

Constructions médiatiques du vol habité en France, de Jean-Loup Chrétien à Thomas Pesquet (1982 – 2017)

Anne de Floris

Sorbonne Université, SIRICE (UMR 8138)

En prenant comme objet d'étude les représentations figurées, photographiques et filmiques associées aux missions des dix spationautes français envoyés dans l'espace, cette étude entend développer un argumentaire sur la construction médiatique de la figure de l'astronaute organisé autour de trois axes de réflexion : la reformulation progressive d'un répertoire iconographique hérité du programme lunaire américain pour l'adapter à la situation franco-européenne (1), les termes d'une médiatisation politiquement orchestrée par la convergence des différents acteurs du spatial français en vue d'appuyer le développement des activités de vol habité à partir des années 1980 (2), et enfin, les problématiques communicationnelles liées aux stratégies visuelles de relation publique simultanément mises en place aux échelles nationales et européennes, et porteuses d'enjeux divergents, en dépit de références communes (3).

By investigating the figurative, photographic and filmic representations associated with the missions of the ten French astronauts sent into space, this study aims to provide an analysis of the construction of the astronaut image through media, organized around three main areas of reflection: the progressive reformulation of an iconographic repertoire inherited from the American lunar programme to adapt it to the Franco-European situation (1), the ways of a mediatization that is politically orchestrated by various space actors in order to support the development of manned flight activities from the 1980s onwards (2), and finally, the communication issues linked to the public relations strategies simultaneously implemented at national and European levels and carrying divergent challenges, despite common references (3).

Constructions médiatiques du vol habité en France, de Jean-Loup Chrétien à Thomas Pesquet (1982 – 2017)

Célébré cette année, le cinquantenaire du premier pas de l'homme sur la Lune participe à réinvestir l'imaginaire lié à l'exploration spatiale en reproduisant par différents médias les images désormais emblématiques des premiers astronautes à s'être aventurés par-delà l'orbite terrestre. Qu'il s'agisse de numéros spéciaux de magazines, d'expositions¹, d'ouvrages anniversaires² ou même d'œuvres cinématographiques³, cette commémoration s'appuie sur un univers visuel spécifique, dont les composantes ont acquis avec le temps une certaine permanence, s'imposant comme des références particulièrement structurantes.

Du vol inaugural de Youri Gagarine en 1961 à la promenade lunaire qu'ont réalisé tour à tour les équipages des missions Apollo 11 à Apollo 17⁴, les premières années de l'âge spatial semblent avoir été tant un moment de gestation et d'exploration de la mise en place effective des programmes technologiques ambitieux que sont les programmes spatiaux, que le terreau, particulièrement riche, d'une iconographie de l'homme dans l'espace⁵. L'image tient en effet une place déterminante dans la mise en récit des activités spatiales : par définition hors de portée, l'espace extraterrestre ne doit son appréhension par le grand public qu'à la médiatisation de ses représentations, qu'il s'agisse des premières photographies de l'atmosphère subrepticement capturées par les premières fusées-sondes au milieu des années 1940⁶ ou du flux désormais continu d'images parvenant des différentes caméras embarquées à bord de la Station Spatiale Internationale⁷. Plus que par l'article ou la littérature journalistique, c'est bien par le reportage

¹ Exposition itinérante de National Air and Space Museum, Washington, « Destination Moon : The Apollo 11 Mission », au Museum of Flight, Seattle, 13 avril au 02 septembre 2019 ; « Apollo's Muse : The Moon in the Age of Photography », Metropolitan Museum, New York, 02 juillet au 22 septembre 2019 ; « La Lune, du voyage réel aux voyages imaginaires », Grand Palais, Paris, 03 avril au 22 juillet 2019.

² Teasel Muir-Harmony, *Apollo to the Moon : A History in 50 Objects*, Washington, National Geographic Society, 2018 ; Marc Bradfer et Marie-Ange Sanguy (dir.), *50^e anniversaire du premier homme sur la Lune*, Portet-sur-Garonne, Empreinte, 2018 ; Philippe Henajeros, *Ils ont marché sur la Lune*, Paris, Belin, 2018.

³ Damien Chazelle, *First Man*, 2018, nommé quatre fois aux Oscars dans des catégories techniques (mixage, montage son et effets visuels).

⁴ En passant par la très médiatisée mission Apollo 13 dont la gestion de crise en matière de communication a été analysée dans James Kauffman, « A Successful Failure : NASA's Crisis Communications Regarding Apollo 13 », *Public Relations Review*, vol. 27, 2001, p. 437-448.

⁵ Pour une approche générale de ce sujet, voir Michael J. Neufeld (dir.), *Spacefarers: Images of Astronauts and Cosmonauts in the Heroic Era of Spaceflight*, Washington, D.C, Smithsonian Institution Scholarly Press, 2013.

⁶ La première photographie de la Terre depuis l'espace a été prise le 24 octobre 1946 par une caméra 35 mm installée sur un missile V2 tiré depuis la base de White Sands. Ayant atteint une altitude de 100 kilomètres, le cliché donne à voir la courbure de la Terre dans un tirage en noir et blanc, très granuleux. Entre 1946 et 1950, plus de 1 000 photographies ont été ainsi prises, certaines d'entre elles étant diffusées au grand public suite à une publication dans la revue *National Geographic* en 1950.

⁷ Outre les photographies et les vidéos prises par les astronautes eux-mêmes de leur vie quotidienne, des expériences qu'ils sont amenés à réaliser ou de l'organisation du travail au sein de la station, la NASA assure

photographique et plus encore, la retransmission en direct par la télévision, que cette aventure devient visible aux yeux des sociétés : engoncé dans sa combinaison blanche dont le bras porte fièrement l'écusson de son pays d'origine, flottant dans un environnement immédiatement reconnaissable saturé d'expériences et de matériel technique en tous genres, l'astronaute réalise sa mission ; et en arrière-plan, le fond bleu et blanc d'une Terre dont il s'est momentanément extrait.

Figure populaire fortement plébiscitée par l'ensemble de la société, l'astronaute constitue donc par-delà sa stricte définition professionnelle le réceptacle de fantasmes et de projections nourris par la permanence des mythes liés au héros explorateur, comme par l'exotisme radical de son lieu de travail, l'espace extraterrestre. Tantôt pilote, expérimentateur, scientifique, mascotte ou même envoyé de l'humanité, il investit ainsi malgré lui un espace médiatique hypertrophié, excédant largement la seule actualité du domaine scientifique et technologique pour pénétrer activement l'information grand public.

Par l'engagement financier conséquent qu'elles représentent, longtemps supporté par les seuls États, comme par l'enjeu scientifique et technologique dont elles se font naturellement les vecteurs, les activités spatiales supposent donc un effort de communication à l'égard du grand public. À mi-chemin entre un impératif de redevabilité et une volonté de pédagogie vis-à-vis de l'amateur, cette mise en image(s) participe d'une médiatisation du regard porté sur l'entreprise technoscientifique, souvent perçue comme désincarnée. Convoquant un riche imaginaire associé à un réseau étendu de références composites empruntées tant à l'histoire qu'à la fiction, la représentation de l'astronaute se situe au carrefour des fétichismes de l'amateur et des entreprises de communication politique, procédant ainsi d'une fascinante co-construction médiatique et iconographique. Dans cette perspective, la représentation humaine s'avère décisive, permettant précisément d'accomplir cette incarnation : la présence du scientifique ou de l'opérateur donne sens à l'expérience, celle de l'ingénieur concrétise le travail engagé dans la réalisation de l'objet technique, et celle de l'astronaute donne à voir le champ particulier où l'ensemble opère, dans un lieu radicalement autre, physiquement insaisissable et inassimilable en raison des conditions particulières qui le caractérisent (micropesanteur, confinement, orbitation).

Fort d'un positionnement à l'intersection des différents champs mobilisés par le spatial, l'astronaute apparaît donc comme une figure plastique, dont l'ethos individuel se mêle aux discours d'autres communautés d'acteurs ayant à gagner d'une promotion efficace des missions spatiales habitées⁸. Consécutivement, interroger les enjeux liés à la représentation de l'astronaute suppose la

depuis 2014 une retransmission permanente et en direct grâce à deux diffusions en *streaming* permises par le *High Definition Earth-Viewing System* (HDEV).

