

1895

1895. Mille huit cent quatre-vingt-quinze

Revue de l'association française de recherche sur
l'histoire du cinéma

58 | 2009

Varia

Jean-Pierre Bertin-Maghit (dir.), *Une histoire des cinémas de propagande*

Paris, Nouveau Monde, 2008, 816 p.

Alexandre Sumpf



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/1895/3978>

ISBN : 978-2-8218-0986-4

ISSN : 1960-6176

Éditeur

Association française de recherche sur l'histoire du cinéma (AFRHC)

Édition imprimée

Date de publication : 1 octobre 2009

Pagination : 186-194

ISBN : 978-2-913758-59-9

ISSN : 0769-0959

Référence électronique

Alexandre Sumpf, « Jean-Pierre Bertin-Maghit (dir.), *Une histoire des cinémas de propagande* », 1895. *Mille huit cent quatre-vingt-quinze* [En ligne], 58 | 2009, mis en ligne le 01 octobre 2012, consulté le 23 septembre 2019. URL : <http://journals.openedition.org/1895/3978>

Ce document a été généré automatiquement le 23 septembre 2019.

© AFRHC

Jean-Pierre Bertin-Maghit (dir.), *Une histoire des cinémas de propagande*

Paris, Nouveau Monde, 2008, 816 p.

Alexandre Sumpf

RÉFÉRENCE

Jean-Pierre Bertin-Maghit (dir.), *Une histoire des cinémas de propagande*, Paris, Nouveau Monde, 2008, 816 p.

- 1 Traiter des rapports entre cinéma et propagande peut susciter une impression de déjà-lu. Cependant, la réflexion sur les moyens de la propagande demeure assez éclatée, les études consacrées au cinéma cantonnées à quelques territoires bien balisés. Plusieurs disciplines se sont emparées du thème de la propagande, depuis les théories de la communication – dont Edward L. Bernays a été le précurseur dans *Propaganda. Comment manipuler l'opinion en démocratie* (1928) – jusqu'aux sciences politiques, qui interrogent les pratiques au sein des démocraties occidentales, en passant par la sociologie (Serge Tchakhotine, *le Viol des foules par la propagande politique*, 1939) et par l'histoire, avec le canonique *Propagandes* de Jacques Ellul (1962). Les historiens de l'art ont écrit à ce sujet, mais sans vraiment réinscrire « l'art de propagande » dans ses conditions historiques de développement, ni suffisamment mener de comparatisme dans le temps et dans l'espace. Enfin, l'essentiel des travaux s'est concentré sur la production cinématographique des régimes fascistes ou « totalitaires » (URSS, Allemagne nazie, Italie mussolinienne, Espagne franquiste). Le cinéma fabriqué au cours des guerres qui ont donné son rythme au XX^e siècle constitue le second thème privilégié. Après les études sur la Seconde Guerre mondiale, le champ s'enrichit aujourd'hui de celles sur la Grande Guerre, la « Guerre froide » et les guerres de décolonisation, souvent représentées de manière manichéenne au cinéma, s'ouvrent à une vaste analyse comparatiste. C'est le premier mérite de cette *Histoire* collective que de réunir autant d'approches et de champs d'application de la propagande par le film et le cinéma.

