

# La propagande.

## Introduction

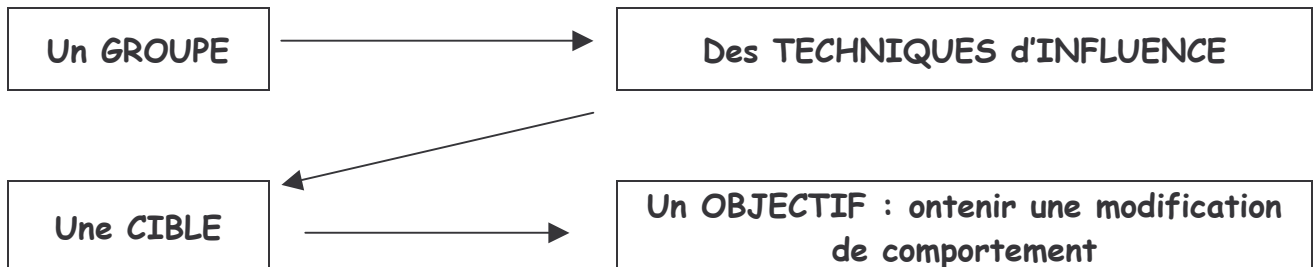
En latin médiéval, le terme *propaganda* signifiait les **choses à propager**. En 1622, le pape Grégoire XV fonda la *Congregatio de Propaganda Fide* (« Congrégation pour la propagation de la foi »), un comité chargé d'observer la propagation du christianisme par les missionnaires envoyés dans les pays non-chrétiens. À l'origine donc le terme n'évoquait pas la propagation d'une information déformée. Le sens politique moderne date de la Première Guerre mondiale, il est généralement péjoratif mais pas toujours.

## MISE EN PERSPECTIVE

---

### Une rapide approche

Un schéma synthétique valable pour la propagande politique :



Le XX<sup>e</sup> siècle apporte :

La concentration urbaine donne naissance au phénomène de la « masse » ; qui plus est celle-ci a perdu des repères : recul de structures traditionnelles (famille, village...), isolement des individus, nouvelles habitudes et nouveaux besoins (loisirs) et nouvelles préoccupations (insécurité de l'emploi, aliénation au travail).

Des techniques renouvelées : la rotative, la publicité, la distribution, les agences, le microphone, ... le cinéma. Même la presse intègre largement l'image : comparaison entre l'illustration (image isolée) et « Vu » (1928) dont le 1<sup>er</sup> n<sup>o</sup> contient plus de 20 épreuves photo !

Des avancées intellectuelles : une réflexion sur l'art et son utilisation ; la psychanalyse et la psychologie ; la sociologie. Exemples : 1895 « Psychologie des foules » par Gustave Le Bon (il y théorise l'usage de l'image pour façonner un comportement).

→ ces 3 bouleversement seront perçus et utilisés par les régimes totalitaire :

**Hitler** : « *l'art de la propagande consiste à être capable d'éveiller l'imagination publique en faisant appel aux sentiments des gens, en trouvant de formulations psychologiques appropriées qui attirent l'attention des masses et touchent les cœur* » (« Mein Kampf », 1924). Son ministre de la propagande, **Goebbels** : « *Nous ne parlons pas pour dire quelque chose mais pour obtenir un certain effet* ». Staline, est conscient des vertus possibles de l'utilisation du cinéma à des fins idéologiques : « *Le cinéma est le plus efficace outil pour l'agitation des masses. Notre seul problème, c'est de savoir tenir cet outil bien en main* ». Mussolini, « *Le cinéma est l'arme la plus forte* »

Patrick Mougnet

## Document Claude Robino « Comment parler aux masses »

## Bon à savoir

La propagande n'est pas l'apanage des régimes totalitaires : par exemple en France, jusqu'aux années trente le terme n'est pas connoté péjorativement (le terme est même revendiqué lors et après la 1<sup>o</sup>GM) mais avec l'apparition du danger communiste et de la menace nazie, le terme connaît un glissement sémantique → « la propagande devient l'information des autres et l'information la propagande de soi » (Alain Dewerpe). Le paradoxe c'est que dans ces années 30 la propagande tente de s'institutionnaliser (1938 Ministère de l'Information et de la Propagande) mais mal... tout en devenant de plus en plus associée aux dictatures ! En gros on va faire de la propagande... mais en le cachant et en cherchant bien à se démarquer des régimes totalitaires.