⁸ Cette construction de l'astronaute à l'interface de différentes volitions et prérogatives de communautés d'acteurs a été explorée par Julie Patarin-Jossec dans plusieurs travaux : « Science and the manufacture of a political order : A sociological study of the European Manned Space Programme », dans Bertold Schweitzer et Thomas Sukopp (dir.), *Knowledge communities in Europe. Exchange, integration and its limits*, Springer, pp. 67-92, 2018 ; « An Embodiment at the Crossroads : a Sociological Perspective upon the Cosmonaut Training in the ISS Programme », *38th Annual International Gravitational Physiology Meeting*, Mai 2017, Zvenigorod, Russie. Pour une approche plus complète de cette question, on se référera à la thèse dont ils sont issus : Julie Patarin-Jossec, « Le vol habité dans l'économie symbolique de la construction européenne », thèse de doctorat en sociologie, sous la direction de Pascal Ragouet, Bordeaux, Université de Bordeaux, 2018, 505 p. En ligne :

prise en compte d'une historiographie profondément renouvelée depuis vingt ans, associant aux perspectives offertes par l'histoire culturelle ou l'histoire sociopolitique des technologies⁹ des grilles d'analyse empruntées à l'anthropologie et à la sociologie¹⁰ : ainsi, une appréhension transnationale de l'homme spatial gagnerait à se resituer dans la nébuleuse d'objets culturels et intellectuels qualifiée récemment par Alexander Geppert d'« astroculture », prompt à souligner la densité et l'interconnexion des références liées d'une manière ou d'une autre à l'exploration spatiale¹¹.

À partir d'un corpus composé des représentations figurées, photographiques et filmiques associées aux missions des dix spationautes français envoyés dans l'espace, cette communication propose ainsi d'explorer les termes d'une construction médiatique de l'astronaute, dans un contexte où le fait national se trouve d'emblée mis à l'épreuve d'événements faisant sens à d'autres échelles et générant des dynamiques de communication complémentaires. C'est précisément dans cette perspective que cet appareil médiatique prend toute son ampleur, s'accompagnant de la formation par accréation progressive d'un véritable répertoire iconographique de référence, modulé selon ses occurrences. De la couverture médiatique du programme Apollo en France dans les années 1970 à l'intense machine communicationnelle orchestrée par le Centre national d'Études Spatiales (CNES) à l'occasion de la mission Proxima portée par l'astronaute européen de nationalité française Thomas Pesquet entre 2016 et 2017, c'est donc tout un monde d'impressions visuelles, d'images motivées et de discours incarnés qui se met en branle, faisant émerger une constellation fragmentaire mais cohérente des représentations de l'espace.

LA REFORMULATION PROGRESSIVE D'UN RÉPERTOIRE ICONOGRAPHIQUE

Vol habité et imaginaire populaire : archéologie des représentations de l'homme spatial

Avant que se concrétise physiquement l'envoi d'un homme par-delà les basses couches de l'atmosphère terrestre en 1961, la pensée d'une telle extraction prit corps dans l'imaginaire de quelques auteurs dont la curiosité scientifique s'accompagnait d'une inventivité vivace quant à la forme et la manière des procédés par lesquels ces élus pourraient atteindre leur destination, y vivre, voire y travailler, et en revenir sains et saufs. Les premières traces de ce qui s'apparentait alors à des

<https://halshs.archives-ouvertes.fr/tel-02426194> - lien valide le 30 mai 2020. Nous en profitons pour signaler l'ouvrage à paraître issu de ce travail de recherche : Julie Patarin-Jossec, *La fabrique de l'astronaute : ethnographie terrestre de la Station Spatiale Internationale*, Paris, Éditions La Découverte, à paraître.

⁹ Ces évolutions historiographiques sont particulièrement bien précisées dans l'ouvrage de Steven J. Dick et Roger D. Launius, *Critical Issues in the History of Spaceflight*, Washington, Government Printing Office, 2006.

¹⁰ Récemment, voir pour le cas américain, Matthew Hersch, *Inventing the American Astronaut*, New York, Palgrave Macmillan, 2012, et pour le cas soviétique, James Andrews et Asif A. Siddiqi, *Into the Cosmos : Space Exploration and Soviet Culture*, Pittsburgh, University of Pittsburgh Press, 2011.

¹¹ Alexander Geppert (dir.), *Imagining Outer Space : European Astroculture in the Twentieth Century*, New York, Etats-Unis d'Amérique, Palgrave Macmillan, 2012.

variations autour du merveilleux scientifique, tel qu'a pu le définir à partir de 1909 Maurice Renard¹², s'égrenèrent timidement depuis le II^e siècle autour de quelques ouvrages interrogeant la possibilité du voyage spatial par le détournement de moyens naturels : chronologiquement, on retiendra tout d'abord les *Histoires vraies* du grec Lucien de Samosate dont le héros se trouve emporté sur la Lune par l'entremise d'une tempête qui élève son navire¹³, mais aussi les aventures de Domingo Gonsales, protagoniste du *The Man in the Moone* de Francis Goldwin, publié en 1637, dont le voyage est permis par le vol de plusieurs cygnes sauvages mécaniquement harnachés les uns aux autres¹⁴. Le XVII^e siècle voit aussi la publication du diptyque romanesque du poète Cyrano de Bergerac, *Les États et empires de la Lune et du Soleil*, où le narrateur parvient à s'élever dans les cieux après avoir bu ses fioles de rosée¹⁵. Les gravures et dessins associés à l'impression de ses premiers exemples, notamment dans leurs éditions au XIX^e siècle, se caractérisent par une représentation tribulaire de la localisation de la Lune par-delà les nuages, dont l'épaisse couche doit être traversée sans protection particulière du corps. Les protagonistes, appareillés de leurs machines ou flottant simplement dans l'air, sont figés dans le moment de leur extraction, sans qu'aucune condition particulière à la vie extraterrestre n'apparaisse¹⁶. L'immédiateté du voyage spatial, permettant souvent d'échapper à une péripétie qui tourne court, se pare à partir du XIX^e siècle d'une complexification technique et scientifique croissante que rendent les romans d'anticipation et de proto-science-fiction publiés à partir des années 1850. Des représentations variées de l'exploration lunaire se multiplient alors : chez Georges Le Faure, des voyageurs en haut-de-forme tout juste débarqués d'un dirigeable foulent allègrement le sol lunaire dans *Les Robinsons lunaires* avant de revoir leurs équipements par l'ajout d'un masque dédié à la respiration, le *respirol*, dans un opus ultérieur¹⁷ ; alors que Jules Verne approfondit cette représentation dans les illustrations ornant *De la Terre à la Lune*¹⁸ par une grande précision apportée au vaisseau et à son fonctionnement, insistant sur les différentes phases du voyage spatial selon une narration linéaire par épisodes que les reportages photographiques suivent encore aujourd'hui.

La première moitié du XX^e siècle poursuit de creuser ce sillon de l'attention scientifique portée aux détails de la représentation fictive du voyage spatial, que ce soit dans les nouvelles illustrations accompagnant l'essor de la science-fiction¹⁹ se déroulant dans l'espace ou dans

¹² Maurice Renard, « Du roman merveilleux-scientifique et de son action sur l'intelligence du progrès », *Le Spectateur*, 1909, t.1, n°6, p. 245-261.

¹³ Lucien de Samosate, *Œuvres*, t. 2, opuscles 11-20, Paris, Les Belles Lettres, 1998.

¹⁴ Francis Goldwin, *The Man in the Moon and Nuncius inanimatus*, Northampton, États-Unis, Smith College, 1937.

¹⁵ Savinien de Cyrano de Bergerac, *Œuvres complètes*, t. 1, Paris, Champion, 2006.

¹⁶ À ce sujet, voir les travaux de Frédérique Aït-Touati et de Lucian Boia, outre l'archéologie de l'imaginaire cosmique proposée par Alexander Geppert dans *Imagining Outer Space*, *op.cit.* Frédérique Aït Touati, *Fiction of the Cosmos : Science and Literature in the Seventeenth Century*, Chicago, États-Unis, The University of Chicago Press, 2011 ; Lucian Boia, *L'exploration imaginaire de l'espace*, Paris, La Découverte, 1987.

