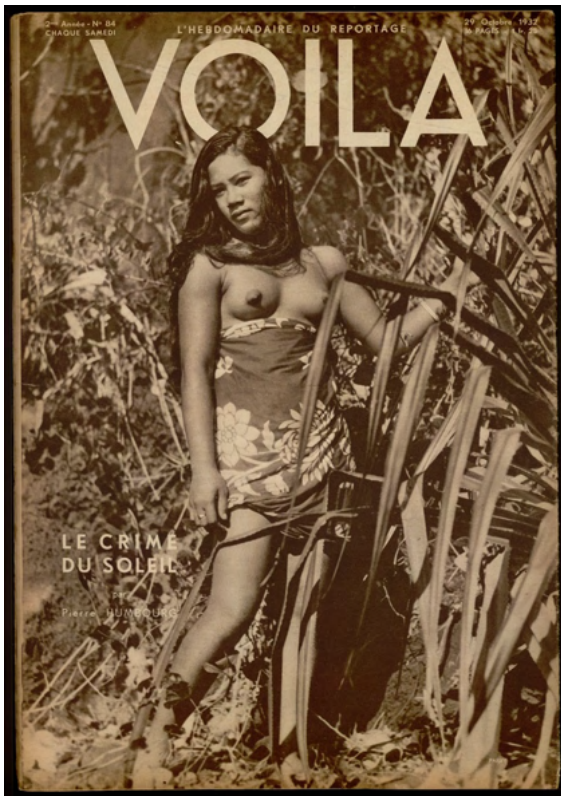


Figure 36 : Voilà, numéro 84, 29 octobre 1932, quatrième de couverture.

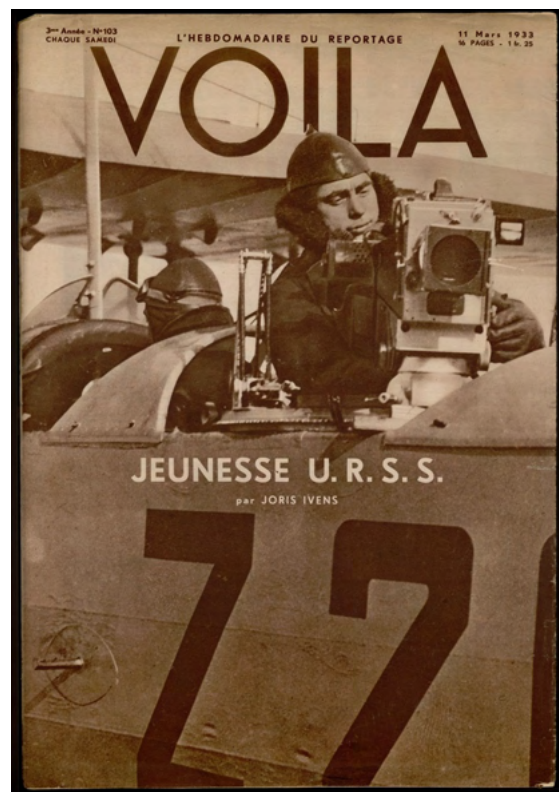


Figure 35 : Voilà, numéro 103, 11 mars 1933, quatrième de couverture.

Voilà est un magazine qui utilise la photographie comme un élément central de sa ligne éditoriale. Les photomontages sont également très présents et sont au service d'une narration de l'actualité très feuilletonnée qui est très probablement un héritage de *Détective*. Les clichés ne sont pas nécessairement très beaux d'un point de vue artistique, par exemple dans *Vu* les clichés impressionnent de par leur réalisation. Ce n'est pas le cas dans le magazine de Gallimard puisque les photographies sont majoritairement utilisées pour une illustration simple des faits d'actualité ou des reportages.

VOILA ET LES FEMMES

I. LA PLACE VISUELLE DES FEMMES DANS LES PAGES DE *VOILA*

Les femmes occupent une place importante dans *Voilà*. Elles sont présentes aussi bien visuellement que professionnellement. À titre d'exemple, Titaÿna écrit pour le magazine et elle est l'une des principales journalistes féminines de la France des années 1930. D'un point de vue visuel, la gent féminine est très représentée dans les pages du magazine de Gallimard. Loin des magazines féminins comme *Femina*⁶⁹ et *Vogue*⁷⁰, *Voilà* ne place pas les sujets féminins au centre de sa rédaction, mais plutôt les clichés de femmes et plus particulièrement leurs corps. Comparativement à ses homologues, *Voilà* utilise de nombreux clichés de femmes dénudées dans ses pages. Dans ce nouvel axe d'analyse, nous allons aborder cette présence visuelle des femmes dans *Voilà*.

A. Les femmes à la Une

Comme évoqué auparavant, les femmes occupent une place importante dans *Voilà* et cela peut se quantifier. Afin de nous rendre compte de la place visuelle des femmes dans le magazine, nous pouvons étudier les Unes de celui-ci. Notre champ d'analyse est le même que celui de notre étude, il englobe les deux cent trente premiers numéros de *Voilà* qui sont numérisés par le Musée Nicéphore Niepce de Chalon-sur-Saône. Dans un premier temps, nous remarquons que sur les 230 numéros, au moins une femme est présente sur cent huit des Unes d'entre eux. Les femmes sont donc présentes sur près de 47% des Unes, presque la moitié d'entre elles abritent la photographie d'une femme⁷¹. Cette proportion n'est pas négligeable

⁶⁹ *Femina* est une revue illustrée fondée Pierre Lafitte qui sera publiée de 1901 à 1954 en France.

⁷⁰ Magazine de mode féminine américain publié en France à partir du 15 juin 1920 avec l'aide de Lucien Vogel notamment.

⁷¹ Voir annexe 1 pp. 108-110.

et nous permet de dire que les femmes sont présentes de manière récurrente sur la première page du magazine, mais nous ne pouvons pas nous arrêter là. Il est nécessaire de pousser plus loin l'analyse. Dans ce second temps, nous allons voir quelle est la proportion de ces photographies de femmes en Une à être représentées seules. Nous recherchons donc des Unes où seulement une ou plusieurs femmes apparaissent. Nous nous apercevons que sur les cent huit exemples où des femmes sont en Une, quarante-quatre d'entre elles sont composées avec seulement de la présence féminine, ce qui représente environ 41%. Il s'agit souvent de portraits lorsqu'elles sont seules comme celui-ci :



Figure 37 : Voilà, numéro 89, 3 décembre 1932, Une.

Comme nous l'avons évoqué précédemment, *Voilà* utilise l'image des femmes de manière régulière probablement pour inciter les lecteurs masculins à acheter ce magazine plutôt qu'un autre. C'est pour cela, que dans un troisième et dernier temps d'analyse, nous allons nous intéresser à la part des Unes affichant des photographies de femmes dénudées ou nues. Les femmes montrées au moins dénudées représentent 28% des Unes sur l'échantillon étudié⁷². Mais le propos est à nuancer ici : il ne s'agit pas dans tous les cas de figure de nudité ayant une connotation érotique. Sur ces trente Unes présentant des photographies de femmes dénudées, seulement huit d'entre elles sont à connotation érotique. Le reste des Unes est purement à caractère illustratif. Voici deux éléments de comparaison ci-dessous :

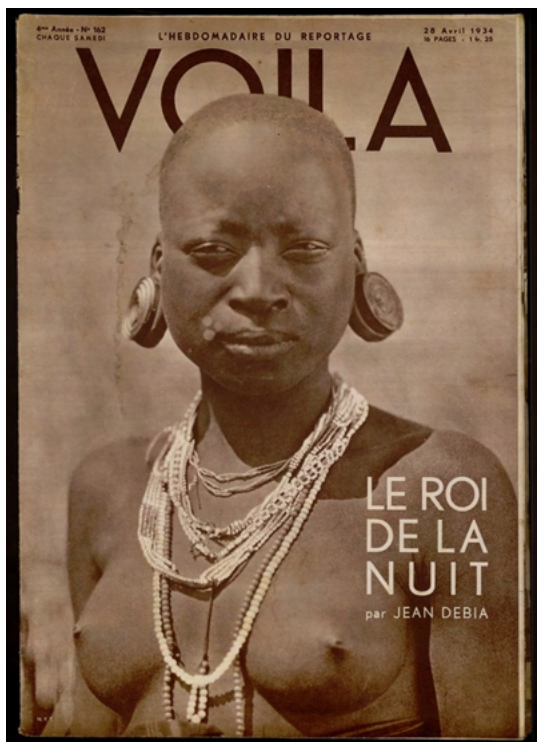


Figure 39 : Voilà, numéro 162, 28 avril 1934, Une.



Figure 38 : Voilà, numéro 183, 22 septembre 1934, Une.

Nous voyons avec la Une présente à gauche que l'image d'une femme seule et nue n'a pas de connotation érotique apparente : elle a pour unique rôle d'illustrer l'article de Jean Debia qui est présent dans le numéro du magazine. Sur la Une de droite, celle du numéro 183, nous constatons que la posture de la femme seule et nue

⁷² Sur 108 Unes avec des femmes, 30 d'entre elles montrent des corps dénudés ou nus. Voir annexe 1 pp. 108-110.

est différente de l'autre Une. L'interprétation que l'on peut faire de cette dernière est qu'elle renvoie à un érotisme certain. Cet érotisme peut être utilisé comme atout de séduction auprès du lectorat masculin de *Voilà* plus qu'en guise d'illustration simple de l'article de Pierre Bonardi.

Afin de compléter cette analyse, nous devons croiser ces résultats concernant les Unes à des statistiques similaires effectuées avec les quatrièmes de couverture de *Voilà*. Nous avons vu plus tôt dans notre travail que le magazine de Gallimard dispose d'une quatrième de couverture qui reprend la mise en page de la Une principale avec la même mise en scène et disposition des informations. En reprenant le même échantillon des deux cent trente premiers numéros, nous observons qu'il y a cent quatre-vingt-six quatrièmes de couverture qui utilisent au moins une photographie de femme en guise d'illustration. Cela représente près du double de ce que l'on a pu observer pour les Unes, soit 81%. Parallèlement, nous observons que la part des quatrièmes de couverture utilisant des photographies de femmes nues ou dénudées est sensiblement similaire à celle des Unes. Il y a environ 28,5% des quatrièmes de couverture qui mettent en avant des femmes au moins dénudées, mais il y en a vingt-trois de plus par rapport aux Unes : 30 Unes contre 53 quatrièmes de couverture⁷³. Nous pouvons donc dire que l'utilisation de l'image des femmes est effectuée de manière récurrente sur la façade du magazine *Voilà*, ici nous avons essayé de mieux quantifier cette présence en distinguant des photographies de femmes vêtues et d'autres dénudées voire nues. Cependant, il existe de nombreux clichés de femmes qui ne sont pas nues, mais qui sont dans des positions suggestives avec parfois une tenue légère comme nous pouvons le voir ci-dessous, mais que nous ne pouvons comptabiliser dans les données des clichés de femmes nues ou dénudées.

⁷³ Voir annexe 2 pp. 111-113.

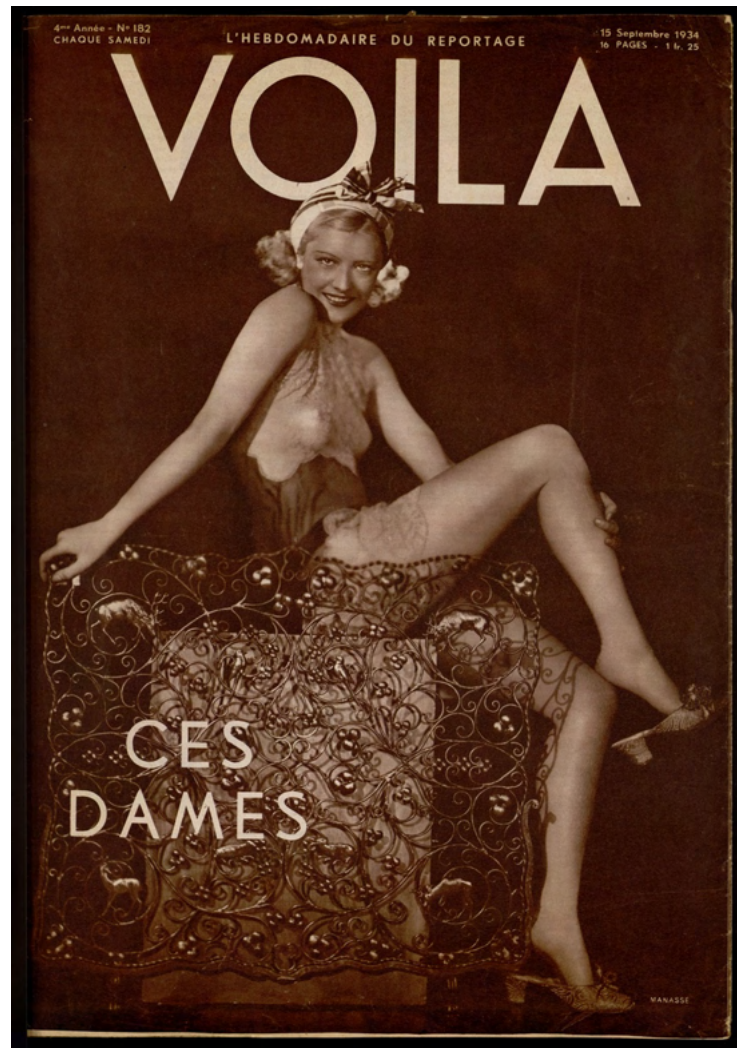


Figure 40 : Voilà, numéro 182, 15 septembre 1934, quatrième de couverture.