« La frontière entre l'information et la communication est désormais très floue » (Jacques Gerstlé, SciencePo). Exemple : glissement de De Gaulle (j'informe, je communique avec des instruments traditionnels de la propagande d'état comme l'ORTF) à F. Mitterrand (le communication orale à son sommet !) et Jacques Chirac (interpénétration complexe entre volonté d'informer objectivement et communiquer discrètement).

Sommes-nous dans l'ère de la « propagande douce » ? Oui dans la mesure où cette douceur fait référence à son invisibilité (les citoyens ne le supporteraient plus) et non à son impact.

## Des règles, mais pas de système

Retour aux régimes totalitaires. Un bon propagandiste va utiliser des techniques simples (7 termes) sous des formes multiples et variées :

- SIMPLIFIER : le message doit être simple et les vecteurs facilement compréhensibles. « Ein Reich, Ein Volk, Ein Führer » ; « Croire, obéir, combattre ». Symboles graphiques (croix) et plastiques (salut) ou musicaux...

## **Document Claude Robino « La force du signe »**

- DESIGNER : un ennemi, un bouc-émissaire, un héros, etc.
- DEFIGURER : son ennemi, son adversaire, ses idées. Pas de nuances !!!

L'œuvre maîtresse de l'imagerie raciste engendrée par les nazis, *Der Ewige Jude*, (*Le Juif éternel*) réalisée en 1940 par Fritz Hippler, en est un exemple abouti. Le NSDAP, début 1940, charge Fritz Hippler de réaliser un documentaire -un genre censé enregistrer le réel- de démonstration pédagogique avec pour objectif que « *la haine des juifs n'apparaisse pas comme résultant d'une volonté préétablie par les autorités nazies, mais comme émanant de la réalité même des mœurs et du comportement de ceux qui constituaient l'antirace* ». Le montage (un peu plus d'une heure) développe trois axes : démontrer la spécificité raciale des Juifs par leur physionomie stéréotypée ; insister sur leur mode de vie et leurs coutumes religieuses qui n'ont rien d'occidentales ; montrer que les juifs profitent d'un travail qu'ils ne produisent pas et que par leur présence diffuse mais influente, ils représentent un véritable danger pour la « race » et la civilisation européenne. Un extrait désormais tristement célèbre -repris dans l'adaptation française *Le péril juif* sorti sur les écrans parisiens en 1942- compare de façon explicite le Juif au rat. Un animal qui, au XX<sup>ème</sup> siècle, ne symbolise plus tant les grandes épidémies d'antan, qui cristallisaient peurs et angoisses, qu'un animal nuisible mais intelligent, intrinsèquement porteur du germe de la destruction systématique à son profit... « *Grossissement et défiguration* »... Dans ce cas l'image apparaît bel et bien comme la matrice de l'imaginaire antisémite.

Patrick Mougnet.

## **Document : extrait du « Péril juif ».**

- **ORCHESTRER** : répétition inlassable des thèmes clefs ; mise en scène ; dissimulation ou trucage de ce qui n'est pas « favorable ».

### Document

- **TRANSFUSER** : s'appuyer sur des substrats existants → des vieilles peurs, des vieux bobards, des menseonges rassis, des rancoeurs... mais aussi des mythes fondateurs, des faits de grandeur passée... Exemple : dans « Scipion l'Africain » il s'agit de créer une filiation Rome Antique / Italie fasciste.