¹⁷ Georges Le Faure, *Les Robinsons lunaires*, Paris, E. Dentu, 1893 et avec Henri de Graffigny, *Aventures extraordinaires d'un savant russe*, Paris, Edinger, 1889.

¹⁸ Jules Verne, *De la Terre à la Lune*, Paris, Hetzel et Cie, 1876.

¹⁹ Adam Roberts, *The History of Science Fiction*, London, Palgrave Macmillan, 2016.

l'exploration visuelle amorcée par les premières mises en scène filmiques, des fantaisies de Méliès²⁰ aux *space opera* télévisuels diffusés pendant les années 1950 aux États-Unis²¹, en passant par le *Frau im Mond* de Fritz Lang, réalisé en concertation avec le physicien Hermann Oberth, spécialiste de la théorie astronautique²². Si le décor se scientifie et le voyageur se professionnalise, les termes de la représentation restent encore largement tributaires d'un tropisme du divertissement, faisant la part belle à l'imaginaire et à l'accommodement scénaristique. Pour autant, la figure de l'homme spatial se singularise et parvient à s'ancrer comme une référence partagée dans le champ culturel international, dépouillé de son aura de merveilleux et de magie pour embrasser une caractérisation plus technique et scientifique, dans un contexte où l'astronautique comme discipline se constitue progressivement. Cette tendance s'accroît encore après la Seconde Guerre mondiale, qui révèle la mise au point des premiers V2 de Von Braun, consacrant l'image de la fusée comme véhicule habité par des militaires et des scientifiques dont l'équipement s'inspire alors des combinaisons portées par les aviateurs depuis deux décennies : cette technicité se retrouve dans le double épisode bien connu des aventures de Tintin sur la Lune, immortalisées par Hergé dans les albums *Objectif Lune* et *On a marché sur la Lune* publiés en 1953 et 1954, où le lecteur est amené à suivre l'itinéraire expérimental d'une telle entreprise, de l'entraînement des protagonistes pour faire face aux conditions particulières du voyage spatial à la réalité du voyage en lui-même, assortie de son lot de complications²³.

Composantes d'un ethos professionnel héroïque

Si les représentations nées dans la littérature et le cinéma ont ouvert la voie à une familiarisation progressive de l'image d'un homme évoluant hors de l'environnement terrestre, caractérisée par l'apesanteur, le décorum technologique et scientifique, l'équipement particulier et le goût de l'aventure, c'est bien au début des années 1960 que les premiers clichés photographiques d'astronautes émergent et figent, en une petite dizaine d'années, un motif bien particulier dans l'imaginaire populaire. L'effort de communication qui a entouré le vol inaugural de Youri Gagarine le 12 avril 1961, dans le cadre du programme spatial soviétique, dénote cet engagement immédiat des agences spatiales et du monde politique dans le façonnement d'une image puissante du voyageur spatial, nourrie par un imaginaire particulièrement riche remontant au cosmisme russe et intrinsèquement lié à l'expression d'une irrémédiable identité nationale. Asif Siddiqi en particulier a exploré à partir des archives soviétiques les termes institutionnels et culturels de cette entreprise de relation publique - propagande particulièrement efficace - qui a accompagné le vol de Gagarine, puis celui, non moins fondateur, de la cosmonaute Valentina Terechkova quelques années plus

²⁰ George Méliès, *Le Voyage dans la Lune*, 1902.

²¹ Margaret Weitekamp, « Setting the Scene for Human Spaceflights : Men into Space and The Man and the Challenge », in Michael J. Neufeld (dir.), *Spacefarers*, *op. cit.*

²² Fritz Lang, *Frau im Mond*, 1929. Voir à ce sujet Michael Neufeld, « Weimar Culture and Futuristic Terchnology : The Rocketry and Spaceflight Fad in Germany, 1923-1933 », *Technology and Culture*, vol. 31, No. 4, 1990, p. 725-752.

²³ Hergé, *Objectif Lune*, Tournai, Casterman, 1953 et *On a marché sur la Lune*, Tournai, Casterman, 1954.

tard²⁴. De l'autre côté du monde bipolaire qui se dessine pendant cette période de guerre froide où le vol habité devient le fer de lance de ce que les contemporains identifient immédiatement comme une « course à l'espace », les programmes Mercury, Gemini et Apollo contribuent à leurs tours à ancrer dans les esprits la figure immédiatement reconnaissable de l'astronaute. Dans un des premiers articles historiques publiés sur cette question, Roger Launius s'interroge d'ailleurs sur les composantes de cette figure qu'il identifie comme s'incarnant très tôt en une véritable « *cultural icon* »²⁵. D'une manière générale, l'astronaute se caractérise donc par son patriotisme, sa bravoure face au danger d'une entreprise inconnue, sa grande compétence et sa propension à personnifier les valeurs traditionnelles de la société dont il est issu. Sa masculinité est ainsi exacerbée mais policée²⁶, comme en témoigne l'accent mis dans les représentations photographiques sur sa vie de famille, le peignant comme père aimant, voisin charmant et mari responsable ... ce qu'il n'est pas nécessairement²⁷. Cette approche est particulièrement visible dans les photographies réalisées par le magazine *Life* dans les années 1960, offrant au lecteur galvanisé par le contexte de compétition avec la puissance ennemie des fragments enchantés d'une vie de famille épanouie et d'une franche camaraderie mise au service de la défense de la nation. Professionnellement, l'astronaute américain se rattache nettement à un ethos militaire, les membres de la première sélection, connus sous le nom de *Mercury Seven*, étant tous des pilotes d'essais de l'armée américaine ; ce n'est que dans un second temps que des scientifiques et des ingénieurs seront considérés, remplaçant comme principales qualités le sang-froid et la capacité à opérer en toutes circonstances par une ultra-compétence étendue à une grande variété de domaines.

Au pinacle de cette construction médiatique, l'alunissage réalisé par la mission Apollo 11 constitue à n'en pas douter un événement matriciel qui module pour les années à venir le rapport du grand public au vol habité. Dans un article intitulé « L'événement monstre », Pierre Nora constatait la chose suivante : « Les mass media ont désormais le monopole de l'histoire. Dans nos sociétés contemporaines, c'est par eux et par eux seuls que l'événement nous frappe, et ne peut pas nous éviter²⁸. » Or, la particularité de la mission Apollo 11, au-delà de la seule incomparable prouesse technologique dont elle résulte indéniablement, réside précisément dans la connexion de cet événement avec les possibilités de communication à grande échelle offerte par le média de masse qu'est alors la télévision. Au moyen d'une retransmission en direct de la sortie du module

²⁴ Asif A. Siddiqi, *The Red Rockets' Glare: Spaceflight and the Soviet Imagination, 1857-1957*, Cambridge, États-Unis d'Amérique, 2010.

²⁵ Roger D. Launius, « Heroes in a Vacuum : The Apollo Astronaut as Cultural Icon », *The Florida Historical Quarterly*, 2008, vol. 87, n° 2, p. 174- 209.

²⁶ Pour une approche sociologique des implications et des modulations liées à cette question de la masculinité, le lecteur peut se reporter à la thèse de Julie Patarin-Jossec, en particulier à son analyse du concept de « docilité » : Julie Patarin-Jossec, « Le vol habité », *op.cit.*, pp. 357-359.

²⁷ « The other astronauts found themselves having to play the role that John Glenn had created. Aside from their death-defying profession, they were ordinary men who had heroism thrust upon them by a press and public whose patriotic fervor was a reaction to the Cold War. Behind the scenes, they were cheating on their wives, getting drunk, angling for the first flight, trying to get enough money to move into a nice neighborhood, and grouching about the way they were being treated. » Captain Thomson, J. M., « The Right Stuff : Embarrassed Hero Worship », *Air University Review*, 1981, cité par Roger D. Launius, *Ibid.*, p. 177.

²⁸ Pierre Nora, « L'événement monstre », *Communications*, n°18, 1972, p. 162-172.

lunaire par mondovision, la NASA s'assure que plusieurs centaines de millions de personnes réparties sur l'ensemble du globe assistent au premier pas de l'Homme sur la Lune, réalisant aux yeux de tous le rêve si longtemps porté par les poètes des lettres et des sciences. Par cet invraisemblable saut d'échelle, l'astronaute revêt définitivement une aura élargie, devenant de simple héros national, envoyé de l'humanité ; terme d'ailleurs déjà employé juridiquement à son encontre depuis 1967²⁹.