C'est pour cela que ces statistiques ne mettent pas complètement en lumière la sexualisation de l'image des femmes dans le magazine. Nous arrivons donc à estimer que sur les deux cent trente premiers numéros de *Voilà*, environ 93,5% d'entre eux présentent au moins une photographie de femme sur la Une ou quatrième de couverture. Il y a seulement quarante-quatre numéros qui n'affichent pas de femmes sur leur façade visuelle. Parmi ces cent quatre-vingt-six magazines utilisant des photographies de femmes, 36% d'entre eux mettent en avant des clichés de femmes dénudées ou nues en Une ou sur la quatrième de couverture.

Nous observons donc que l'image de la femme dans le magazine d'actualité qu'est *Voilà* est très souvent utilisée dans la devanture de l'hebdomadaire.

L'utilisation de photographies de femmes dénudées ou nues est probablement faite dans un but commercial afin de séduire un lectorat masculin, mais on ne peut pas limiter cette utilisation qu'à cela. Il faut également plonger dans les pages du magazine et voir comment la nudité est utilisée.

B. La nudité sur papier glacé

La nudité est présente dans quasiment tous les numéros de *Voilà*. Principalement féminine, cette nudité obéit à des codes visuels pour lesquels les femmes nues sont toutes représentées de la même façon. Nous allons donc nous pencher sur cet aspect, questionner cette nudité et voir s'il y a des contiguïtés ou différences entre *Voilà* et son principal homologue *Vu*.

Dans *Vu*, il est rare de trouver des Unes avec des femmes nues, étant donné l'utilisation d'un ton beaucoup plus sérieux que *Voilà*, il semble logique que le magazine de Lucien Vogel ne mette pas en avant des femmes dénudées pour illustrer les principaux sujets du numéro. Dans la presse-magazine, toutes les femmes sont montrées, peu importe l'ethnie, peu importe leur nationalité, si elles sont européennes ou nord-américaines : les femmes sont là. Mais, comme le souligne Marie Astrid Charlier dans son intervention orale⁷⁴, les femmes blanches ne sont jamais montrées dénudées lorsqu'elles partagent la page avec des femmes de couleur. Ce propos peut s'illustrer avec cette double page du numéro 330 de *Vu*, dans lequel une femme noire est montrée seins nus tandis que les femmes blanches à gauche sont photographiées habillées. Dans la représentation des femmes dans les magazines, il y a toujours donc la reproduction des normes sociales qui veulent que

⁷⁴ M-A. CHARLIER, *op.cit.*

les personnes de couleur blanche soient supérieures à celle de couleur noire ou appartenant à des ethnies lointaines.



Figure 41 : Vu, numéro 330, 11 juillet 1934, pp. 26-27.

Même au cœur du magazine, dans *Vu* il y a très peu de photographies de femmes dénudées comparativement à *Voilà*. Par exemple, sur les dix premiers numéros de chaque magazine il y a une seule image de femme nue ou dénudée dans *Vu* tandis qu'il y en a quinze dans *Voilà*.

Les femmes nues sont pour la plupart du temps représentées dans des positions artistiques, ce sont souvent des danseuses ou des modèles. Dans le numéro 5 de *Vu* nous pouvons en avoir un aperçu :

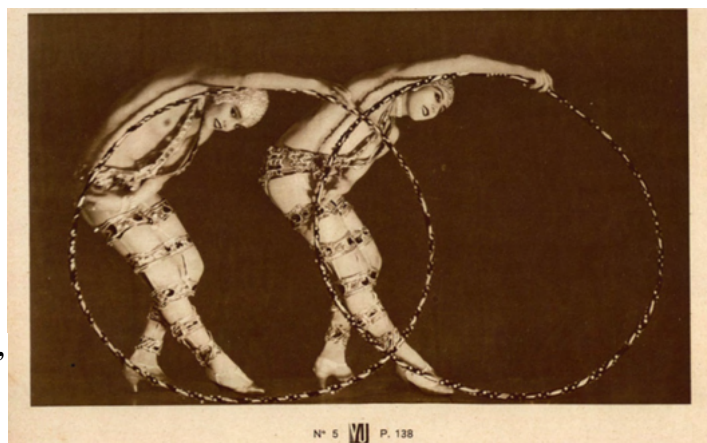


Figure 42 : Vu, numéro 5, 18 avril 1928, p. 26.

Il est de même pour *Voilà*, magazine dans lequel les femmes nues sont plus présentes. Ce sont majoritairement des femmes blanches qui sont photographiées dans des positions où le photographe leur a très probablement demandé de poser le temps du cliché. Cela est généralement le cas pour les photographies qui accompagnent l'article :



Figure 44 : Voilà, numéro 39, 19 décembre 1931, p. 8.



Figure 43 : Voilà, numéro 102, 4 mars 1933, p. 9.

Sur les deux photographies ci-dessus nous voyons que la femme blanche pose pour le photographe tandis que la femme à droite n'est pas mise en valeur, elle est photographiée telle une sauvage vivant dans son habitat naturel. D'un autre côté pour les Unes, c'est différent car ce sont les devantures du magazine et il faut que la photographie soit réussie, il faut qu'elle soit belle. De magnifiques portraits de femmes noires et blanches sont publiés en Une ou sur la quatrième de couverture. Par exemple ci-dessous avec la Une du numéro 167 où l'on voit le portrait d'une femme noir seins nus et avec la quatrième de couverture du numéro 90 sur laquelle il y a le portrait d'une femme blanche totalement nue :

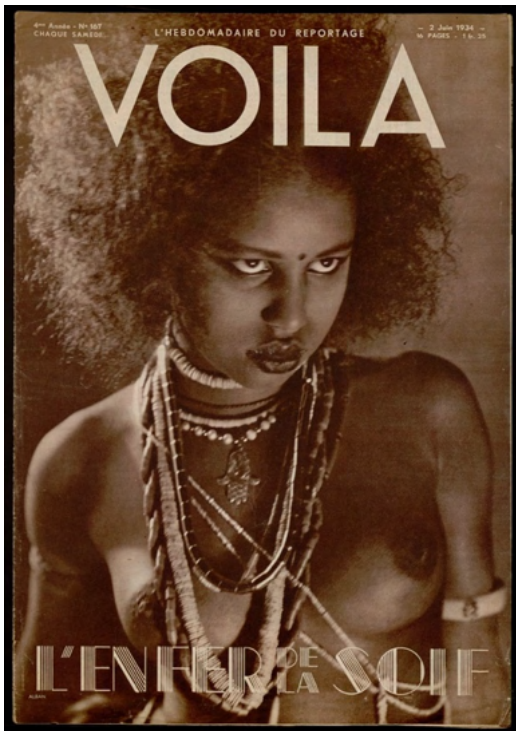


Figure 46 : Voilà, numéro 167, 2 juin 1934, Une.

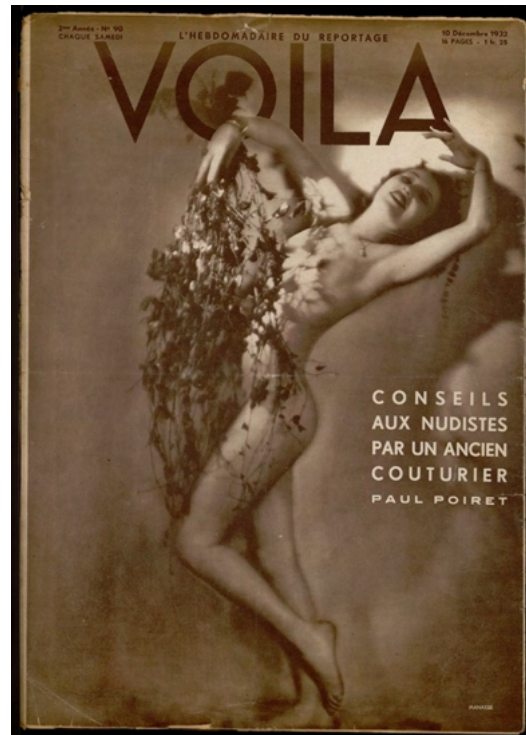


Figure 45 : Voilà, numéro 90, 10 décembre 1932, quatrième de couverture.

« Toute la terre aujourd’hui considère la femme blanche comme le symbole universel de Désir »⁷⁵, c’est ce qu’écrit Henry Chambly pour son article sur les femmes blanches dans lequel il parle de l’attrait que génèrent les femmes de couleur blanche auprès des populations lointaines d’Asie et d’Afrique. La femme blanche ici est considérée comme un modèle et une référence de beauté et d’esthétisme ; il n’y aurait pas mieux que ce genre de femme sur terre d’après l’auteur. Les clichés de femmes utilisés dans *Voilà* sont très variés, qu’elles soient nues ou non, les femmes sont toujours photographiées de façon à les mettre en valeur. Sur ce point, cela est surtout le cas pour les femmes blanches. Quand ces dernières sont photographiées nues, la structure du cliché est faite de manière à les mettre en valeur ; le cadrage et la pose du modèle permettent d’embellir la femme, de mettre en avant le fait que la femme blanche est belle et attirante. Tandis que d’un autre côté, lorsque ce sont des femmes étrangères, la mise en scène de la photographie est différente : elles sont photographiées dans leur habitat naturel sans forcément les mettre en valeur. Par exemple nous pouvons voir sur la Une du numéro 126 que les

⁷⁵ H. CHAMBLY, 24 juin 1933, numéro 118, Femmes Blanches, *Voilà*, pp. 8-9.

deux femmes noires sont photographiées debout, seins nus et en tenue traditionnelle devant une habitation. Alors certes, elles sont souriantes, mais il n’y a aucun esthétisme visuel si on les compare aux photographies de femmes blanches, comme sur cette quatrième de couverture du numéro 96 sur lequel le cliché est beaucoup plus esthétique et met en valeur la femme blanche.

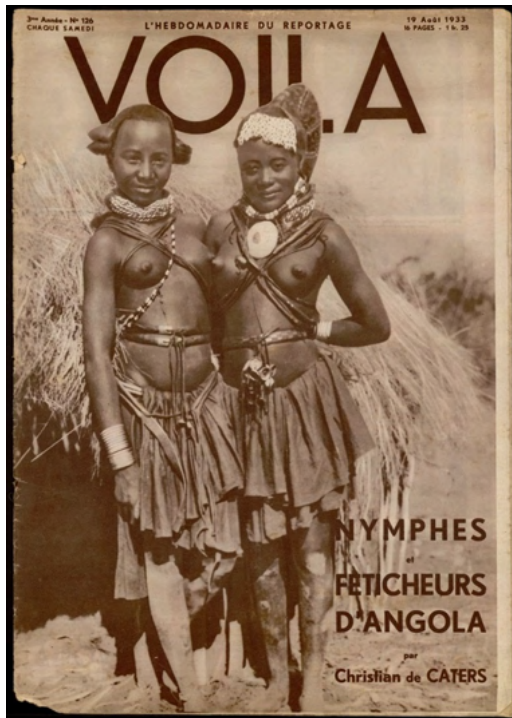


Figure 48 : Voilà, numéro 126, 19 août 1933, Une.

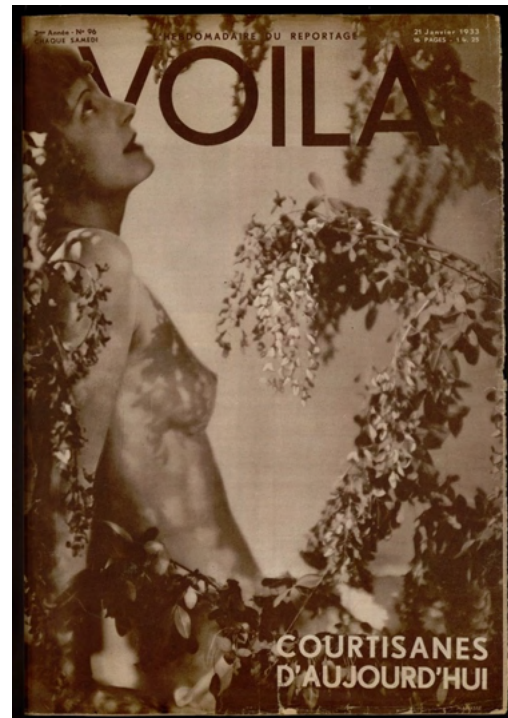


Figure 47 : Voilà, numéro 96, 21 janvier 1933, quatrième de couverture.

Concernant les femmes habillées, les tenues qu’elles arborent sur les photographies respectent les standards de la mode des années 1930 en Europe. Elles portent des robes ou des jupes très échancrées : cette nouvelle coupe épouse plus les formes féminines qu’auparavant. Nous vous pouvons voir deux exemples ci-dessous :



Figure 50 : Voilà,
numéro 107, 8 avril 1933,
quatrième de couverture.