### Document : extraits de « Scipion l'Africain »

- **UNANIMITE** et **CONTAMINER** : créer la sensation que ce qui est dit ou fait ne vient pas de l'extérieur mais bien de la « cible ». Exemples : les expressions « le peuple... » ; « Nous allons... ». Utilisation aussi des phénomènes de masse (manifestations par exemple) pour que la ferveur soit contagieuse : la masse, les slogans, la musique.. Créer une atmosphère mystique... Le plus bel exemple : l'œuvre de Léni Riefenstahl et surtout « le triomphe de la volonté »

### Document : extraits du « triomphe de la volonté ».

#### La propagande qui ne dit pas son nom.

L'œuvre de propagande n'assume pas toujours sa fonction. Après le 11 septembre 2001 Hollywood sollicite l'aide de la CIA et du Pentagone : deux films sortis sur les écrans en juillet 2002, *Bad Company* (de Joël Schumacher) et *La Somme de toutes les peurs* (de Phil Alden Robinson), sont le fruit de la collaboration entre Hollywood et les services secrets américains. Chase Brandon, agent au bureau des relations publiques de la CIA, explique -sans rire- quel est son rôle, dans le cadre de cette coopération : « *Je m'occupe d'aider les réalisateurs de télévision, de cinéma et de documentaires qui veulent donner une image juste et impartiale de la CIA . Je réponds à leurs questions, je leur fais visiter nos bureaux, je leur arrange des entretiens et leur apporte tout le soutien logistique possible.* »

Patrick Mougenet

## DANS NOS COURS

---

### Pourquoi travailler sur la propagande ?

*« Que l'image puisse aujourd'hui être lue, décodée dans la classe, est tout simplement un acte d'éducation civique » (JP Gourevitch)*

Nous sommes dans une ère de l'image... De ce fait nous avons une responsabilité d'éducation au regard, dans une dimension civique : analyser et démontrer les mécanismes ; raisonner et exercer son esprit critique. A la convergence de l'histoire, de l'art, de l'éducation à la citoyenneté (« *l'initiation à la lecture de l'image ne relève pas d'un simple apprentissage technique, elle renvoie [...] à une formation méthodologique, à une éducation* » (J. Maréchal))

### Comment travailler sur la propagande ?

Travailler avec les élèves sur les 3 regards :

- Le regard de l'historien interroge le **contexte**
- Le regard du sémiologue interroge le **sens** : symbolique / signifiant / signifié
- Le regard de l'historien de l'art interroge le **style**

Sinon la méthode a déjà été exposée dans la 1<sup>ère</sup> intervention. Un point important : organiser une progression annuelle dans l'apprentissage des mécanismes de la propagande.

## UN EXEMPLE en PREMIERE S (année 2005-2006)

---

### Chapitre n°1 : l'âge industriel

*Mise en place du vocabulaire et des méthodes relatives à l'étude d'images fixes et animées.*

#### **Fresque de Diégo Rivera Extraits des Temps Modernes et des raisins de la colère**

1<sup>ère</sup> approche de la propagande

#### **SODEX Affiches militante de la CGT**

### Chapitre n°2 : la France de 1900 à 1939

*Approfondissement*

#### **L'affrontement politique des années vingt à travers l'affiche politique (étude de cas)**

*La propagande qui dit son nom*

#### **Propagande par le dessins animés dans la 1<sup>ère</sup> GM**

### Chapitre n°3 : les totalitarismes et la 2<sup>o</sup> GM

*Propagande et contre-propagande par l'image*

#### **L'affiche de propagande dans un régime totalitaire.**

*La propagande au cœur des régimes totalitaires*

#### **Travail semi-autonome sur 3 extraits de film et actualités de propagande**

*La propagande, aussi pour les démocraties*

#### **« Blitz Wolf »**

### **Des sources**

---

Pour rédiger cette intervention

- P. Mougnet, Un siècle de propagande par l'image, Eduscope, 2000.
- F D'Almeida, Images et propagande, Castermann/Giunti, 1995.
- L. Gervereau, Un siècle de manipulation par l'image, Somogy, 2000.
- TDC n°889, 2005, la Propagande.

Aller plus loin

**Document : la bibliographie ([www.cinehig.clionautes.org](http://www.cinehig.clionautes.org))**

**Document : la sitographie ([www.cinehig.clionautes.org](http://www.cinehig.clionautes.org))**