Appropriations et adaptations : la normalisation d'une image

L'investissement initial des États-Unis et de l'Union Soviétique dans l'espace, et par extension dans le vol habité, explique naturellement qu'un tropisme clair se soit d'emblée établi pour les sociétés européennes : l'astronaute semblait être par définition une figure exogène, représentant dans ces deux manifestations possibles les valeurs de la nation dont il était issu. Pour autant, l'intérêt médiatique exprimé en Europe, et notamment en France, pour l'exploration spatiale habitée permit d'actualiser cette figure, de la normaliser, et à terme de la réinvestir. Guillaume de Syon a notamment interrogé les termes de cette acculturation du public français au vol habité par l'étude des reportages photographiques et des couvertures du magazine hebdomadaire *Paris Match* consacrés aux astronautes américains et soviétiques³⁰. Dans une démarche associant divertissement, actualité et éducation aux activités spatiales, l'astronaute devint une célébrité élevée au rang de star internationale, permettant d'illustrer aisément pour un public non-spécialiste les réalités de l'exploration spatiale. En reprenant le récit développé par *Life*, ces reportages insistaient également sur la normalité de ces professionnels de l'espace, leur quotidien d'Américain moyen étant particulièrement exploité en contrepoint des prises de vues liées à leur qualité d'astronaute : par sa capacité à revenir à sa vie de famille, le héros gagnait encore en grandeur morale et en exemplarité. L'abondance du matériel photographique diffusé par la NASA contrastait en outre avec la politique du secret caractérisant la communication soviétique, dont seuls quelques clichés filtraient depuis les principales agences de presse. Un cas intéressant développé par Guillaume de Syon réside dans le traitement réservé à la première cosmonaute, Valentina Terechkova, dont l'image fut détournée du projet d'affirmation d'égalité des genres porté par le régime soviétique, à travers la mise en avant, la même année, de son mariage avec le cosmonaute Nikolaïev, renforçant de ce fait son inscription dans un système patriarcal plus traditionnel. Pour autant, la nouvelle de son vol fut reçue avec enthousiasme par la société

²⁹ United States Department of State, Treaty on Principles Governing the Activities of States in the Exploration and Use of Outer Space, Including the Moon and Other Celestial Bodies, Article V, 27 janvier 1967, [en ligne] <https://www.state.gov/t/isn/5181.htm>, consulté le 26 avril 2019. Voir le commentaire de Jacques Arnould, « Nouvelles frontières de l'Espace », *Études*, 2007, vol. 406, no 3, p. 347–357.

³⁰ Guillaume De Syon, « Astronauts and Cosmonauts into Frenchmen : Understanding Space Travel through the Popular Weekly *Paris Match* », in Michael M.J. Neufeld (ed.), *Spacefarers, op. cit.*

française, ouvrant la voie au fantasme d'un avatar français, comme en témoigne notamment un micro-trottoir réalisé à Paris le 17 juin 1963 pour le Journal télévisé du 20 heures³¹.

Ce travail de couverture médiatique à partir d'images étrangères a nourri un goût du public et une iconographie qui se voient réinvestis lors des vols des premiers spationautes, terme forgé par l'agence spatiale française pour désigner ses propres voyageurs de l'espace à l'occasion des accords de coopération bilatérale passés avec les puissances américaines et soviétiques à la fin des années 1970 et au début des années 1980. Sélectionnés en juin 1980 au terme d'un processus de deux ans, Jean-Loup Chrétien et Patrick Baudry, tous deux pilotes de chasse de l'Armée de l'Air, entamèrent leur entraînement à la Cité des Étoiles dès septembre de la même année, en vue de la préparation de la mission PVH – Premier Vol Habité. En 1981, Jean-Loup Chrétien est désigné comme cosmonaute principal, mais Patrick Baudry, réformé au rang de doublure, trouva une opportunité dès 1985 lors d'un vol en coopération bilatérale avec la NASA sur la navette spatiale. A l'occasion de son entraînement, *Paris Match* publia le 8 mars 1985 un reportage photo de six pages assorti d'une pleine couverture, présentant les différents aspects de sa vie à l'heure américaine. Ces clichés témoignent d'une appropriation totale des codes iconographiques construits depuis le programme Mercury³² : on y voit le spationaute tout sourire poser devant l'imposante fusée Saturn V, vestige du programme Apollo et signe de sa prochaine ascension à bord de la navette (ethos du pilote et de l'intimité avec la technologique), mais aussi le partage amical d'un repas en compagnie d'un astronaute américain (camaraderie et vie privée), la lecture en chaussettes d'un album de Tintin (univers domestique, culture et similarité des références), la pratique de la natation le jour et du rodéo la nuit (vigueur et forme physique), et enfin l'entraînement en milieu médical basé sur la répétition des expériences à réaliser en orbite (compétences scientifiques)³³. La couverture reste quant à elle occupée par un portrait officiel très formaté, où apparaissent les logos du CNES, de la NASA, ainsi qu'un écusson aux couleurs du drapeau français. Vigueur, professionnalisme, sympathie et patriotisme – tels sont les canons de la représentation du spationaute français pour les décennies à venir.

L'ASTRONAUTE, FIGURE-RÉCEPTACLE

Médiatisation et relations internationales

Si le vol de Patrick Baudry connut une réelle popularité, il est à replacer dans la continuité de la première mission habitée française, sobrement baptisée PVH, pour Premier Vol Habité, qui ne rencontra pas la même destinée médiatique. Alors que la perspective d'envoyer pour la première

³¹ Micro-trottoir à Paris à propos de la première femme dans l'espace, François Gay, Journal télévisé 20H, Radiodiffusion Télévision Française, 17 juin 1963, 2'17. [En ligne : <https://www.ina.fr/video/CAF97004700>, consulté le 03 avril 2019].

³² Plusieurs numéros du magazine *Life* dans les années 1960 proposent des reportages photographiques présentant l'entraînement et la vie personnelle des candidats astronautes des programmes Mercury, Gemini et Apollo. Voir notamment R. Morse, « Head Over Heels for What's Out There », *Life*, 27 septembre 1963.

³³ Reportage de B. Fraisse et T. Champion, « Moi, le Français de la navette », *Paris Match*, no. 1867, 8 mars 1985.

fois un Français, et même un Européen de l'Ouest, dans l'espace aurait pu susciter un profond enthousiasme et une réelle fierté nationale, le vol de Chrétien apparaît à bien des égards comme un non-événement médiatique. En cause, outre l'atmosphère de secret entourant encore le monde spatial soviétique au début des années 1980, le raidissement de la situation diplomatique internationale consécutif à l'invasion de l'Afghanistan en décembre 1979 et à la réaction autoritaire du régime face au soulèvement de la société civile polonaise, instaurant un état de siège de décembre 1981 à juillet 1983. Dans ce contexte tendu, il est demandé aux cosmonautes français d'agir avec prudence et de fuir dans la mesure du possible l'exposition médiatique prompte à générer des déclarations embarrassantes³⁴. Bien que la portée d'un tel événement rencontre un intérêt curieux de la presse écrite et audiovisuelle, notamment à travers un suivi en direct du lancement et quelques minutes de reportage notamment lors des journaux télévisés des 25, 26 juin et 2 juillet sur Antenne 2, l'ensemble de la couverture médiatique demeure discret. En témoigne le niveau de la représentation de la France au moment du lancement du Soyouz transportant le cosmonaute français depuis Baïkonour le 25 juin 1982 : dans cette tribune pourtant hautement symbolique, et particulièrement signifiante du point de vue du protocole soviétique, ne sont présents que l'ambassadeur de France, Claude Arnaud, le président du CNES, Hubert Curien, et les responsables du projet au sein du CNES, dont certains sont très jeunes face à leurs homologues russes³⁵. Pas de ministres donc, et moins encore de président de la République, face à un lancement qui représentait à n'en pas douter une nouvelle étape de la coopération franco-soviétique initiée par le Général De Gaulle en 1966. Ainsi, malgré le patriotisme dont il se fait l'incarnation, l'astronaute apparaît rapidement comme une figure-réceptacle de ce que le politique y projette, pouvant accompagner un élan de prestige national comme se voir désaturer de son panache en cas d'agitation sur la scène internationale.