Figure 49 : Voilà,
numéro 49, 27 février

La nudité est très présente dans les pages de *Voilà*, en comparaison avec ce que propose *Vu* notamment. Ces photographies de femmes nues reprennent les codes sociaux avec cette mise en valeur de la femme blanche par rapport aux autres femmes de couleur qui viennent de régions lointaines. Comme nous l'avons vu, dans la plupart des cas, les femmes blanches bénéficient de clichés sur lesquels elles posent : cela permet de mettre en avant la beauté de la femme blanche. Mais ce n'est pas pour autant que les autres femmes sont absentes du magazine. Nues ou habillées, les femmes de couleur sont présentes et sont parfois à la Une des numéros. En plus de vouloir véhiculer la représentation d'une femme blanche qui suscite le désir chez les autres peuples, la nudité est également un atout commercial, car elle permet d'attirer l'œil des lecteurs et donc potentiellement de mieux vendre que les concurrents.

C. Les photographies

Les photographies sont d'une esthétique variable, cela dépend du sujet photographié et du thème que ces dernières illustrent. Nous savons que *Voilà* n'est pas réputé pour la qualité de ses images. Elles ne sont pas nécessairement très artistiques contrairement à ce que peut proposer *Vu*. Les femmes sont photographiées dans divers environnements, tout dépend du sujet de l'article. Cela peut être dans des cabarets, sur des plages, dans des villages d'Afrique ou dans la rue. Il n'y pas de ligne directrice concernant le type d'environnement dans lequel les femmes sont photographiées.



Figure 51 : Voilà, numéro 53, 26 mars 1932, pp. 12-13.

Comme nous pouvons l'observer sur la double page ci-dessus, les femmes sont représentées de plusieurs manières différentes. Sur la gauche nous avons deux artistes, une danseuse et musicienne photographiées seules, une dénudée derrière son instrument et l'autre habillée. Il y a aussi une autre femme seule, à droite, elle est allongée et tient une cigarette entre ses doigts. Juste en dessous, il y a un groupe de femmes, accoudées à un bar. Cette double page illustre bien la pluralité des prises

de vue des femmes dans ce magazine : elles peuvent être photographiées seules dans des positions différentes et également en groupe.

Les femmes sont donc photographiées sous toutes leurs coutures. Qu'elles soient en groupe ou seule, dans un milieu urbain ou naturel. Les clichés sont associés à tous les genres d'articles, que ce soit sur des passions amoureuses, des sujets de modes et de beauté ou même sur les mariages. C'est notamment le cas avec la série d'articles de Jean Lasserre « Amour 100 pour 100 ». Des grands reportages dans lesquels l'auteur place la femme comme sujet central tout en abordant des thématiques variées, mettant la femme au centre, à chaque numéros⁷⁶.



Figure 52 : Voilà, numéro 5, 25 avril 1931, pp. 2-3.

⁷⁶ Dans les neuf premiers numéros Jean Lasserre aborde les sujets suivants : « Hygiène », « Femmes vierges », « La mode de la beauté », « La beauté contre la femme », « Gai ! Gai ! Marrions-nous », « Les grands mariages », « Les petites filles modèles et les filles perdues », « Les allumeuses », « Qui gagne, perd ! ».

II. TRAITEMENT DES SUJETS FEMININS AU SEIN DU MAGAZINE

Les femmes occupent un espace visuel important au sein de *Voilà*, il est alors intéressant de se demander si des articles portant sur des sujets féminins sont publiés dans les pages du magazine. En plus de ces thèmes abordant des sujets propres aux femmes, c'est également l'occasion de se pencher sur la vision des femmes que véhicule le magazine à travers les images, mais également à travers les textes.

A. La femme en tant que sujet, le thème de la féminité

Les femmes se retrouvent dans *Voilà* presque à chaque numéro, que ce soit en couverture ou dans des articles qui utilisent leur image sans nécessairement aborder des thématiques propres à ces dernières. Le thème de la féminité et de la place de la femme est abordé par Victor Margueritte dans cinq numéros⁷⁷ de *Voilà* avec son reportage intitulé : « Femmes : une grande enquête sur la condition féminine ». L'auteur de ce grand reportage est un écrivain qui a déjà rédigé des articles sur des thèmes féminins, notamment *Femmes Nouvelles* en 1897 puis *Prostituées* et *Jeunes Filles*. Cette série de cinq reportages fait écho au nouveau roman de Victor Margueritte intitulé *Nos Égales* qui s'attache à faire une mise au point sur le progrès de la condition des femmes et sur l'évolution des mœurs. Il passe en revue de nombreux aspects de la vie féminine actuelle. Dans cette « rapide série »⁷⁸, l'auteur n'a pu « qu'effleurer çà et là, quelques aspects »⁷⁹ de la condition des femmes dans la société française des années 1930. Dans une première partie, l'auteur parle des instituts de beauté que les femmes fréquentent. Accompagné de sa femme, Victor Margueritte visite ces endroits où les femmes prennent soin d'elles, il retranscrit de nombreux échanges qu'il a avec sa femme ou avec des personnes qui travaillent dans ces endroits. Dans le deuxième article « Nu et habillé », il s'agit

⁷⁷ Les numéros concernés sont les suivants : 124, 125, 126, 127 et 128.

⁷⁸ V. MARGUERITTE, 2 septembre 1933, numéro 128, Femmes, *Voilà*, p. 11.

⁷⁹ *Ibid.*

des femmes qui travaillent en tant que mannequin dans le monde de la couture, l'auteur en interroge quelques-unes. Les femmes travailleuses dans les manufactures de l'industrie de la mode est le thème du troisième article « Au bonheur des dames » qui fait écho au roman de Zola paru cinquante ans plus tôt. En restant dans le même esprit, l'avant dernière partie de ce grand reportage traite des femmes ouvrières dans les usines, comme son nom l'indique « Ouvrières d'usine » est un reportage qui s'attarde sur le rôle des femmes dans l'industrie. Ces ouvrières travaillent jusqu'à dix-huit heures par jour selon une femme interrogée par Victor Margueritte. Enfin, dans le dernier volet de ce grand reportage, l'auteur s'attarde à conclure sur la condition des femmes dans la société. L'article qui s'intitule « Les souffre-plaisir » parle de lui-même. D'après l'auteur, la femme est en nette infériorité dans presque tous les domaines par rapport aux hommes, notamment familiaux et sociaux. Il admet que c'est en grande partie dû à « l'oppression du vieil homme »⁸⁰, c'est-à-dire à l'héritage d'une société patriarcale qui est régie par des règles favorisant le statut des hommes en dépit de celui des femmes.

En dehors de ce grand reportage de Victor Margueritte, d'autres articles portant sur des sujets féminins ou alors traitant des femmes sont publiés dans les pages de *Voilà*. Ces articles traitent de sujets sous le prisme de la féminité ; il s'agit très souvent de tout ce qui se rapporte aux sentiments amoureux. D'un autre côté, des articles sont consacrés à des femmes : ce sont souvent des danseuses de cabaret comme avec cet article « Danseuses nues » du numéro 47. Dans cet article, on brosse le portrait d'une danseuse nue et on s'intéresse à l'envers du décor de ce métier exclusivement féminin. Des photographies de femmes nues accompagnent les propos de la journaliste Colette Andris ; on y découvre les coulisses de ces cabarets dans lesquels les femmes sont maîtresses du spectacle. L'article de Colette Andris n'est pas le seul qui aborde le sujet des danseuses, mais ce n'est pas le seul type de métier féminin auquel les journalistes de *Voilà* s'attardent. Dans le numéro 153, la journaliste Claire Goll s'intéresse aux « Chanteuses de rues » comme le titre de son reportage l'indique. Ici, il n'est pas question de nudité ni de photographies érotiques. La journaliste parle des femmes qui chantent dans la rue. Elle décrit les difficultés auxquelles ces dernières doivent faire face. Dans un autre registre, dans le numéro

⁸⁰ *Ibid.*

157, une autrice anonyme écrit sur les femmes affranchies, celles qui ne sont pas attachées à leur mari et qui sont libres de voyager ou bien de faire ce qu'elles veulent en toute liberté. Dans « Une aventurière vous parle... : une enquête sur les femmes du monde affranchies », l'autrice qui en est elle-même une, parle de son parcours et décrit ce qu'est une femme affranchie. Ces femmes s'émancipent de l'autorité masculine ; l'autrice dit que « la femme prend si vite l'habitude de dépendre du mâle, de ses plaisirs, de ses caprices, de sa générosité, qu'elle s'applique à mieux l'étudier pour pouvoir mieux lutter contre lui. »⁸¹. Ici, la femme est montrée comme une personne qui tend à se libérer des jugs de la société patriarcale dans laquelle elle vit ; elle n'est pas montrée comme un objet sexuel ou de mode pour lequel son corps est son seul atout. L'affranchie est une femme qui voyage, pense par elle-même et est libre.

Les femmes font parler dans les pages de *Voilà*. Le thème du féminin est quelque chose qui revient souvent. Ce sujet est abordé de manière plurielle par les journalistes du magazine. Il peut être traité par le prisme de la condition féminine dans la société ou alors il peut mener à percevoir la femme comme un objet de consommation masculin avec les danseuses nues. D'un autre côté, il y a aussi la mise en avant des femmes plus libres avec le grand reportage sur les femmes affranchies où l'aventurière anonyme nous parle de son parcours de vie. Ces différentes façons de traiter les sujets féminins dans le magazine nous amènent à nous questionner sur la vision de la place des femmes.

B. La vision du rôle féminin

Avec tous ces sujets qui portent sur les femmes ou bien la féminité, nous devons pouvoir dessiner un portrait typique de la femme selon *Voilà*. Il est intéressant de se questionner sur l'image que renvoie le magazine, de savoir quelles sont les femmes qui sont majoritairement décrites dans ces articles. Dans la plupart des cas, l'image qui est renvoyée est celle de la femme en tant que symbole de

⁸¹ Anonyme, 24 mars 1934, numéro 157, Une aventurière vous parle, *Voilà*, p. 8.

l'érotisme et du désir masculin ; cela passe par les photographies comme nous l'avons vu mais aussi par les thèmes abordés dans les articles. Avec des sujets sur les danseuses nues ou même sur les prostituées, c'est une image sexualisée de la femme qui est mise en avant, à l'image de l'article « Quartiers d'Amour »⁸² de Pierre Bonardi dans lequel il parle des quartiers de prostitution à Alep et Casablanca. Au-delà des images de femmes sexualisées, il y a un article intitulé « Jeux de femmes »⁸³ qui aborde la thématique du sport chez les femmes. Dans ce cas, ce sont les lutteuses qui sont mises à l'honneur avec l'article de J.-P. Braincère. C'est le seul article parmi les deux-cent trente premiers numéros qui aborde le sport chez les femmes. La grande majorité des autres articles placent les femmes dans le milieu mondain de la ville, photographiée avec de belles tenues, parfois dans des positions suggestives : c'est l'image d'une femme blanche, bien habillée qui est véhiculée dans le magazine.



Figure 53 : Voilà, 13 juin 1931, numéro 12, pp. 8-9.

La vision du rôle des femmes dans la société est donc plurielle dans le magazine même si, majoritairement, ce sont des images de femmes objets qui sont

⁸² P. BONARDI, 22 septembre 1934, numéro 183, Quartiers d'Amour, *Voilà*, pp. 8-9.

⁸³ J.-P. BRAINCERE, 13 juin 1931, numéro 12, Jeux de femmes, *Voilà*, pp. 8-9.

utilisées. Il est très rare de voir des femmes émancipées dans le magazine. La seule exception est le récit de vie de l'aventurière qui témoigne anonymement. Il y a peu, voire pas, de femmes qui semblent être actives politiquement ou alors qui occupent une place importante pour la société des années 1930. Cette vision et cette image sont probablement influencées par le fait que ce sont des hommes qui écrivent ces articles, étant donné que la très grande majorité des journalistes travaillant pour *Voilà* sont des hommes. Cependant, il n'y a pas l'image d'une femme ménagère qui est relayée par le magazine : la femme qui selon certains codes sociaux doit rester au foyer n'est pas présente dans *Voilà*. Au contraire, la femme est souvent montrée dehors, dans des cabarets ou dans des soirées de la capitale. Par exemple, Jean Barsac dans son article « Ils ont dansé 200 heures »⁸⁴ montre des femmes aux côtés des hommes faisant la fête.

III. LES AMIES DE TITAÏNA

Dans *Voilà*, il y a de nombreux reportages concernant les femmes. Cependant, la série d'articles la plus notable sur ce sujet est l'œuvre de la reportrice Titaïna qui publie sept grands reportages sur ses amies du monde entier. Dans cette série, les femmes constituent l'élément central des reportages elles viennent de différentes régions du monde et sont présentées par Titaïna. Cette grande reportrice est la seule à travailler pour le magazine et à produire des reportages à l'autre bout du monde. Elle n'est pas la seule journaliste mais l'unique à faire ce genre de grands reportages. Après avoir brossé le portrait de cette dernière, nous allons nous intéresser à sa série de reportages pour le magazine, en questionner les enjeux et analyser leur construction. Enfin, il est également intéressant de se demander si ces grands reportages mettent en avant les femmes du monde et de quelle manière cela est fait.

⁸⁴ J. BARSAC, 27 juin 1931, numéro 14, Ils ont dansé 200 heures, *Voilà*, p. 11.

A. Titaÿna, une femme reporter

Pionnière du reportage littéraire, sous le couvert de son nom de plume, Elisabeth Sauvy⁸⁵ est l'icône du reportage des Années Folles aux côtés de ses homologues masculins : Albert Londres et Joseph Kessel. De 1925 à 1939, Titaÿna est une star mondiale du journalisme au long cours. Elle s'est construit un personnage autour de son pseudonyme ; elle se montre comme une chasseuse de scoops sans peur ; elle se déplace elle-même en pilotant des avions pour être au plus proche de l'Autre. Son écriture sur le vif caractérise ses reportages. Elle se rend au plus près de l'action pour construire des reportages saisissants sur des sujets éloignés de la France. Elle a notamment interviewé Mustafa Kemal⁸⁶ ; elle s'est plongée dans la tribu des Toradjas en Indonésie ainsi que dans le trafic d'alcool aux États-Unis durant la prohibition. Ces travaux ont parcouru le monde entier : ils sont reconnus par beaucoup de ses confrères. Dans sa vie personnelle, Titaÿna opte pour la liberté et s'inspire du romain de Victor Margueritte *La Garçonne* publié en 1922 qui montre aux femmes de cette époque qu'il est possible pour elles d'instrumentaliser les hommes. Même si la jeune journaliste se marie en juin 1922, cette dernière voit en cela le meilleur moyen de pouvoir vivre à sa façon et comme elle l'entend⁸⁷. Avec ses cheveux courts, elle illustre par sa façon de se vêtir et de se comporter l'affranchissement de la femme de ces années 1930. Sur le plan professionnel, elle commence à écrire des contes et romans pour ensuite diriger une revue d'actualités littéraires : *Jazz*⁸⁸. Par la suite, elle se lance dans les reportages filmés avant de commencer à s'épanouir dans le journalisme tout en écrivant des articles relatant ses nombreux voyages. Elle travaille notamment pour *Le Matin*, *Vu*, *Eve* et *Voilà*.

Elisabteh Sauvy se place comme l'une des premières grandes reportrices françaises. Avec ses grands reportages publiés dans *Voilà*, Titaÿna place la femme

⁸⁵ Elisabeth Sauvy est née en 1897, elle est journaliste, écrivaine et reportrice française. Elle décède en 1966.

⁸⁶ Président de la République de Turquie de 1923 à 1938.

⁸⁷ C. B.-Mc LAUGHLIN, *Devenir Titaÿna : Une journaliste à la croisée des chemins*, In : *L'année 1925 : L'esprit d'une époque*, Nanterre, Presses Universitaires de Paris Nanterre, 2012, p. 295.

⁸⁸ *Ibid.*

comme élément central de ses aventures. Les amies de Titaÿna sont les femmes qu'elle a rencontrées durant ses périples à l'autre bout du monde.



Figure 54 : L'Intransigeant, 13 novembre 1934, "Notre collaboratrice, la grande voyageuse Titaÿna".

B. Sa série de grands reportages pour Voilà

Cette série de reportages est la première contribution de Titaÿna pour *Voilà*. La collaboration entre le magazine et la reportrice débute dans un premier temps avec « Mes amies allemandes » dans le numéro 85. Dans ce reportage, l'autrice raconte son retour en Allemagne pour y retrouver des vieilles connaissances : Brigitte, Léna, Ulla et Ruth. Ces femmes, Titaÿna les connaît depuis quelques années ; ce sont ses amies, de véritables amies qu'elle a connues sur place ou bien à Paris par exemple. En apparence, cet article est simplement le récit de retrouvailles entre amies qui ne se sont pas vues depuis longtemps mais si Titaÿna est retournée en Allemagne, c'est aussi pour se demander comment « agissent et réagissent les allemandes »⁸⁹ dans les « difficultés économiques actuelles »⁹⁰. Depuis la fin de la Première Guerre mondiale, les conditions de vie des allemands ont changé, ces changements Titaÿna les remarque d'abord par l'apparence de son amie Ulla qui vient la chercher à la gare : « Dès le premier contact, je remarque la modestie de sa

⁸⁹ Titaÿna, 5 novembre 1932, numéro 85, Mes amies allemandes, *Voilà*, p. 8.

⁹⁰ *Ibid.*

mise. Il y a quatre ans, férue de son élégance, elle avait sa voiture. Aujourd'hui, ce tailleur simple doit être son meilleur costume pour venir à ma rencontre. »⁹¹. Ensuite, elle comprend ces changements au fur et à mesure de ses échanges avec ses amies. Ces derniers sont retranscrits tout au long des deux pages de l'article. En plus de la narration écrite de son retour auprès de ses amies, Titaÿna accompagne ses mots de photographies qu'elle a elle-même prise durant son séjour, il est indiqué : « Reportage photographique Titaÿna »⁹².



Figure 55 : Voilà, 5 novembre 1932, numéro 85, pp. 8-9.

Il y a quatre espaces photographiques qui habillent la double page : le portrait de trois de ses amies que l'on voit ci-dessus ainsi que deux autres photographies de ces dernières allongées à la plage. La nudité est très peu présente : on y voit seulement deux de ses amies en tenue de plage.

Ce premier reportage pour *Voilà* va beaucoup plaire aux lecteurs. C'est pour cela que la direction du magazine prie Titaÿna de publier de nouveau le récit de ses voyages : « Le succès de l'article Mes Amies Allemandes, de Titaÿna, nous a déterminés à prier la grande voyageuse à confier, une fois de plus, à Voilà, sa documentation sur les femmes exotiques. »⁹³. Cela va donner lieu à une série de six

⁹¹ *Ibid.*

⁹² *Ibid.*, p. 9.

⁹³ Titaÿna, 4 février 1933, numéro 98, Mes amies allemandes, *Voilà*, p. 8.

reportages intitulés « Mes amies... », dans lesquels Titaÿna va raconter ses rencontres avec les « Chinoises », « Japonaises », « Océaniennes », « Philippines », « Indiennes » et « Noires »⁹⁴. La structure de ces reportages est la même pour tous : elle parle de sa rencontre avec les habitantes locales en retranscrivant certaines conversations. Tout en parlant de la condition de vie de ces femmes, la reportrice fait voyager le lecteur en décrivant les différents lieux où elle se rend, tout en accompagnant ses propos de photographies. Pour que ses reportages soient les plus immersifs possibles, Titaÿna n'hésite pas à aller dans des endroits qualifiés de « mauvais lieux »⁹⁵ et à en ramener des informations ainsi que des photographies. Du quartier de prostitution à Shanghai au salon de jeux clandestins aux Philippines, la reportrice se rend partout et transmet aux lecteurs de nombreux détails sur la vie des locaux. Concernant les photographies, il y en a un certain nombre qui montrent des femmes dénudées ou entièrement nues ; un seul reportage ne contient pas de photographies de femmes dénudées⁹⁶.



Figure 56 : Voilà, 4 mars 1933, numéro 102, p. 9.



Figure 57 : Voilà, 4 février 1933, numéro 98, p. 9.

⁹⁴ Ces qualificatifs font partie des titres donnés aux six reportages. Ces reportages vont des numéros 98 à 103.

⁹⁵ Titaÿna, 25 février 1933, numéro 101, Mes amies allemandes, *Voilà*, p. 11.

⁹⁶ Il s'agit de celui aux Philippines.

La mise en page des reportages de la journaliste respecte toujours la même organisation. Sur la page de gauche ou au centre, pour le premier de la série, se situe le titre du reportage : « Mes Amies... » écrit dans une typographie se rapprochant le plus possible du pays concerné. Les articles sont toujours sur une double page, ils ne font pas moins et pas plus en termes de longueur. Enfin, il y a systématiquement entre sept et neuf photographies qui sont présentes pour illustrer les mots de Titaÿna.



Figure 58 : Voilà, 11 février 1933, numéro 99, pp. 10-11.

Les conditions des femmes du monde entier importent beaucoup à Titaÿna ; c'est pour cela que ces reportages sont faits. Ils n'ont pas seulement pour but de faire voyager le lecteur, avec les photographies et les textes décrivant les villes et quartiers où se rend la voyageuse. La portée de ces reportages va au-delà de tout cela. Avec ces reportages, Titaÿna met au premier plan les femmes de régions éloignées. Elle parle de leurs conditions de vie mais aussi de leur place dans la société de leur pays.

C. Mettre en avant les femmes du monde

Le principal axe de narration de Titaÿna s'oriente autour des femmes qu'elle rencontre. Ces femmes venant de l'autre bout du monde lui permettent de dresser un

état des lieux sur les conditions de vie des femmes dans les pays qu'elle visite. Il se peut qu'elle connaisse déjà les femmes dont elle parle : c'est le cas pour son reportage sur ses amies allemandes, mais pour les six autres articles ce n'est pas le cas. En effet, Titaÿna se rend sur place sans connaître personne sur place ; elle se laisse porter au gré de ses rencontres au fur et à mesure de son séjour. Par exemple, son article sur ses amies japonaises débute sur le récit de sa rencontre avec Lang Ko à bord d'un cargo en direction de Manille, puis du Japon. La française retranscrit les échanges qu'elle a eus avec sa nouvelle amie. Elles se donnent rendez-vous à Kyoto, chez Lang Ko.



Figure 59 : Voilà, 11 février 1933, numéro 99, p. 10.

Ce qui fait la force de ces reportages, c'est la proximité que Titaÿna parvient à retranscrire, c'est aussi parce que c'est une femme qui parle d'autres femmes, cela ajoute sans doute un supplément d'âme et d'honnêteté. Grâce aux aventures d'Elisabteh Saavy, les lecteurs connaissent un peu mieux la condition des femmes du bout du monde, mais aussi comment est la vie au Japon ou aux Philippines. En plus de décrire ce qu'elle voit lors de ses voyages, Titaÿna s'interroge, notamment sur la place des femmes noires : « Combien d'années encore les négresses d'Afrique différeront-elles des noires de music-halls et de dancing ? Londres est à sept jours du Cap, des girls blondes survolent la forêt équatoriale, et des Françaises s'y promènent avec un appareil photographique. »⁹⁷. Ici, dans cette conclusion de son

⁹⁷ Titaÿna, 11 mars 1933, numéro 103, Mes amies allemandes, *Voilà*, p. 9.

reportage sur ses amies noires d'Afrique, Titaÿna s'interroge sur la différence de traitement dont elles font l'objet comparativement aux femmes noires d'Europe. De plus, elle souligne le fait que Londres n'est pas si loin du Cap et que des femmes blanches européennes rencontrent les femmes du Cap lors de leurs voyages : ce ne sont pas des inconnues. Grâce aux reportages de Titaÿna, les femmes de l'autre bout du monde sont reconnues en France ; elles ne sont plus considérées comme des sauvages aux regards des personnes qui ne les connaissent pas puisqu'avec le genre de récit que fournit la reportrice, ces femmes sont traitées médiatiquement et humainement à leur juste valeur.

Les femmes sont très représentées dans *Voilà*, que ce soit par le biais de photographies ou bien de sujets féminins. Ces photographies affichent principalement des femmes dénudées ou en tenue légère dans des positions suggestives, probablement à des fins commerciales afin de rendre la devanture du magazine plus attractive aux yeux des lecteurs. Les femmes sont présentes partout dans les pages de *Voilà*, que ce soit en Une ou quatrième de couverture ou alors dans les articles du numéro. Il y a une sorte d'instrumentalisation de l'image féminine : elle est souvent montrée seins nus dans le but de créer des réactions auprès des lecteurs masculins. Cependant, il y a tout de même une forme d'esthétisme avec des photographies bien réalisées. Malgré tout, les femmes sont également mises en avant, notamment avec les travaux de Titaÿna mais aussi avec d'autres articles indépendants qui questionnent la place des femmes dans la société et qui abordent le thème de personnalités féminines émancipées.

CONCLUSION

La presse et plus particulièrement les magazines se sont développés dès le début des années 1900 en France. Cela a en partie été permis grâce aux différentes évolutions techniques qui ont rendu possible une diffusion plus large des informations et des journaux qui véhiculent ces dernières. Mais le genre de presse-magazine apporte un supplément d'âme aux actualités que les lecteurs vont lire. Les illustrations qui sont dans un premier temps des gravures qui ont laissé petit à petit la place à des photographies accompagnent les actualités et permettent aux lecteurs de vivre une nouvelle expérience face avec la presse. Il ne s'agit plus de lire mais aussi de voir ce qu'il se passe en France et partout ailleurs, la justesse des photographies rend plus immersif le reportage auquel le lecteur fait face. L'esthétique des clichés prend une place importante dans le monde des magazines puisqu'ils ne sont pas choisis au hasard et relèvent d'une réelle réflexion de la part des photographes et directeurs artistiques.