Au niveau télévisuel cependant, cette première mission inaugure la pratique de l'interview en orbite où l'astronaute, en présence le plus souvent de ses co-équipiers, se prête au jeu du question-réponse avec un reporter présent dans la salle de contrôle ou sur le plateau même de l'émission, selon les cas de figure. À ce titre, il est intéressant de noter que si dans le cas du premier vol de Chrétien cet exercice ne dure que quelques dizaines de secondes et ne met en scène qu'un journaliste stationné à Moscou³⁶, il devient l'occasion d'une promotion politique particulière à partir de 1988. En effet, lors du second vol de Jean-Loup Chrétien à bord de la station soviétique MIR lors de la mission Aragatz, l'interview en orbite devient le prétexte d'une discussion en direct entre le spationaute entouré de cinq coéquipiers russes et le président Mitterrand, associant considération générale sur la présence de Chrétien autour de la Terre et commentaire sur la situation en Arménie

³⁴ « Le premier vol d'un cosmonaute français », in Arlène Ammar-Israël (dir.), Institut Français d'Histoire de l'Espace, *50 ans de coopération spatiale France - URSS/Russie*, Chantilly, Tessier & Ashpool, 2015, p. 209 – 211.

³⁵ IFHE, *Ibid.*, p. 214 – 215.

³⁶ Interview de Jean-Loup Chrétien, Michel Chevalet, Sept sur Sept, Télévision Française 1, 26 juin 1982, 01'40, [en ligne] <https://www.ina.fr/video/CAA8201524101/interview-de-jean-loup-chretien-video.html>, consulté le 03 avril 2019.

alors qu'un important séisme a dévasté la région³⁷. Ce dispositif permettant de faire valoir l'engagement concret de l'Exécutif en faveur du vol habité est de nouveau investi en 1992, lors du vol de Michel Tognini pendant la mission Antares : le président y est bien plus prolixe et y développe un argumentaire optimiste quant au futur des vols habités, rassurant le cosmonaute français sur l'avenir du programme européen Hermès et insistant sur l'universalité de sa représentation aux côtés de ses collègues soviétiques³⁸. Dans un contexte de redéfinition de la politique étrangère de Mitterrand à l'égard de l'Union Soviétique de Gorbatchev, cette communication renforce la posture de coopération et d'ouverture de la France, soulignant le rôle fédérateur de la collaboration spatiale incarnée par la proximité physique d'un spationaute français et de cosmonautes soviétiques, dans une petite station orbitant à 400 kilomètres de la diplomatie terrestre.

L'astronaute au féminin

Au sein d'une iconographie faisant la part belle à l'héroïsme et à l'expression vigoureuse d'un ethos masculin militaire, la figure de l'astronaute déclinée au féminin ouvre de fascinantes perspectives. On l'a vu, si le précédent de Valentina Terechkova oscillait entre une revendication idéologique de l'égalité des sexes dans un contexte communiste et une acception plus traditionnelle de la féminité rappelée à la moindre occasion, la multiplication des femmes-astronautes à partir de la deuxième moitié des années 1980 s'accompagne d'un double mouvement d'exacerbation et de neutralisation du genre face à un environnement professionnel caractérisé par le risque, la résistance physique, la science et la haute technologie. À la suite des travaux sur le genre et l'astronautique notamment entrepris par Margaret Weitekamp³⁹, plusieurs études historiques ont interrogé les contours sociologiques de l'intégration de femmes dans le corps des astronautes des grandes puissances spatiales, cherchant à identifier les différentes dynamiques à l'œuvre dans ce processus. Entre purs enjeux de communication, avancées féministes et intérêts politiques, le spectre des vecteurs d'intégration se compose de multiples faisceaux interagissant sans cesse selon des dynamiques parfois bien différentes. Dans un texte consacré à l'étude de la mise en scène médiatique des six premières femmes astronautes aux Etats-Unis, Jennifer Ross-Nazzal⁴⁰ souligne le poids des stéréotypes sexistes auxquelles elles furent confrontées tout au long de leur carrière, insistant particulièrement sur le rapport constant à la beauté, à l'apparence générale, au poids, à la domesticité, au mariage et à la maternité. Elle rapporte notamment les propos de l'une d'entre-elles,

³⁷ Conversation en duplex entre le Président Mitterrand et Jean-Loup Chrétien à bord de la station orbitale MIR, A2 Le Journal de 13H, Production Televidenie Sovietskovo Sojuza, 19 décembre 1988, 02'22, [en ligne] <https://www.ina.fr/video/CAB88049035>, consulté le 03 avril 2019.

³⁸ Dialogue à travers l'espace entre François Mitterrand et Michel Tognini, A2 Le Journal de 13H, Antenne 2, 29 juillet 1992, 01'59, [en ligne] <https://www.ina.fr/video/CAB92042958/dialogue-a-travers-l-espace-entre-francois-mitterrand-et-michel-tognini-video.html>, consulté le 03 avril 2019.

³⁹ Margaret A. Weitekamp, *Right Stuff, Wrong Sex: America's First Women in Space Program*, s.l., JHU Press, 2005.

⁴⁰ Jennifer Ross-Nazzal, « You've Come a Long Way, Maybe : The First Six Women Astronauts and the Media », in Michael Neufeld (dire.), *Spacefarers, op. cit.*

Shannon Lucid, biochimiste ayant réalisé cinq missions entre 1985 et 1996, à bord de la navette spatiale : « *We do the same work as our male colleagues, yet nobody asks them about their families, or how their kids feel about their work [...], this occupation] does not have anything to do with being a woman or a wife or a mother*⁴¹. » Dans le contexte français, pareille injonction fut imposée à la première et seule spationaute de sexe féminin à avoir volé dans l'espace : Claudie André Deshays, aussi connue sous le nom de Haigneré, du patronyme de son époux, lui-même spationaute. Sélectionnée en 1985 à l'âge de 28 ans, cette rhumatologue de formation est titulaire d'un doctorat en médecine et en physiologie neurosensorielle, de plusieurs certificats d'études spécialisées en biologie du sport, médecine aéronautique et spatiale et rhumatologie, ainsi que d'un diplôme d'études approfondies de biomécanique et physiologie du mouvement. Malgré une ultra-compétence avérée et reconnue par ses pairs, celle que l'on surnomme très rapidement « BAC + 19 » devient un sujet médiatique de grande ampleur en raison de sa qualité de femme, ouvrant des angles jusqu'alors inexplorés par les médias français. Son entraînement en Russie aux côtés de Jean-Pierre Haigneré et sa première affectation pour la mission franco-russe Cassiopée en 1996 deviennent l'occasion d'un surinvestissement médiatique où elle semble n'être définie que par son genre, que ce soit pour indiquer sa capacité à exercer sans aucun problème un métier d'homme ou au contraire, pour souligner l'exception de son profil au sein des sélections françaises...ce qui contraste assez fortement avec la réalité du champ scientifique où elle évolue, normalisant totalement son genre, à l'exception de quelques ajustements techniques liés à des différences physiologiques et morphologiques. Un exemple intéressant réside dans les légendes accompagnant les photographies publiées dans la presse écrite suite à sa sélection ou à son retour sur Terre où les journalistes insistent particulièrement sur sa beauté et son rapport à la féminité : « charmante », « l'œil noisette et la chevelure de jais, calme et souriante » peut-on lire dans le numéro de *Air et Cosmos* daté du 9 novembre 1992⁴², ou « resplendissante », « rayonnante », dans un article de *Le Télégramme* du 3 septembre 1996 où, en évoquant les conditions de son atterrissage, le journaliste précise « Encore bardée d'appareils de mesure, pour un premier examen médical, elle a sorti naturellement, comme si cela allait de soi dans ces circonstances, son poudrier et son rouge à lèvres et s'est refait une beauté⁴³. »

Sélectionnée une seconde fois pour réaliser une mission de courte durée à bord de l'ISS en 2001, Claudie Haigneré nourrit malgré elle un traitement médiatique l'essentialisant désormais à son rôle d'épouse et de mère : ainsi, *Le Figaro* titre-t-il le 22 octobre 2001 « Claudie Haigneré, une maman en orbite⁴⁴ », le diminutif venant encore renforcer le lien à la maternité et à la sphère domestique de celle que les journalistes désignent souvent désormais par le seul prénom de « Claudie ». Dans le même ordre d'idée, son entrée dans la station est rapidement suivie de la traditionnelle conversation téléphonique avec le segment sol qui fait l'objet d'une mise en scène particulière, son époux passant le combiné à leur jeune fille Carla ; s'ensuit un tendre échange mère-

⁴¹ J. Williams, « Make Way for the Ladies in Space », *The Saturday Evening Post*, septembre 1982, p. 45. Rapporté par Jennifer Ross-Nazzal, *Ibid.*, p. 197.