C'est dans un contexte où le monde de la presse-magazine est en ébullition que *Voilà* va voir le jour. Dans le prolongement de *Vu* mais aussi de son grand frère *Détective*, le nouveau magazine populaire de Gallimard va s'implanter rapidement et se montrer comme une référence dans l'univers des magazines d'actualité français. *Voilà* s'est complètement détaché de *Détective* si l'on se concentre sur le contenu du magazine, mais il est indéniable qu'il a jouté de la structure éditoriale et administrative de ce dernier pour se lancer. D'ailleurs, certains membres de l'équipe éditoriale travaillent pour les deux magazines. Comme pour tous les magazines illustrés, *Voilà* place la photographie au cœur de ses numéros et impose rapidement une identité photographique qui lui est propre. C'est avec un ton plus léger et une maquette plus dynamique que son homologue *Vu*, que le second magazine de Gaston Gallimard va traiter des sujets de l'actualité et proposer des grands reportages à ses lecteurs. En plus d'avoir une utilité informative, les photographies présentes dans le magazine ont également une utilité narrative puisqu'elles sont mises en scène et permettent une feuilletonisation des événements. Les images sont au service d'une narration calculée de l'actualité, elles sont l'élément central de la ligne éditoriale de *Voilà*. Le magazine de Gallimard s'appuie beaucoup sur la nudité que les équipes éditoriales mettent en scène dans presque tous les numéros étudiés. Cet aspect de l'identité photographique de *Voilà* n'est pas négligeable, les corps et les femmes

sont très souvent présents et servent à la fois à illustrer des propos mais aussi à jouer avec le lecteur tout en le poussant à acheter le magazine avec des couvertures arborant des clichés de femmes dénudées ou entièrement nues. En plus de mettre en scène les femmes, *Voilà* parle régulièrement de sujets féminins et consacre des reportages sur les femmes du monde grâce aux récits des aventures de Titařna.

Grâce à ce travail de recherches nous avons pu donc voir comment le style de presse-magazine a émergé en France au début du XX^e siècle, également son évolution éditoriale avec les sujets traités ainsi que l'utilisation de plus en plus importante des photographies. Le magazine de Gaston Gallimard s'insère dans un mouvement global de développement des magazines français, durant sa période d'activité *Voilà* se place comme l'un des magazines d'actualité les plus importants de France aux côtés de *Vu* notamment. La poursuite de ces recherches sur l'entièreté de cette période d'activité allant de 1931 à 1940 devrait être envisagée afin de construire une Histoire plus complète de *Voilà* dans le but de voir sur le plus long terme les changements qui ont été apportés au magazine jusqu'à sa disparition peu avant la Seconde Guerre Mondiale. Cette étude sur la fin des années 1930 permettrait de se pencher sur le traitement médiatique de la part de *Voilà* sur la montée du nazisme en Allemagne et en Europe, quelques articles ont été écrits sur la période étudiée ici mais il n'y en a pas assez pour effectuer une analyse complète.

SOURCES

Le corpus de sources est constitué des 638 numéros de *Vu* et des 230 numéros de *Voilà* numérisés par le musée Nicéphore Niepce de Chalon sur Saône.

Numéros de *Vu* :

Numéro du magazine	Date de publication
VU n°1	21 mars 1928
VU n°2	28 mars 1928
VU n°3	4 avril 1928
VU n°4	11 avril 1928
VU n°5	18 avril 1928
VU n°6	25 avril 1928
VU n°7	2 mai 1928
VU n°8	9 mai 1928
VU n°9	16 mai 1928
VU n°10	23 mai 1928
VU n°11	30 mai 1928
VU n°12	6 juin 1928
VU n°13	13 juin 1928
VU n°14	20 juin 1928
VU n°15	27 juin 1928
VU n°16	4 juillet 1928
VU n°17	11 juillet 1928
VU n°18	18 juillet 1928
VU n°19	25 juillet 1928
VU n°20	1 août 1928
VU n°21	8 août 1928
VU n°22	15 août 1928
VU n°23	22 août 1928
VU n°24	29 août 1928
VU n°25	5 septembre 1928
VU n°26	12 septembre 1928
VU n°27	19 septembre 1928
VU n°28	26 septembre 1928
VU n°29	3 octobre 1928
VU n°30	10 octobre 1928

VU n°31	17 octobre 1928
VU n°32	24 octobre 1928
VU n°33	31 octobre 1928
VU n°34	7 novembre 1928
VU n°35	14 novembre 1928
VU n°36	21 novembre 1928
VU n°37	28 novembre 1928
VU n°38	5 décembre 1928
VU n°39	12 décembre 1928
VU n°40	19 décembre 1928
VU n°41	26 décembre 1928
VU n°42	02 janvier 1929
VU n°43	09 janvier 1929
VU n°44	16 janvier 1929
VU n°45	23 janvier 1929
VU n°46	30 janvier 1929
VU n°47	06 février 1929
VU n°48	13 février 1929
VU n°49	20 février 1929
VU n°50	27 février 1929
VU n°51	06 mars 1929
VU n°52	13 mars 1929
VU n°53	20 mars 1929
VU n°54	27 mars 1929
VU n°55	03 avril 1929
VU n°56	10 avril 1929
VU n°57	17 avril 1929
VU n°58	24 avril 1929
VU n°59	01 mai 1929
VU n°60	08 mai 1929
VU n°61	15 mai 1929
VU n°62	22 mai 1929
VU n°63	29 mai 1929
VU n°64	05 juin 1929
VU n°65	12 juin 1929
VU n°66	19 juin 1929

VU n°67	26 juin 1929	VU n°103	5 mars 1930
VU n°68	03 juillet 1929	VU n°104	12 mars 1930
VU n°69	10 juillet 1929	VU n°105	19 mars 1930
VU n°70	17 juillet 1929	VU n°106	26 mars 1930
VU n°71	24 juillet 1929	VU n°107	2 avril 1930
VU n°72	31 juillet 1929	VU n°108	9 avril 1930
VU n°73	07 août 1929	VU n°109	16 avril 1930
VU n°74	14 août 1929	VU n°110	23 avril 1930
VU n°75	21 août 1929	VU n°111	30 avril 1930
VU n°76	28 août 1929	VU n°112	7 mai 1930
VU n°77	04 septembre 1929	VU n°113	14 mai 1930
VU n°78	11 septembre 1929	VU n°114	21 mai 1930
VU n°79	18 septembre 1929	VU n°115	28 mai 1930
VU n°80	25 septembre 1929	VU n°116	4 juin 1930
VU n°81	02 octobre 1929	VU n°117	11 juin 1930
VU n°82	09 octobre 1929	VU n°118	18 juin 1930
VU n°83	16 octobre 1929	VU n°119	25 juin 1930
VU n°84	23 octobre 1929	VU n°120	2 juillet 1930
VU n°85	30 octobre 1929	VU n°121	9 juillet 1930
VU n°86	06 novembre 1929	VU n°122	16 juillet 1930
VU n°87	13 novembre 1929	VU n°123	23 juillet 1930
VU n°88	20 novembre 1929	VU n°124	30 juillet 1930
VU n°89	27 novembre 1929	VU n°125	6 août 1930
VU n°90	04 décembre 1929	VU n°126	13 août 1930
VU n°91	11 décembre 1929	VU n°127	20 août 1930
VU n°92	18 décembre 1929	VU n°128	27 août 1930
VU n°93	25 décembre 1929	VU n°129	3 septembre 1930
VU n°94	1er janvier 1930	VU n°130	10 septembre 1930
VU n°95	8 janvier 1930	VU n°131	17 septembre 1930
VU n°96	15 janvier 1930	VU n°132	24 septembre 1930
VU n°97	22 janvier 1930	VU n°133	1er octobre 1930
VU n°98	29 janvier 1930	VU n°134	8 octobre 1930
VU n°99	5 février 1930	VU n°135	15 octobre 1930
VU n°100	12 février 1930	VU n°136	22 octobre 1930
VU n°101	19 février 1930	VU n°137	29 octobre 1930
VU n°102	26 février 1930	VU n°138	5 novembre 1930

VU n°139	12 novembre 1930	VU n°175	22 juillet 1931
VU n°140	19 novembre 1930	VU n°176	29 juillet 1931
VU n°141	26 novembre 1930	VU n°177	5 août 1931
VU n°142	3 décembre 1930	VU n°178	12 août 1931
VU n°143	10 décembre 1930	VU n°179	19 août 1931
VU n°144	17 décembre 1930	VU n°180	26 août 1931
VU n°145	24 décembre 1930	VU n°181	2 septembre 1931
VU n°146	31 décembre 1930	VU n°182	9 septembre 1931
VU n°147	7 janvier 1931	VU n°183	16 septembre 1931
VU n°148	14 janvier 1931	VU n°184	23 septembre 1931
VU n°149	21 janvier 1931	VU n°185	30 septembre 1931
VU n°150	28 janvier 1931	VU n°186	7 octobre 1931
VU n°151	4 février 1931	VU n°187	14 octobre 1931
VU n°152	11 février 1931	VU n°188	22 octobre 1931
VU n°153	18 février 1931	VU n°189	28 octobre 1931
VU n°154	25 février 1931	VU n°190	4 novembre 1931
VU n°155	4 mars 1931	VU n°191	11 novembre 1931
VU n°156	11 mars 1931	VU n°192	18 novembre 1931
VU n°157	18 mars 1931	VU n°193	25 novembre 1931
VU n°158	25 mars 1931	VU n°194	2 décembre 1931
VU n°159	1er avril 1931	VU n°195	9 décembre 1931
VU n°160	8 avril 1931	VU n°196	16 décembre 1931
VU n°161	15 avril 1931	VU n°197	23 décembre 1931
VU n°162	22 avril 1931	VU n°198	30 décembre 1931
VU n°163	29 avril 1931	VU n°199	6 janvier 1932
VU n°164	6 mai 1931	VU n°200	13 janvier 1932
VU n°165	13 mai 1931	VU n°201	20 janvier 1932
VU n°166	20 mai 1931	VU n°202	27 janvier 1932
VU n°167	27 mai 1931	VU n°203	3 février 1932
VU n°168	3 juin 1931	VU n°204	10 février 1932
VU n°169	10 juin 1931	VU n°205	17 février 1932
VU n°170	17 juin 1931	VU n°206	24 février 1932
VU n°171	24 juin 1931	VU n°207	2 mars 1932
VU n°172	1er juillet 1931	VU n°208	9 mars 1932
VU n°173	20 mai 1931	VU n°209	16 mars 1932
VU n°174	15 juillet 1931	VU n°210	23 mars 1932

VU n°211	30 mars 1932
VU n°212	6 avril 1932
VU n°213	13 avril 1932
VU n°214	20 avril 1932
VU n°215	27 avril 1932
VU n°216	4 mai 1932
VU n°217	11 mai 1932
VU n°218	18 mai 1932
VU n°219	25 mai 1932
VU n°220	1er juin 1932
VU n°221	8 juin 1932
VU n°222	15 juin 1932
VU n°223	22 juin 1932
VU n°224	29 juin 1932
VU n°225	6 juillet 1932
VU n°226	13 juillet 1932
VU n°227	20 juillet 1932
VU n°228	27 juillet 1932
VU n°229	3 août 1932
VU n°230	10 août 1932
VU n°231	17 août 1932
VU n°232	24 août 1932
VU n°233	31 août 1932
VU n°234	7 septembre 1932
VU n°235	14 septembre 1932
VU n°236	21 septembre 1932
VU n°237	28 septembre 1932
VU n°238	5 octobre 1932
VU n°239	12 octobre 1932
VU n°240	19 octobre 1932
VU n°241	26 octobre 1932
VU n°242	2 novembre 1932
VU n°243	9 novembre 1932
VU n°244	16 novembre 1932
VU n°245	23 novembre 1932
VU n°246	30 novembre 1932

VU n°247	7 décembre 1932
VU n°248	14 décembre 1932
VU n°249	21 décembre 1932
VU n°250	28 décembre 1932
VU n°251	4 janvier 1933
VU n°252	11 janvier 1933
VU n°253	18 janvier 1933
VU n°254	25 janvier 1933
VU n°255	1er février 1933
VU n°256	8 février 1933
VU n°257	15 février 1933
VU n°258	22 février 1933
VU n°259	1er mars 1933
VU n°260	8 mars 1933
VU n°261	15 mars 1933
VU n°262	22 mars 1933
VU n°263	29 mars 1933
VU n°264	5 avril 1933
VU n°265	12 avril 1933
VU n°266	19 avril 1933
VU n°267	26 avril 1933
VU n°268	3 mai 1933
VU n°269	10 mai 1933
VU n°270	17 mai 1933
VU n°271	24 mai 1933
VU n°272	31 mai 1933
VU n°273	7 juin 1933
VU n°274	14 juin 1933
VU n°275	21 juin 1933
VU n°276	28 juin 1933
VU n°277	5 juillet 1933
VU n°278	12 juillet 1933
VU n°279	19 juillet 1933
VU n°280	26 juillet 1933
VU n°281	2 août 1933
VU n°282	9 août 1933

VU n°283	16 août 1933	VU n°314	21 mars 1934
VU n°284	23 août 1933	VU n°314 bis	24 mars 1934
VU n°285	30 août 1933	VU n°315	28 mars 1934
VU n°286	6 septembre 1933	VU n°316	4 avril 1934
VU n°287	13 septembre 1933	VU n°317	11 avril 1934
VU n°288	20 septembre 1933	VU n°318	18 avril 1934
VU n°289	27 septembre 1933	VU n°318 bis	5 mai 1934
VU n°289 bis	1er octobre 1933	VU n°319	25 avril 1934
VU n°290	4 octobre 1933	VU n°320	2 mai 1934
VU n°291	11 octobre 1933	VU n°321	9 mai 1934
VU n°292	18 octobre 1933	VU n°321 HS	26 mai 1934
VU n°293	25 octobre 1933	VU n°322	16 mai 1934
VU n°294	1er novembre 1933	VU n°323	23 mai 1934
VU n°295	8 novembre 1933	VU n°324	30 mai 1934
VU n°295 bis	11 novembre 1933	VU n°325	6 juin 1934
VU n°296	15 novembre 1933	VU n°326	13 juin 1934
VU n°297	22 novembre 1933	VU n°326 HS	16 juin 1934
VU n°298	29 novembre 1933	VU n°327	20 juin 1934
VU n°299	6 décembre 1933	VU n°328	27 juin 1934
VU n°299.2	9 décembre 1933	VU n°329	4 juillet 1934
VU n°300	13 décembre 1933	VU n°330	11 juillet 1934
VU n°301	20 décembre 1933	VU n°331	18 juillet 1934
VU n°302	27 décembre 1933	VU n°332	25 juillet 1934
VU n°303	3 janvier 1934	VU n°333	1er août 1934
VU n°304	10 janvier 1934	VU n°334	8 août 1934
VU n°305	17 janvier 1934	VU n°335	15 août 1934
VU n°306	24 janvier 1934	VU n°336	22 août 1934
VU n°307	31 janvier 1934	VU n°337	29 août 1934
VU n°308	7 février 1934	VU n°338	5 septembre 1934
VU n°308bis	8 février 1934	VU n°339	12 septembre 1934
VU n°309	14 février 1934	VU n°340	19 septembre 1934
VU n°310	21 février 1934	VU n°341	26 septembre 1934
VU n°311	28 février 1934	VU n°341 HS	29 septembre 1934
VU n°311bis	3 mars 1934	VU n°342	03 octobre 1934
VU n°312	7 mars 1934	VU n°343	10 octobre 1934
VU n°313	14 mars 1934	VU n°343 HS	12 octobre 1934

VU n°344	17 octobre 1934	VU n°379	19 juin 1935
VU n°345	24 octobre 1934	VU n°380	26 juin 1935
VU n°346	31 octobre 1934	VU n°381	3 juillet 1935
VU n°347	07 novembre 1934	VU n°382	10 juillet 1935
VU n°348	14 novembre 1934	VU n°383	17 juillet 1935
VU n°349	21 novembre 1934	VU n°384	24 juillet 1935
VU n°350	28 novembre 1934	VU n°385	31 juillet 1935
VU n°351	05 décembre 1934	VU n°386	7 août 1935
VU n°352	12 décembre 1934	VU n°387	14 août 1935
VU n°352 HS	15 décembre 1934	VU n°388	21 août 1935
VU n°353	19 décembre 1934	VU n°389	28 août 1935
VU n°354	26 décembre 1934	VU n°390	4 septembre 1935
VU n°355	2 janvier 1935	VU n°391	11 septembre 1935
VU n°356	9 janvier 1935	VU n°392	18 septembre 1935
VU n°357	16 janvier 1935	VU n°393	25 septembre 1935
VU n°358	23 janvier 1935	VU n°393 bis	30 septembre 1935
VU n°359	30 janvier 1935	VU n°394	2 octobre 1935
VU n°360	6 février 1935	VU n°395	9 octobre 1935
VU n°361	13 février 1935	VU n°396	16 octobre 1935
VU n°362	20 février 1935	VU n°397	23 octobre 1935
VU n°363	27 février 1935	VU n°397 HS	26 octobre 1935
VU n°364	6 mars 1935	VU n°398	30 octobre 1935
VU n°365	13 mars 1935	VU n°399	6 novembre 1935
VU n°366	20 mars 1935	VU n°400	13 novembre 1935
VU n°367	27 mars 1935	VU n°401	20 novembre 1935
VU n°368	3 avril 1935	VU n°402	27 novembre 1935
VU n°369	10 avril 1935	VU n°402 HS	30 novembre 1935
VU n°370	17 avril 1935	VU n°403	4 décembre 1935
VU n°371	24 avril 1935	VU n°403 HS	14 décembre 1935
VU n°372	1er mai 1935	VU n°404	11 décembre 1935
VU n°373	8 mai 1935	VU n°405	18 décembre 1935
VU n°374	15 mai 1935	VU n°406	25 décembre 1935
VU n°375	22 mai 1935	VU n°407	janvier 1936
VU n°376	29 mai 1935	VU n°408	8 janvier 1936
VU n°377	5 juin 1935	VU n°409	15 janvier 1936
VU n°378	12 juin 1935	VU n°409 HS	18 janvier 1936

VU n°410	22 janvier 1936
VU n°411	29 janvier 1936
VU n°412	5 février 1936
VU n°413	12 février 1936
VU n°414	19 février 1936
VU n°415	26 février 1936
VU n°415 HS	29 février 1936
VU n°416	4 mars 1936
VU n°417	11 mars 1936
VU n°418	18 mars 1936
VU n°418 HS	21 mars 1936
VU n°419	28 mars 1936
VU n°419 HS	25 mars 1936
VU n°420	1er avril 1936
VU n°421	8 avril 1936
VU n°422	15 avril 1936
VU n°423	22 avril 1936
VU n°423 HS	25 avril 1936
VU n°424	29 avril 1936
VU n°425	6 mai 1936
VU n°426	13 mai 1936
VU n°426 HS	16 mai 1936
VU n°427	20 mai 1936
VU n°428	27 mai 1936
VU n°428 HS	30 mai 1936
VU n°429	3 juin 1936
VU n°430	10 juin 1936
VU n°431	17 juin 1936
VU n°432	24 juin 1936
VU n°432 HS	27 juin 1936
VU n°433	1er juillet 1936
VU n°434	8 juillet 1936
VU n°435	15 juillet 1936
VU n°436	22 juillet 1936
VU n°436 HS	25 juillet 1936
VU n°437	29 juillet 1936

VU n°438	05 août 1936
VU n°439	12 août 1936
VU n°440	19 août 1936
VU n°441	26 août 1936
VU n°441 HS	29 août 1936
VU n°442	02 septembre 1936
VU n°443	09 septembre 1936
VU n°444	16 septembre 1936
VU n°445	23 septembre 1936
VU n°446	30 septembre 1936
VU n°447	07 octobre 1936
VU n°448	14 octobre 1936
VU n°449	21 octobre 1936
VU n°450	28 octobre 1936
VU n°451	04 novembre 1936
VU n°452	11 novembre 1936
VU n°452 HS	14 novembre 1936
VU n°453	18 novembre 1936
VU n°454	25 novembre 1936
VU n°455	02 décembre 1936
VU n°456	09 décembre 1936
VU n°457	16 décembre 1936
VU n°458	23 décembre 1936
VU n°459	30 décembre 1936
VU n°460	06 janvier 1937
VU n°461	13 janvier 1937
VU n°462	20 janvier 1937
VU n°463	27 janvier 1937
VU n°464	03 février 1937
VU n°465	10 février 1937
VU n°466	17 février 1937
VU n°467	24 février 1937
VU n°468	03 mars 1937
VU n°469	10 mars 1937
VU n°470	17 mars 1937
VU n°471	24 mars 1937

VU n°472	31 mars 1937	VU n°508	8 décembre 1937
VU n°473	07 avril 1937	VU n°509	15 décembre 1937
VU n°474	14 avril 1937	VU n°510	22 décembre 1937
VU n°475	21 avril 1937	VU n°511	29 décembre 1937
VU n°476	28 avril 1937	VU n°512	05 janvier 1938
VU n°477	05 mai 1937	VU n°513	12 janvier 1938
VU n°478	12 mai 1937	VU n°514	19 janvier 1938
VU n°479	19 mai 1937	VU n°515	26 janvier 1938
VU n°480	26 mai 1937	VU n°516	02 février 1938
VU n°481	02 juin 1937	VU n°517	09 février 1938
VU n°482	09 juin 1937	VU n°518	16 février 1938
VU n°483	16 juin 1937	VU n°519	23 février 1938
VU n°484	23 juin 1937	VU n°520	02 mars 1938
VU n°485	30 juin 1937	VU n°521	09 mars 1938
VU n°486	7 juillet 1937	VU n°522	16 mars 1938
VU n°487	14 juillet 1937	VU n°523	23 mars 1938
VU n°488	21 juillet 1937	VU n°524	30 mars 1938
VU n°489	28 juillet 1937	VU n°525	06 avril 1938
VU n°490	4 août 1937	VU n°526	13 avril 1938
VU n°491	11 août 1937	VU n°527	20 avril 1938
VU n°492	18 août 1937	VU n°528	27 avril 1938
VU n°493	25 août 1937	VU n°529	04 mai 1938
VU n°494	1er septembre 1937	VU n°530	11 mai 1938
VU n°495	8 septembre 1937	VU n°531	18 mai 1938
VU n°496	15 septembre 1937	VU n°532	25 mai 1938
VU n°497	22 septembre 1937	VU n°533	01 juin 1938
VU n°498	29 septembre 1937	VU n°534	8 juin 1938
VU n°499	6 octobre 1937	VU n°535	15 juin 1938
VU n°500	13 octobre 1937	VU n°536	22 juin 1938
VU n°501	20 octobre 1937	VU n°537	29 juin 1938
VU n°502	27 octobre 1937	VU n°538	06 juillet 1938
VU n°503	3 novembre 1937	VU n°539	13 juillet 1938
VU n°504	10 novembre 1937	VU n°540	20 juillet 1938
VU n°505	17 novembre 1937	VU n°541	27 juillet 1938
VU n°506	24 novembre 1937	VU n°542	03 août 1938
VU n°507	1er décembre 1937	VU n°543	10 août 1938

VU n°544	17 août 1938
VU n°545	24 août 1938
VU n°546	31 août 1938
VU n°547	07 septembre 1938
VU n°548	14 septembre 1938
VU n°549	21 septembre 1938
VU n°550	28 septembre 1938
VU n°551	05 octobre 1938
VU n°552	12 octobre 1938
VU n°553	19 octobre 1938
VU n°554	26 octobre 1938
VU n°555	02 novembre 1938
VU n°556	09 novembre 1938
VU n°557	16 novembre 1938
VU n°558	23 novembre 1938
VU n°559	30 novembre 1938
VU n°560	07 décembre 1938
VU n°561	14 décembre 1938
VU n°562	21 décembre 1938
VU n°563	28 décembre 1938
VU n°564	4 janvier 1939
VU n°565	11 janvier 1939
VU n°566	18 janvier 1939
VU n°567	25 janvier 1939
VU n°568	1er février 1939
VU n°569	8 février 1939
VU n°570	15 février 1939
VU n°571	22 février 1939
VU n°572	1er mars 1939
VU n°573	8 mars 1939
VU n°574	15 mars 1939
VU n°575	22 mars 1939
VU n°576	29 mars 1939
VU n°577	5 avril 1939
VU n°578	12 avril 1939
VU n°579	19 avril 1939

VU n°580	26 avril 1939
VU n°581	3 mai 1939
VU n°582	10 mai 1939
VU n°583	17 mai 1939
VU n°584	24 mai 1939
VU n°585	31 mai 1939
VU n°586	07 juin 1939
VU n°587	14 juin 1939
VU n°588	21 juin 1939
VU n°589	28 juin 1939
VU n°590	05 juillet 1939
VU n°591	12 juillet 1939
VU n°592	19 juillet 1939
VU n°593	26 juillet 1939
VU n°594	02 août 1939
VU n°595	09 août 1939
VU n°596	16 août 1939
VU n°597	23 août 1939
VU n°598	30 août 1939
VU n°599	06 septembre 1939
VU n°600	13 septembre 1939
VU n°601	20 septembre 1939
VU n°602	27 septembre 1939
VU n°603	04 octobre 1939
VU n°604	11 octobre 1939
VU n°605	18 octobre 1939
VU n°606	25 octobre 1939
VU n°607	01 novembre 1939
VU n°608	08 novembre 1939
VU n°609	15 novembre 1939
VU n°610	22 novembre 1939
VU n°611	29 novembre 1939
VU n°612	06 décembre 1939
VU n°613	13 décembre 1939
VU n°614	20 décembre 1939
VU n°615	27 décembre 1939

VU n°615	27 décembre 1939
VU n°616	03 janvier 1940
VU n°617	10 janvier 1940
VU n°618	17 janvier 1940
VU n°619	24 janvier 1940
VU n°620	31 janvier 1940
VU n°621	07 février 1940
VU n°622	14 février 1940
VU n°623	21 février 1940
VU n°624	28 février 1940
VU n°625	06 mars 1940
VU n°626	13 mars 1940
VU n°627	20 mars 1940
VU n°628	27 mars 1940
VU n°629	3 avril 1940
VU n°630	10 avril 1940
VU n°631	17 avril 1940
VU n°632	24 avril 1940
VU n°633	1er mai 1940
VU n°634	8 mai 1940
VU n°635	15 mai 1940
VU n°636	22 mai 1940
VU n°637	29 mai 1940
VU n°638	05 juin 1940

Numéros de *Voilà* :