⁴² Pierre Langereux, « Claudie André-Deshays, première astronaute française », *Air et Cosmos*, 9 novembre 1992.

⁴³ « Claudie André-Deshays est redescendue du ciel », *Le Télégramme*, 03 septembre 1996.

⁴⁴ Fabrice Nodé-Langlois, « Claudie Haigneré, une maman en orbite », *Le Figaro*, 22 octobre 2001.

filles où la cosmonaute française prend le temps d'expliquer dans un langage simple et aimant les moyens par lesquels elle a pu rejoindre sa nouvelle « maison⁴⁵ ». En définitive, s'il va de soi que le travail de Claudie Haigneré n'a pas seulement été appréhendé sous le prisme de son genre, force est de constater le réel primat d'une iconographie particulière, peu exploitée à cette période pour ses collègues masculins : prégnance du couple et de la vie de famille, esthétisation du corps, exceptionnalisme et érection en modèle de la féminité affirmée, émancipée sans barrières ni autocensure.

Marges de manœuvres : l'astronaute face à sa propre image

Face à la production d'images qui accompagne essentiellement toute mission habitée, l'astronaute se trouve rapidement confronté à la construction de son avatar médiatique, par lequel il existe aux yeux de la société. La carrière d'astronaute étant tout à fait incertaine, notamment pour les professionnels français et européens dont les vols dépendent entièrement des coopérations bilatérales ou internationales passées avec des puissances étrangères disposant de moyens d'accès habités à l'espace, se pose rapidement la question de l'après. Pour appréhender ce rapport intime de l'astronaute face à sa propre image, il est utile de considérer la pratique de la tournée au retour de mission qui contribue à incarner physiquement l'image diffusée au grand public les mois qui ont précédés⁴⁶. Répondant à une logique de relations publiques mais aussi de pédagogie collective, cet exercice, réalisé par les dix spationautes français ayant volé, consiste à présenter les résultats de leur mission, en France comme à l'étranger, et à partager leur expérience auprès de publics variés, mêlant souvent jeunes, étudiants, passionnés ou professionnels du secteur. Selon une fréquence qui s'étire avec le temps, et passée une intense campagne dans les quelques mois qui suivent leur retour, ils sont ainsi amenés à réinvestir activement le récit médiatique dont ils ont été acteurs, commentant vidéos et photographies, apparaissant en combinaison de pilote et se prêtant au jeu de la dédicace...sur leurs photos officielles. Par la suite, cet élan est souvent maintenu par la pratique de la conférence spatiale, même plusieurs dizaines d'années après la mission qui les a fait connaître : s'il est attendu qu'en tant qu'acteur du spatial ils contribuent tout au long de leur carrière à communiquer autour de l'actualité de l'exploration, il est intéressant de noter combien la réussite de ces événements dépend de leur présence en tête d'affiche et combien le public tend à s'emparer de l'espace de discussion pour le tordre vers le récit de l'expérience passée, établie comme référence indépassable, acmé d'une carrière qui peut être par ailleurs d'une grande richesse. En matière de communication visuelle, cette tendance s'exprime à travers le choix systématique de clichés les présentant en combinaison officielle ou même en apesanteur, afin d'illustrer le matériel promotionnel⁴⁷.

⁴⁵ Laura Massis, « Au féminin : Claudie Haigneré dans l'espace », duplex réalisé par France 3 Paris pour le Journal télévisé de Paris-Ile de France, le 24 octobre 2001, 01'08.

⁴⁶ Archives CNES, Paris, Dossier non daté « Astronautes », comportant plusieurs programmes des tournées des spationautes français dans les années 1990.

⁴⁷ Les exemples sont légion, voir notamment : « Entretien avec Claudie Haigneré, première astronaute française sur l'ISS », rencontre organisée par le séminaire d'Histoire et de Philosophie de la Conquête Spatiale le mardi 10

Bien entendu, le poids de cette médiatisation n'est pas nécessairement subi et l'on peut observer des cas de figure où l'astronaute s'empare de sa popularité médiatique pour capitaliser sur une image qui sert son avancement de carrière. L'entrée en politique de Claudie Haigneré croise par exemple ces thématiques. En juin 2002, peu de temps après la fin de la mission Andromède, elle rejoint ainsi le deuxième gouvernement Raffarin en qualité de ministre déléguée à la Recherche et aux Nouvelles technologies⁴⁸, y trouvant le moyen de faire entendre sa voix tant sur les problématiques spatiales que sur sa volonté d'attirer les jeunes femmes vers les carrières scientifiques. En mars 2004, c'est par l'Europe qu'elle persiste une année supplémentaire au sein du troisième gouvernement de Jean-Pierre Raffarin, en tant que ministre déléguée aux Affaires européennes⁴⁹, alors qu'elle fut membre du Corps européen des astronautes : bel exemple donc d'un avancement du projet européen par la science et la technologie. Ce palimpseste d'expériences contribue ainsi à diversifier son avatar médiatique, tout en renforçant l'iconographie d'une femme forte et indépendante, présente dès sa première sélection⁵⁰. La bifurcation politique à partir de l'expérience astronautique est aussi visible dans la carrière de Philippe Perrin, dont le vol avec la NASA en 2002 fut par ailleurs peu médiatisé. En novembre 2016, cet ancien astronaute reconverti dans l'industrie aéronautique s'est porté candidat, finalement sans succès, à l'élection européenne de mai 2019 en valorisant son expérience d'astronaute sous le prisme de l'éveil écologique et de la sensibilité aux questions européennes. L'appareil visuel déployé sur son site personnel officiel supporte ainsi cette translation, mettant en exergue le regard unique qu'il a pu porter sur la Terre lors de son vol et de ses sorties extra-véhiculaires⁵¹.

MISE EN CONCURRENCE DE STRATÉGIES VISUELLES

De la relation publique à l'émergence d'une machine médiatique performante

En ce qu'il est avant toute chose salarié d'une agence spatiale, l'astronaute s'intègre dans un plan de communication élaboré à dessein. Selon les époques et les contingences politiques, les motivations qui appuient cet effort de communication peuvent varier et parfois même faire l'objet d'une mise en concurrence réelle de stratégies distinctes, portées par différents acteurs. Un exemple significatif en France réside dans la volonté farouche du président Valéry Giscard d'Estaing de sélectionner une femme pour effectuer la toute première mission spatiale franco-soviétique,

avril 2018 à l'Ecole Normale Supérieure, Paris ; ou « Être astronaute », conférence de Jean-François Clervoy, organisée par l'Université de Reims Champagne Ardenne le mardi 9 janvier 2018.

⁴⁸ Décret du 17 juin 2002 relatif à la composition du Gouvernement, Journal Officiel de la République Française, 18 juin 2002, p. 10720, texte n°3.

⁴⁹ Décret du 31 mars 2004 relatif à la composition du Gouvernement, Journal Officiel de la République Française, 1 avril 2004, p. 6325, texte n°1.

⁵⁰ Cette tendance est notamment visible dans un portrait qui lui est consacré dans le magazine *TV Grandes chaînes* en novembre 2005, au sein de la rubrique « Saga – Femmes de pouvoir ». On y voit les différentes facettes de sa vie médiatique, mêlant espace, politique, et vie de famille. M. Ollivry, « Claudie Haigneré, l'espace l'a propulsée très haut », *TV Grandes Chaînes*, 14 septembre 2005.