Numéro du magazine	Date de publication
VOILÀ n°1	28 mars 1931
VOILÀ n°2	4 avril 1931
VOILÀ n°3	11 avril 1931
VOILÀ n°4	18 avril 1931
VOILÀ n°5	25 avril 1931
VOILÀ n°6	2 mai 1931
VOILÀ n°7	9 mai 1931
VOILÀ n°8	16 mai 1931
VOILÀ n°9	23 mai 1931
VOILÀ n°10	30 mai 1931
VOILÀ n°11	6 juin 1931
VOILÀ n°12	13 juin 1931
VOILÀ n°13	20 juin 1931
VOILÀ n°14	27 juin 1931
VOILÀ n°15	4 juillet 1931
VOILÀ n°16	11 juillet 1931
VOILÀ n°17	18 juillet 1931
VOILÀ n°18	25 juillet 1931
VOILÀ n°19	1 août 1931
VOILÀ n°20	8 août 1931
VOILÀ n°21	15 août 1931
VOILÀ n°22	22 août 1931
VOILÀ n°23	29 août 1931
VOILÀ n°24	5 septembre 1931
VOILÀ n°25	12 septembre 1931
VOILÀ n°26	19 septembre 1931
VOILÀ n°27	26 septembre 1931
VOILÀ n°28	3 octobre 1931
VOILÀ n°29	10 octobre 1931
VOILÀ n°30	17 octobre 1931
VOILÀ n°31	24 octobre 1931

VOILÀ n°32	31 octobre 1931
VOILÀ n°33	7 novembre 1931
VOILÀ n°34	14 novembre 1931
VOILÀ n°35	21 novembre 1931
VOILÀ n°36	28 novembre 1931
VOILÀ n°37	5 décembre 1931
VOILÀ n°38	12 décembre 1931
VOILÀ n°39	19 décembre 1931
VOILÀ n°40	26 décembre 1931
VOILÀ n°41	2 janvier 1932
VOILÀ n°42	9 janvier 1932
VOILÀ n°43	16 janvier 1932
VOILÀ n°44	23 janvier 1932
VOILÀ n°45	30 janvier 1932
VOILÀ n°46	6 février 1932
VOILÀ n°47	13 février 1932
VOILÀ n°48	20 février 1932
VOILÀ n°49	27 février 1932
VOILÀ n°50	5 mars 1932
VOILÀ n°51	12 mars 1932
VOILÀ n°52	19 mars 1932
VOILÀ n°53	26 mars 1932
VOILÀ n°54	2 avril 1932
VOILÀ n°55	9 avril 1932
VOILÀ n°56	16 avril 1932
VOILÀ n°57	23 avril 1932
VOILÀ n°58	30 avril 1932
VOILÀ n°59	7 mai 1932
VOILÀ n°60	14 mai 1932
VOILÀ n°61	21 mai 1932
VOILÀ n°62	28 mai 1932

VOILÀ n°63	4 juin 1932	VOILÀ n°94	7 janvier 1933
VOILÀ n°64	11 juin 1932	VOILÀ n°95	14 janvier 1933
VOILÀ n°65	18 juin 1932	VOILÀ n°96	21 janvier 1933
VOILÀ n°66	25 mai 1932	VOILÀ n°97	28 janvier 1933
VOILÀ n°67	2 juillet 1932	VOILÀ n°98	4 février 1933
VOILÀ n°68	9 juillet 1932	VOILÀ n°99	11 février 1933
VOILÀ n°69	16 juillet 1932	VOILÀ n°100	18 février 1933
VOILÀ n°70	23 juillet 1932	VOILÀ n°101	25 février 1933
VOILÀ n°71	30 juillet 1932	VOILÀ n°102	4 mars 1933
VOILÀ n°72	6 août 1932	VOILÀ n°103	11 mars 1933
VOILÀ n°73	13 août 1932	VOILÀ n°104	18 mars 1933
VOILÀ n°74	20 août 1932	VOILÀ n°105	25 mars 1933
VOILÀ n°75	27 août 1932	VOILÀ n°106	1 avril 1933
VOILÀ n°76	3 septembre 1932	VOILÀ n°107	8 avril 1933
VOILÀ n°77	10 septembre 1932	VOILÀ n°108	15 avril 1933
VOILÀ n°78	17 septembre 1932	VOILÀ n°109	22 avril 1933
VOILÀ n°79	24 septembre 1932	VOILÀ n°110	29 avril 1933
VOILÀ n°80	1 octobre 1932	VOILÀ n°111	6 mai 1933
VOILÀ n°81	8 octobre 1932	VOILÀ n°112	13 mai 1933
VOILÀ n°82	15 octobre 1932	VOILÀ n°113	20 mai 1933
VOILÀ n°83	22 octobre 1932	VOILÀ n°114	27 mai 1933
VOILÀ n°84	29 octobre 1932	VOILÀ n°115	3 juin 1933
VOILÀ n°85	5 novembre 1932	VOILÀ n°116	10 juin 1933
VOILÀ n°86	12 novembre 1932	VOILÀ n°117	17 juin 1933
VOILÀ n°87	19 novembre 1932	VOILÀ n°118	24 juin 1933
VOILÀ n°88	26 novembre 1932	VOILÀ n°119	1 juillet 1933
VOILÀ n°89	3 décembre 1932	VOILÀ n°120	8 juillet 1933
VOILÀ n°90	10 décembre 1932	VOILÀ n°121	15 juillet 1933
VOILÀ n°91	17 décembre 1932	VOILÀ n°122	22 juillet 1933
VOILÀ n°92	24 décembre 1932	VOILÀ n°123	29 juillet 1933
VOILÀ n°93	31 décembre 1932	VOILÀ n°124	5 août 1933

VOILÀ n°125	12 août 1933
VOILÀ n°126	19 août 1933
VOILÀ n°127	26 août 1933
VOILÀ n°128	2 septembre 1933
VOILÀ n°129	9 septembre 1933
VOILÀ n°130	16 septembre 1933
VOILÀ n°131	23 septembre 1933
VOILÀ n°132	30 septembre 1933
VOILÀ n°133	7 octobre 1933
VOILÀ n°134	14 octobre 1933
VOILÀ n°135	21 octobre 1933
VOILÀ n°136	28 octobre 1933
VOILÀ n°137	4 novembre 1933
VOILÀ n°138	11 novembre 1933
VOILÀ n°139	18 novembre 1933
VOILÀ n°140	25 novembre 1933
VOILÀ n°141	2 décembre 1933
VOILÀ n°142	9 décembre 1933
VOILÀ n°143	16 décembre 1933
VOILÀ n°144	23 décembre 1933
VOILÀ n°145	30 décembre 1933
VOILÀ n°146	6 janvier 1934
VOILÀ n°147	13 janvier 1934
VOILÀ n°148	20 janvier 1934
VOILÀ n°149	27 janvier 1934
VOILÀ n°150	3 février 1934
VOILÀ n°151	10 février 1934
VOILÀ n°152	17 février 1934
VOILÀ n°153	24 février 1934
VOILÀ n°154	3 mars 1934
VOILÀ n°155	10 mars 1934

VOILÀ n°156	17 mars 1934
VOILÀ n°157	24 mars 1934
VOILÀ n°158	31 mars 1934
VOILÀ n°159	7 avril 1934
VOILÀ n°160	14 avril 1934
VOILÀ n°161	21 avril 1934
VOILÀ n°162	28 avril 1934
VOILÀ n°163	5 mai 1934
VOILÀ n°164	12 mai 1934
VOILÀ n°165	19 mai 1934
VOILÀ n°166	26 mai 1934
VOILÀ n°167	2 juin 1934
VOILÀ n°168	9 juin 1934
VOILÀ n°169	16 juin 1934
VOILÀ n°170	23 juin 1934
VOILÀ n°171	30 juin 1934
VOILÀ n°172	7 juillet 1934
VOILÀ n°173	14 juillet 1934
VOILÀ n°174	21 juillet 1934
VOILÀ n°175	28 juillet 1934
VOILÀ n°176	4 août 1934
VOILÀ n°177	11 août 1934
VOILÀ n°178	18 août 1934
VOILÀ n°179	25 août 1934
VOILÀ n°180	1 septembre 1934
VOILÀ n°181	8 septembre 1934
VOILÀ n°182	15 septembre 1934
VOILÀ n°183	22 septembre 1934
VOILÀ n°184	29 septembre 1934
VOILÀ n°185	6 octobre 1934
VOILÀ n°186	13 octobre 1934

VOILÀ n°187	20 octobre 1934
VOILÀ n°188	27 octobre 1934
VOILÀ n°189	3 novembre 1934
VOILÀ n°190	10 novembre 1934
VOILÀ n°191	17 novembre 1934
VOILÀ n°192	24 novembre 1934
VOILÀ n°193	1 décembre 1934
VOILÀ n°194	8 décembre 1934
VOILÀ n°195	15 décembre 1934
VOILÀ n°196	22 décembre 1934
VOILÀ n°197	29 décembre 1934
VOILÀ n°198	5 janvier 1935
VOILÀ n°199	12 janvier 1935
VOILÀ n°200	19 janvier 1935
VOILÀ n°201	26 janvier 1935
VOILÀ n°202	2 février 1935
VOILÀ n°203	9 février 1935
VOILÀ n°204	16 février 1935
VOILÀ n°205	23 février 1935
VOILÀ n°206	2 mars 1935
VOILÀ n°207	9 mars 1935
VOILÀ n°208	16 mars 1935
VOILÀ n°209	23 mars 1935
VOILÀ n°210	30 mars 1935
VOILÀ n°211	6 avril 1935
VOILÀ n°212	13 avril 1935
VOILÀ n°213	20 avril 1935
VOILÀ n°214	27 avril 1935
VOILÀ n°215	4 mai 1935
VOILÀ n°216	11 mai 1935
VOILÀ n°217	18 mai 1935

VOILÀ n°217	18 mai 1935
VOILÀ n°218	25 mai 1935
VOILÀ n°219	1 juin 1935
VOILÀ n°220	8 juin 1935
VOILÀ n°221	15 juin 1935
VOILÀ n°222	22 juin 1935
VOILÀ n°223	29 juin 1935
VOILÀ n°224	6 juillet 1935
VOILÀ n°225	13 juillet 1935
VOILÀ n°226	20 juillet 1935
VOILÀ n°227	27 juillet 1935
VOILÀ n°228	3 août 1935
VOILÀ n°229	10 août 1935
VOILÀ n°230	17 août 1935

BIBLIOGRAPHIE

Sur la presse :

C. DELPORTE, C. BLANDIN, F. ROBINET, *Histoire de la presse en France. XX^e-XXI^e siècles*. Armand Colin, « U », 2016, 352 p.

D. KALIFA, P. REGNIER, M.-E. THERENTY, A. VAILLANT (dir.), *La civilisation journal. Histoire culturelle et littéraire de la presse française au XIX^e siècle*, Paris, Nouveau Monde éditions, 2011, 1762p.

G. FEYEL, *Naissance, constitution progressive et épanouissement d'un genre de presse aux limites floues : le magazine*, Lavoisier, In : Réseaux, 2001/1, pp.19-51.

G. FEYEL, *La presse en France des origines à 1944. Histoire politique et matérielle*, Paris, Ellipses, 2007 (2^e éd.), 192p.

J-F. TETU, *L'illustration de la presse au XIX^e siècle*, Revue de sémio-linguistique des textes et du discours, 25, 2008, 16p.

O. FORCADE, *Censure, secret et opinion en France de 1914 à 1919*. In: *Matériaux pour l'histoire de notre temps*, n°58, 2000. Le secret en histoire, sous la direction de Robert Frank, p.45.

P. ALBERT, *Histoire de la presse*. Presses Universitaires de France, « Que sais-je ? », 2018, 128p.

Sur les magazines :

A. CHABRIER, M.-E. THERENTY, *Détective, le grand hebdomadaire des faits divers : fabrique de crimes ?*, Joseph K., Paris, 2017, p. 88.

C. BLANDIN, *Manuel d'analyse de la presse magazine*. Armand Colin, « I.COM », 2018, 324 pages.

D. LEENAERTS, *Le magazine français Vu (1928–40) : Naissance de l'information visuelle et utopie de la substitution de l'image photographique au texte écrit*. In : *Elective Affinities*. Leiden, Pays-Bas : Brill-Rodopi, 2009, pp. 159-171.

J-M. CHARON, *La presse magazine*, Jean-Marie Charon éd. La Découverte, 2008, 128 p.

S. KURDIJAN, *L'édition de presse selon Lucien Vogel : l'inventivité dans la diversité*, In : *Revue de la BNF, Bibliothèque Nationale de France*, 2015/1, numéro 49, pp.60-71.

Sur la photographie :

C. BOUQUERET, *Des années folles aux années noires : la nouvelle vision photographique en France, 1920-1940*, Paris, Marval, 1997, 285p.

F. DENOYELLE, *La photographie, histoire d'un art* (Pierre-Jean Amar). In: *Réseaux*, volume 12, n°64, 1994. Les métiers de la communication. pp. 187-188.

M. CHERMETTE, *Transmettre les images à distance. Chronologie culturelle de la téléphotographie dans la presse française*, *Études photographiques*, 29, 2012, pp. 136-169.

R. BARTHES, *Le message photographique*, *Communications*, numéro 1, 1961, p. 129.

R. BARTHES, *La chambre claire : note sur la photographie*, Paris, Gallimard/Seuil, Cahiers du cinéma, 1980, 194p.

T. GERVAIS, G. MOREL, *La fabrique de l'information visuelle : photographies et magazines d'actualité*, Textuel, 2015, 240p.

K. TAVEAUX-GRANDPIERRE, J. BEURIER (dir.), *Le photojournalisme des années 1930 à nos jours*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, « structures, culture et public », 2014, 190p.

ANNEXES

Table des annexes

REPRESENTATION DES FEMMES EN UNE DE VOILA	112
REPRESENTATION DES FEMMES SUR LA QUATRIEME DE COUVERTURE DE VOILA.....	115

REPRESENTATION DES FEMMES EN UNE DE VOILA

TABLEAU CLASSANT LES NUMEROS DE VOILA COMPORTANT DES PHOTOGRAPHIES DE FEMMES EN UNE.

Représentation des Femmes dans Voilà

Numéro du magazine	Femme sur la Une	Femme seule sur la Une	Femme dénudée sur la Une
Numéro 1	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 2	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 3	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 6	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 7	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 8	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 9	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 10	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 12	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 13	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 14	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 15	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 16	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 17	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 18	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 19	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 20	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 21	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 22	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 23	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 24	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 25	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 26	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 27	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 28	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 29	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 30	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 31	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 32	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 33	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 34	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 35	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 36	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 37	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 38	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 39	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 40	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 41	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 42	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 43	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 44	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 45	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 46	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 47	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 48	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 49	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 50	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 51	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 52	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 53	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 54	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 55	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 56	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 57	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 58	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 59	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 60	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 61	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 62	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 63	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 64	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 65	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 66	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 67	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 68	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 69	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 70	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 71	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 72	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 73	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 74	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 75	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 76	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 77	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 78	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 79	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 80	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 81	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 82	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 83	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 84	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 85	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 86	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 87	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 88	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 89	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 90	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 91	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 92	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 93	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 94	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 95	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 96	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 97	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 98	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 99	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 100	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 101	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 102	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 103	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 104	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Numéro 105	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 157	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 106	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 158	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 107	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Numéro 159	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 108	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 160	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 109	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 161	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 110	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Numéro 162	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 111	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 163	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 112	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 164	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 113	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Numéro 165	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 114	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 166	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 115	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 167	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 116	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 168	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 117	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 169	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 118	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 170	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 119	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 171	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 120	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 172	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 121	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 173	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 122	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 174	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 123	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 175	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 124	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 176	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 125	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 177	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 126	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Numéro 178	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 127	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 179	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 128	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 180	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 129	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 181	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 130	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 182	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 131	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 183	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 132	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 184	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 133	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 185	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 134	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 186	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 135	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 187	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 136	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 188	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 137	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 189	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 138	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 190	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 139	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 191	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 140	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 192	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 141	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 193	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 142	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 194	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 143	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Numéro 195	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 144	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 196	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 145	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 197	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 146	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 198	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 147	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 199	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 148	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 200	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 149	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 201	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 150	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 202	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 151	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 203	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 152	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 204	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 153	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 205	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 154	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 206	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 155	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 207	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 156	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Numéro 208	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Numéro 208	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 209	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 210	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 211	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 212	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 213	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 214	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 215	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 216	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 217	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 218	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 219	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 220	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 221	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 222	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 223	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 224	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 225	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 226	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 227	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 228	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 229	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 230	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	108 Unes avec des femmes = 47%	44 Unes avec des femmes seules = 41%	30 Unes avec des femmes dénudées ou nues = 28%

REPRESENTATION DES FEMMES SUR LA QUATRIEME DE COUVERTURE DE VOILA

**TABLEAU CLASSANT LES NUMEROS DE VOILA COMPORTANT DES
PHOTOGRAPHIES DE FEMMES EN QUATRIEME DE COUVERTURE.**

Représentation des Femmes sur la 4e de couverture

Numéro du magazine	Femme sur la 4e de couverture	Femme dénudée ou nue sur la 4e de couverture
Numéro 1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 3	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 6	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 7	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 8	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 10	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 11	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 12	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 13	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 14	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 15	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 16	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 17	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 18	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 19	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 20	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 21	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 22	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 23	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 24	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 25	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 26	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 27	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 28	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 29	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 30	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 31	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 32	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 33	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 34	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 35	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 36	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 37	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 38	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 39	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 40	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 41	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 42	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 43	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 44	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 45	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 46	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 47	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 48	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 49	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 50	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 51	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 52	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 53	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 54	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 55	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 56	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 57	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 58	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 59	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 60	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 61	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 62	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 63	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 64	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 65	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 66	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 67	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 68	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 69	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 70	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 71	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 72	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 73	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 74	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 75	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 76	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Numéro 77	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 78	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 79	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 80	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 81	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 82	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 83	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 84	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 85	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 86	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 87	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 88	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 89	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 90	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 91	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 92	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 93	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 94	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 95	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 96	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 97	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 98	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 99	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 100	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 101	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 102	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 103	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 104	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 105	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 106	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 107	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 108	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 109	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 110	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 111	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 112	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 113	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 114	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 115	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 116	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 117	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 118	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 119	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 120	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 121	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 122	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 123	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 124	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 125	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 126	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 127	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 128	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 129	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 130	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 131	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 132	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 133	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 134	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 135	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 136	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 137	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 138	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 139	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 140	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 141	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 142	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 143	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 144	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 145	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 146	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 147	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 148	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 149	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 150	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 151	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 152	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Numéro 153	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 154	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 155	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 156	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 157	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 158	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 159	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 160	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 161	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 162	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 163	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 164	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 165	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 166	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 167	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 168	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 169	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 170	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 171	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 172	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 173	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 174	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 175	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 176	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 177	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 178	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 179	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 180	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 181	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 182	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 183	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 184	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 185	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 186	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 187	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 188	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 189	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 190	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Numéro 191	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 192	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 193	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 194	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 195	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 196	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 197	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 198	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 199	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 200	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 201	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 202	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 203	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 204	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 205	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 206	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 207	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 208	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 209	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 210	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 211	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 212	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 213	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 214	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 215	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 216	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 217	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 218	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 219	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 220	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 221	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 222	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 223	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 224	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 225	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 226	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 227	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Numéro 228	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 229	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numéro 230	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

186 avec des femmes, 81% des 4e de couverture avec des femmes. 53 avec des femmes dénudées ou nues, 28,5%

TABLE DES ILLUSTRATIONS

Figure 1 : Vu, numéro 22, 15 août 1928.	22
Figure 2 : Berliner Illustrirte Zeitung, numéro 17, 30 avril 1932.	22
Figure 3 : Vu, numéro 196, 16 décembre 1931.	23
Figure 4 : Vu, numéro 354, 5 décembre 1934.	24
Figure 5 : Vu, numéro 2, 28 mars 1928, p. 32.....	27
Figure 6 : Vu, numéro 2, 28 mars 1928, p. 31.....	27
Figure 7 : Voilà, numéro 2, 4 avril 1931, pp. 4-5.....	28
Figure 8 : Sept, numéro 143, 20 novembre 1936, p. 19.....	29
Figure 9 : Vu, numéro 355, 2 janvier 1935, pp. 18-19.	30
Figure 10 : Voilà, numéro 177, 11 août 1934, pp. 10-11.....	32
Figure 11 : Vu, numéro 435, 15 juillet 1936.....	34
Figure 12 : Voilà, numéro 97, 28 janvier 1933.	35
Figure 13 : L'Illustration, numéro 1903, 30 août 1879.	38
Figure 14 : Magasin Pittoresque, tome XXVIII, septembre 1860.	38
Figure 15 : Edouard Belin et son bélinographe, 1920. Disponible sur Gallica.	41
Figure 16 : Voilà, numéro 1, 28 mars 1931.....	44
Figure 17 : Voilà, numéro 154, 3 mars 1934, quatrième de couverture.	46
Figure 18 : Voilà, numéro 98, 4 février 1933. Une.	46
Figure 19 : Vu, numéro 107, 2 avril 1930, p. 1.	48
Figure 20 : Voilà, numéro 8, 16 mai 1931, p. 11.....	48
Figure 21 : Voilà, numéro 45, 30 janvier 1932, p. 4.....	49
Figure 22 : Voilà, numéro 136, 28 octobre 1933, pp. 10-11.....	50
Figure 23 : Vu, numéro 332, 25 juillet 1934, pp. 14-15.	51
Figure 24 : Voilà, numéro 98, 4 février 1933, pp. 2-3.....	52
Figure 25 : Voilà, numéro 100, 18 février 1933, pp. 10-11.	54
Figure 26 : Voilà, numéro 47, 13 février 1932, p. 13.....	56
Figure 27 : Voilà, numéro 183, 22 septembre 1934, p. 8.....	57
Figure 28 : Voilà, numéro 137, 4 novembre 1933, Une.	59
Figure 29 : Voilà, numéro 200, 19 janvier 1935, pp. 14-15.....	61
Figure 30 : Voilà, numéro 113, 20 mai 1933, p. 5.....	62
Figure 31 : Voilà, numéro 137, 20 mai 1933, pp. 4-5.....	63

Figure 32 : Voilà, numéro 11, 6 juin 1931, Une.....	64
Figure 33 : Voilà, numéro 103, 11 mars 1933, Une.	65
Figure 34 : Voilà, numéro 84, 29 octobre 1932, Une.	65
Figure 35 : Voilà, numéro 103, 11 mars 1933, quatrième de couverture.	66
Figure 36 : Voilà, numéro 84, 29 octobre 1932, quatrième de couverture.	66
Figure 37 : Voilà, numéro 89, 3 décembre 1932, Une.....	69
Figure 38 : Voilà, numéro 183, 22 septembre 1934, Une.	70
Figure 39 : Voilà, numéro 162, 28 avril 1934, Une.....	70
Figure 40 : Voilà, numéro 182, 15 septembre 1934, quatrième de couverture.	72
Figure 41 : Vu, numéro 330, 11 juillet 1934, pp. 26-27.	74
Figure 42 : Vu, numéro 5, 18 avril 1928, p. 26.	74
Figure 43 : Voilà, numéro 102, 4 mars 1933, p. 9.....	75
Figure 44 : Voilà, numéro 39, 19 décembre 1931, p. 8.	75
Figure 45 : Voilà, numéro 90, 10 décembre 1932, quatrième de couverture.	76
Figure 46 : Voilà, numéro 167, 2 juin 1934, Une.....	76
Figure 47 : Voilà, numéro 96, 21 janvier 1933, quatrième de couverture.....	77
Figure 48 : Voilà, numéro 126, 19 août 1933, Une.	77
Figure 49 : Voilà, numéro 49, 27 février 1932, Une.	78
Figure 50 : Voilà, numéro 107, 8 avril 1933, quatrième de couverture.....	78
Figure 51 : Voilà, numéro 53, 26 mars 1932, pp. 12-13.....	79
Figure 52 : Voilà, numéro 5, 25 avril 1931, pp. 2-3.	80
Figure 53 : Voilà, 13 juin 1931, numéro 12, pp. 8-9.	84
Figure 54 : L'Intransigeant, 13 novembre 1934, "Notre collaboratrice, la grande voyageuse Titaÿna".....	87
Figure 55 : Voilà, 5 novembre 1932, numéro 85, pp. 8-9.....	88
Figure 56 : Voilà, 4 mars 1933, numéro 102, p. 9.....	89
Figure 57 : Voilà, 4 février 1933, numéro 98, p. 9.....	89
Figure 58 : Voilà, 11 février 1933, numéro 99, pp. 10-11.	90
Figure 59 : Voilà, 11 février 1933, numéro 99, p. 10.	91

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION	9
L'ESSOR DE LA PRESSE-MAGAZINE	15
I. Les débuts de la presse-magazine	15
A. <i>Les premiers magazines</i>	15
B. <i>L'émergence du modèle de presse-magazine en France</i>	17
C. <i>Le modèle type : l'exemple de Vu</i>	21
II. Les photos-reportages dans la presse-magazine	25
A. <i>La naissance des photos-reportages</i>	25
B. <i>Une nouvelle façon de traiter et diffuser l'information</i>	30
C. <i>Le photo-reportage en France : magazines, reporters et photographes</i>	33
III. Les techniques d'impression et de diffusion	36
A. <i>Les techniques de reproduction des illustrations</i>	37
B. <i>Les photographies sur le papier</i>	39
LA FONDATION DE VOILA	43
I. Genèse du magazine Voilà	43
A. <i>Gaston Gallimard et la presse magazine</i>	43
B. <i>Dans le prolongement de Détective ?</i>	45
C. <i>Équipe éditoriale du magazine</i>	47
II. Voilà et sa vision de l'actualité	50
A. <i>La composition des numéros</i>	50
B. <i>Les thèmes abordés</i>	53
III. La photographie au cœur du magazine	55
A. <i>Les photos-reportages dans le magazine</i>	55
B. <i>La mise en scène des photographies</i>	59
C. <i>Les Unes de Voilà</i>	64
VOILA ET LES FEMMES	68
I. La place visuelle des femmes dans les pages de Voilà	68
A. <i>Les femmes à la Une</i>	68
B. <i>La nudité sur papier glacé</i>	73
C. <i>Les photographies</i>	79
II. Traitement des sujets féminins au sein du magazine	81
A. <i>La femme en tant que sujet, le thème de la féminité</i>	81
B. <i>La vision du rôle féminin</i>	83

III. Les amies de Titaÿna.....	85
A. <i>Titaÿna, une femme reporter.....</i>	<i>86</i>
B. <i>Sa série de grands reportages pour Voilà.....</i>	<i>87</i>
C. <i>Mettre en avant les femmes du monde.....</i>	<i>90</i>
CONCLUSION.....	93
SOURCES	95
BIBLIOGRAPHIE	109
ANNEXES	111
TABLE DES ILLUSTRATIONS.....	119
TABLE DES MATIERES	121