⁵¹ Philippe Perrin, [En ligne] www.philippeperrin.eu, consulté le 05 avril 2019.

finalement réalisée par Jean-Loup Chrétien, imposant un critère politique au surplus de la liste déjà bien longue des qualifications physiques, psychomotrices, et professionnelles. Ainsi, à l'écosystème de production d'images promotionnelles propres à l'agence française, le CNES, il faut ajouter une série de déterminants extérieurs pouvant orienter la représentation et la perception de l'astronaute : influence du politique, poids des acteurs scientifiques ou industriels, sponsors, etc. Le débat récurrent centré autour de l'opposition entre partisans et détracteurs du vol habité souligne par exemple l'inconsistance du soutien politique dans ce domaine : alors que François Mitterrand et Jacques Chirac ont exprimé leur enthousiasme vis-à-vis de ce pan d'activité du CNES pendant les années 1980 et le début des années 1990, il faut noter l'opposition véhémente du Ministre de la Recherche Claude Allègre à partir de 1997, dont les propos assassins ternirent considérablement la médiatisation des vols de Chrétien, Eyharts, Tognini et Clervoy à la fin des années 1990⁵². Dans ce contexte, seule la mission Perseus de Jean-Pierre Haigneré semble avoir trouvé un écho auprès du public, inaugurant le premier vol de longue durée réalisé par un Français. Entre le 22 février et le 28 août 1999, l'astronaute séjourna pendant six mois à bord de la station Mir, menant un programme scientifique de grande ampleur et réalisant même une sortie extra-véhiculaire. L'enjeu fut alors pour le CNES d'établir une communication sur le long terme, relançant l'attention du public tout au long de la mission : pour ce faire, un partenariat avec *Le Figaro* permit à l'astronaute de publier chaque mardi des pages de son carnet de bord dans le journal, y adjoignant le plus souvent une réponse à une question de lecteur⁵³. Cette rubrique dédiée, outre la continuité de la couverture médiatique qu'elle instaurait, permit aussi de décliner dans un contexte français l'iconographie liée aux vols de longue durée, caractérisés par la place nécessairement plus importante prise par les activités de loisirs ; ainsi voit-on au fil des mois Jean-Pierre Haigneré lire, jouer du saxophone ou encore prendre quelques-unes des 6 500 photographies qu'il ramena de son voyage et qui furent publiées chez Solar dans un ouvrage intitulé *Chevaucheur des nuées*, après avoir été triées et documentées par le CNES⁵⁴.

Fort de cette expérience de communication établie entre 1982 et 2008 à l'occasion des seize vols de neuf astronautes et cosmonautes français, le CNES aborda avec un regard nouveau la mission Proxima, en 2016. En association avec la direction de la communication du Centre européen des astronautes de l'Agence Spatiale Européenne, qui héberge officiellement les astronautes européens depuis la fusion des corps nationaux entre 1998 et 2000, l'agence mit en œuvre une machine médiatique particulièrement performante, reposant notamment sur la place nouvelle prise par les réseaux sociaux dans nos sociétés de l'image. En ce sens, Thomas Pesquet constitue à la fois le sujet et l'objet d'une expérience de communication tout à fait fascinante, devenant par certains aspects le golem d'une promotion visuelle tout azimut de l'ESA en faveur du vol habité en France. Au cœur de cette entreprise, l'action déterminante de Jules Grandsire, directeur de la communication et des relations publiques du Centre européen des astronautes

⁵² Dominique Simonnet, « Claude Allègre : oui à Mars, non aux vols habités ! », *L'Express*, 18 septembre 1997.

⁵³ Rubrique « En direct de Mir par Jean-Pierre Haigneré », *Le Figaro*, tous les mardis de février à août 1999.

⁵⁴ Jacques Arnould et Jean-Pierre Haigneré, *Chevaucheur des nuées*, Solar, 2001.

repose sur une application transmédia de la théorie de l'*inbound marketing*⁵⁵, visant à susciter chez le public cible une adresse spontanée vers les sites et les pages de l'ESA à partir de la publication de contenus susceptibles d'éveiller leur désir et de les amener à partager à leur tour l'information à leur propre réseau. Eminemment visuelle pour répondre à l'interface privilégiée par la communication sur Internet, cette stratégie développée par l'agence depuis 2013 permet de nourrir le référencement des pages ESA et CNES par un flot continu de visites spontanées de la part des internautes. Outre la promotion du vol habité qui en résulte, cette opération répond d'une logique très concrète de faire valoir le retour sur investissement d'une mission coûteuse en la rendant visible au plus grand monde et, en filigrane, en justifiant par des exemples immédiatement évaluables l'engagement pérenne dans ce secteur des activités spatiales. Pour autant, la surprésence médiatique de Thomas Pesquet, si elle a indéniablement permis de relancer l'intérêt français pour l'espace et de sensibiliser les plus jeunes, a également nourri les critiques d'une partie de la communauté scientifique à l'encontre de l'intérêt du travail réalisé à bord de l'ISS⁵⁶.

L'identité européenne en question

Il serait illusoire de prétendre interroger la construction médiatique de l'astronaute français sans tenir compte de l'intégration croissante de la France au sein de l'espace politique et économique européen. La création du Centre européen des astronautes en 1990 sous la tutelle de l'ESA permet d'ancrer physiquement l'expertise européenne en matière de vol habité tout en offrant une infrastructure efficace pour la formation, l'entraînement et la préparation des missions réalisées en coopération bilatérales ou multilatérales. Jusqu'en 1998, le groupe d'astronautes sélectionnés par l'ESA évoluait en parallèle des sélections nationales, dont la responsabilité et le suivi appartenaient aux agences nationales, en particulier en France, en Allemagne et en Italie. À partir de 1998 cependant, un corps unifié des astronautes européens fut créé à la suite d'un nouveau processus de sélection au niveau européen, contribuant à renforcer l'emprise territoriale de l'ESA et à consolider l'identité européenne liée au vol habité : désormais, ne voleraient que des astronautes européens d'origine française, et non plus des spationautes.

Or, il apparaît que cette quête de l'identité européenne de l'astronaute demeure, encore aujourd'hui, le point aveugle de la communication de l'ESA sur le vol habité. En effet, malgré l'ingéniosité et l'efficacité de l'appareil médiatique mobilisé lors des missions européennes, l'image de l'astronaute peine à se délester de son ferment national pour embrasser une reconnaissance à l'échelle européenne, pourtant activement recherchée dans le discours officiel de l'agence comme en témoigne cette déclaration de Simonetta Di Pippo en 2009, lors de l'annonce officielle de la nouvelle sélection d'astronautes européens – elle est alors directrice des vols habités à l'ESA :

I am very proud of the result achieved with this selection. Proud, as a European, of the caliber of the candidates, proud of the organizational efforts made by ESA and in

⁵⁵ Gabriel Szapiro, *L'inbound marketing : selon la stratégie du Sherpa*, Paris, Laffont, 2015, à partir de la théorie du *permission marketing* exprimée dans Seth Godin, *Permission Marketing*, New York, Simon & Schuster, 2007.

⁵⁶ Serge Brunier, « Thomas Pesquet, médiatique VRP d'une mission scientifique contestée », *Le Monde*, 17 février 2017.

particularly by the European Astronaut Centre. This result exceeds our greatest expectations. Not only do we have a group of outstanding astronauts, we also have a representation of European countries that reinforces the support for human spaceflight and exploration in Europe. With the ISS lifetime being considered for an extension to 2020 and beyond, I believe today's selection of six new astronauts shows where Europe stands⁵⁷.

La sélection de 2009 parvient effectivement à valoriser la diversité des profils européens ; on y trouve une femme pilote de chasse italienne, un géophysicien allemand, un commandant de l'armée de l'air britannique, un pilote de ligne français, un ingénieur danois et un pilote d'essai de l'armée de l'air italienne. Militaires, ingénieurs et scientifiques s'associent donc dans un groupe particulièrement soudé malgré la variété des origines, témoignant de l'avènement d'une promotion capable de porter fièrement et efficacement les couleurs et les ambitions du vol habité européen. Pourtant, la bouture ne prend pas, et vol après vol, la popularité de l'astronaute ne parvient pas à excéder les frontières de son pays d'origine. Alors qu'ils furent l'objet d'une véritable fascination à domicile, le britannique Tim Peake et l'italienne Samantha Cristoforetti ne connurent aucune renommée particulière en France, malgré l'attention portée par les communicants de l'PEAC à l'attraction d'internautes autour d'événements inattendus, amusants, capables de « faire le buzz » à grande échelle : ainsi Tim Peake a-t-il couru le marathon de Londres harnaché à son tapis de course, réalisant en sur-place et à 400 kilomètres d'altitude, les 42 kilomètres du parcours en 3 heures, 35 minutes et 21 secondes, le tout sponsorisé par une application de course collaborative et orné d'un drapeau britannique⁵⁸, alors que Samantha Cristoforetti proposait de son côté une visite guidée de l'ISS, avec un arrêt privilégié aux toilettes pour prendre le temps de répondre en images à la question à laquelle tout astronaute a dû se plier un jour ou l'autre lors de ses rencontres avec le grand public⁵⁹. Similairement, le belge Frank de Winne et l'allemand Alexander Gerst ne furent pas particulièrement célébrés à l'échelle européenne pour avoir eu l'honneur de commander la station spatiale internationale, en 2009 et en 2018. La barrière de la langue semblant infranchissable et l'Europe ne disposant pas d'infrastructure orbitale autonome pouvant accueillir et maintenir en vie des humains, l'ESA semble donc confrontée au défi d'un introuvable astronaute européen, peinant à réaliser son unité culturelle dans la juxtaposition d'avatars nationaux.

Le fait national à l'épreuve de la globalisation du vol habité

Evoluant depuis la fin des années 2000 sur une scène médiatique globale et participant lui-même à une entreprise internationale mondiale à travers l'occupation collective et coopérative de l'ISS, l'astronaute oscille donc entre son terreau national et la possibilité d'une visibilité étendue, à l'occasion d'événements particuliers. Parce que la réalité du vol habité est radicalement incommensurable, l'image devient centrale dans le récit de cette expérience, seule capable de

⁵⁷ Agence Spatiale Européenne, Paris, ESA PR 12-2009, « ESA prepares for the next generation of human spaceflight and exploration by recruiting a new class of European astronauts », 20 mai 2009.

⁵⁸ Ian Sample, « Runner's High : Tim Peake Finishes London Marathon in Space », *The Guardian*, 24 avril 2016.

⁵⁹ « International Space Station Bathroom Tour », vidéo publiée sur la chaîne European Space Agency sur la plateforme Youtube, 5 mai 2015, [en ligne], www.youtube.com/watch?v=nPUvzn3CTQc, consulté le 05 avril 2019.

maintenir à terme un effort soutenu en direction d'une relance de l'exploration habitée de l'espace proche. Lorsque le président François Hollande honorait Thomas Pesquet du titre de « meilleur ambassadeur de France dans l'espace⁶⁰ », il désignait précisément l'importance cruciale de la communication pour asseoir la légitimité de l'investissement financier public dans un secteur dont les retombées échappent largement au regard de la société civile. Là où l'exploration physique de la Lune portait en elle-même sa justification par la découverte de nouveaux espaces, renouant par là-même avec une mythologie bien ancrée de l'exploration pionnière des *terra incognita*⁶¹, les enjeux technologiques et scientifiques liés à l'exploitation permanente de l'espace en orbites basses sont plus difficilement identifiables, et dans le pire des cas, apparaissent comme complètement obsolètes. Séduire le public, par ailleurs contribuable, permet alors d'obtenir une justification démocratique à la poursuite de programmes coûteux, évoluant parfois dans des contextes de rigueur budgétaire avérés. Les innombrables photographies de la France métropolitaine et d'outre-mer vue du ciel publiées par l'astronaute français sur son compte twitter participe de ce mouvement : alors que l'important zoom fait disparaître la spécificité de son positionnement orbital – qui laisserait voir la courbure de la Terre et la fine atmosphère qui l'entoure – au profit de simples clichés s'apparentant à des photos aériennes, le choix de présenter jour après jour différentes villes permet de rendre hommage à l'échelon le plus local.

C'est dans cette perspective que l'image véhiculée par les réseaux sociaux s'avère décisive : en suscitant la curiosité du grand public, les agences gagnent en visibilité et à terme, renforcent leur poids politique. D'une vision unidirectionnelle de la relation publique émerge un besoin d'interactivité, satisfait par les multiples communications hebdomadaires avec la Terre, notamment en direction des écoliers et des étudiants, et l'attire des nombreux concours visant à mobiliser la société civile autour de problématiques spatiales. Lors de la mission Proxima, Thomas Pesquet annonçait ainsi le lancement d'un concours d'écriture destiné aux jeunes de moins de 25 ans, dont l'objet était l'invention d'une nouvelle aventure du Petit Prince de Saint-Exupéry, amené à visiter une nouvelle planète et à y faire une « surprenante rencontre⁶². » La pratique du *selfie*, complètement normalisée, procède de la même dynamique, témoignant d'une compréhension parfaite des codes visuels liés aux réseaux sociaux : l'éloge de la personne laisse place au culte de la personnalité ; il s'agit d'être professionnel mais aussi sympathique, éloquent, aimable, profondément humain... ce qui permet peut-être de comprendre la popularité mondiale de l'astronaute canadien Chris Hadfield suite à sa reprise poétique de David Bowie en 2013, entonnant *Space Oddity* simplement accompagné de sa guitare, face à l'immensité⁶³.

⁶⁰ Isabelle Mandraud, « Notre meilleur ambassadeur dans l'espace », *Le Monde*, 16 novembre 2016.

⁶¹ Howard E. McCurdy, *Space and the American Imagination*, Baltimore, États-Unis d'Amérique, The John Hopkins University Press, 2011.

⁶² « Concours d'écriture : raconte-nous la 8^e planète du Petit Prince ! », CNES, 5 janvier 2017, [en ligne] <https://proxima.cnes.fr/fr/concours-decriture-raconte-nous-la-8e-planete-du-petit-prince>, consulté le 03 avril 2019.

⁶³ Charlotte Lytton, « Commander Chris Hadfield : "Performing Space Oddity from the atmosphere gave David Bowie great joy" », *The Telegraph*, 31 octobre 2016.

Au terme de cette étude, il faut noter qu'après l'exploit d'Apollo le vol habité s'est recentré sur l'occupation permanente des orbites terrestres, établissant un abandon temporaire de l'exploration habitée en faveur d'une exploitation plus routinière basée sur le recours aux stations orbitales et l'expérimentation en état de microgravité. La valse des astronautes et cosmonautes envoyés pour des durées variables dans ces microcosmes de métal amorça ainsi une normalisation des missions de vol habité, perdant de leur spectaculaire et de leur exceptionnel au profit d'une admiration plus contenue et d'un renforcement des entreprises de vulgarisation auprès du grand public. Loin de l'attachement émotionnel à l'astronaute entendu comme porte-étendard d'une spécificité nationale dans un contexte de compétition internationale, l'accent semble être mis depuis le milieu des années 1990 sur la concrétisation d'un petit village global où la coopération entre les peuples atteint sa pleine réalisation. Dans cette perspective, l'astronaute embrasse plus que jamais son universalité, réinvestissant pleinement son statut d'envoyé de l'humanité, que ce soit pour rappeler l'importance du défi écologique pour une Terre dont il perçoit plus que tout autre la fragilité ou pour engager les sociétés à soutenir les projets de relance de l'exploration habitée du Système solaire, par un retour sur la Lune ou l'accomplissement du rêve martien.

En définitive, il semble que dans un temps social où la proximité et le partage immédiat de fragments d'existence sont érigés en parangon, communiquer devienne une compétence à part entière de l'astronaute. Alors qu'il était le sujet d'un regard médiatique porté sur lui par les agents de la presse et des relations publiques, il devient peu à peu l'acteur de sa propre mise en image, offrant son temps, son corps et son visage à la possibilité d'une expérience par procuration pour le grand public. Là où les premières générations d'astronautes incarnaient une élite de professionnels envoyés par l'humanité dans un lieu par ailleurs inaccessible au commun des mortels, l'astronaute 2.0. normalise son expérience en s'attachant à démontrer le même, autrement : en multipliant les références communes et les mises en situation semblables à l'expérience terrestre, il balaie l'exceptionnel et édifie à sa place l'illusion d'une proximité qui tend à amoindrir le dépassement de soi qui caractérise pourtant encore l'exploration spatiale.

Anne de Floris

Thèse : « Systèmes automatiques et opérateurs humains dans le vol spatial : la trajectoire européenne, des prémices à la Station Spatiale Internationale », sous la direction de Pascal Griset.