- 2 Par propagande, on entend la volonté universelle et l'effort cohérent pour populariser une idéologie, une politique, un produit ; la propagande politique offre comme dimension supplémentaire la mobilisation massive de l'opinion publique à des fins d'action concrète. On cherche l'assentiment plus ou moins volontaire et conscient de la majorité de la population, à une époque où s'invente la politique de masse. Aujourd'hui connoté péjorativement, ce terme fait partie de l'expression *de propaganda fide* : par la notion de diffusion agie, il suggère une foi inscrite dans la durée et organisée de façon hiérarchisée dans l'espace. La propagande signifie au départ un rapport unilatéral entre un prosélyte, convaincu (au moins en apparence) par le message porté, et un public qui est un réceptacle. Enfin, on parle de propagande électorale et de contre-propagande, ce qui implique une dimension de compétition ou même d'affrontement.
- 3 Le XX^e siècle, « court » selon Eric Hobsbawm, est aussi celui, plus long, des guerres – depuis les conflits entre puissances coloniales jusqu'à la guerre du terrorisme et contre lui du XXI^e siècle commençant. C'est aussi le siècle long de l'image animée, qui a connu un premier essor avec l'invention définitive du cinéma en 1895, puis a gagné du terrain avec la télévision, et est aujourd'hui un phénomène de masse par le truchement d'Internet. Le plan de cette *Histoire des cinémas de propagande*, strictement chronologique dans sa progression, délimite quatre époques. La propagande filmée, née à Cuba en 1898 (Emmanuel Vincenot), gagne ses galons lors de la Grande Guerre (Laurent Véray). Pendant l'entre-deux-guerres, elle se développe plutôt en Europe, même si Mathieu Capel étudie le studio japonais Prokino et si Anne Kerlan-Stephens oppose cinéma nationaliste et cinéma « de gauche » en Chine. La Seconde Guerre mondiale voit la propagande sur tous les fronts, y compris intérieurs, avec la France Libre (abordée par Isabelle Flahaut-Domergue). Les années 1950 et 1960, marquées par la « Guerre froide », héritent de l'apogée du cinéma mobilisé entre 1939 et 1945. Au-delà, la télévision prend censément le relais du cinéma dans la bataille pour la diffusion des modes de représentation et des modes de consommation, c'est-à-dire dans la propagande sociale ; mais la propagande politique demeure marginale dans cet inédit flot continu d'images.
- 4 Le cinéma de propagande apparaît au travers de la plupart des articles comme un art assumé du montage. Ainsi que le formule Valérie Pozner dans son texte sur les actualités soviétiques de la Seconde Guerre mondiale, ce cinéma livre une vision du monde par un ordonnancement du discours et de l'image, par le commentaire et la composition, sans cesse modifié par les impératifs de démonstration, de manipulation ou même de censure. Ajoutons que s'il constitue un genre, c'est dans une tension constante : de la fiction imposée au réel, de la confrontation avec le cinéma pédagogique qui délivre ouvertement son message, ou avec les actualités prétendant à la prise directe avec les événements ; c'est aussi dans l'association sans cesse renégociée entre didactisme et suggestion, entre histoire et mythe. Ce genre mêlant éducation, information et reconstitution fictionnelle emprunte au film historique sa mise en perspective tout en lui conférant l'immédiateté de son contexte de réception : est-il avant tout un cinéma de circonstance ? Les œuvres de propagande, une fois leur date de consommation dépassée – après l'instant de la mobilisation et aujourd'hui – sont-elles encore regardables, leur message compréhensible et assimilable ?
- 5 Le cinéma de propagande, qui entend propager un message et façonner la mémoire collective, définit quatre types principaux de films. Il s'agit tout d'abord d'un cinéma de promotion, d'exposition positive des effets de tel ou tel politique, idéologie, régime,

etc., qui anticipe leurs effets. C'est dans cette dimension que la propagande cultive la proximité avec le cinéma éducatif, qui connaît son d'âge d'or dans l'entre-deux-guerres, avant que le parlant triomphe et pousse le conférencier hors de la salle. Commanditée par les différents comités et ministères de la République française, la « propagande sociale » explique sans relâche et plaide pour le progrès (Valérie Vignaux). Les « films d'éducation culturelle » (*kulturfilme*) de l'Allemagne nazie, devenus obligatoires à chaque séance (en 1938), sont le bras armé de la pénétration du cinéma allemand sur le marché des nations occupées (Roel Vandel Winkel). Pendant la guerre d'Algérie, ce cinéma de persuasion révèle une part d'autosuggestion, tant les films destinés aux recrues ou même au public de la métropole masquent la réalité d'une guerre non reconnue, que beaucoup connaissent pourtant (Sébastien Denis). Ce processus était également à l'œuvre, suggère François Albera, dans l'URSS de Staline, où la commande publique, privilégiant la commémoration, s'est substituée au tournant des années 1930 à la commande sociale qui ambitionnait elle de transcrire à l'écran les problèmes contemporains.

- 6 Le cinéma de propagande, quand il se fait art de justification, met en scène un combat. On trouve sous cette bannière tout un pan du cinéma social, de fiction ou documentaire. Aux États-Unis, la misère causée par la Grande Dépression ou la discrimination raciale et ses violences sont dévoilées par les gros plans en caméra subjective, dénoncées par des pancartes-intertitres, marque de fabrique de la (Workers) Film and Photo League (Sylvie Thouard). L'identification de l'adversaire et de son camp structure également les films de guerre, où l'ennemi apparaît toujours de façon hiérarchisée et caricaturale à la fois, grossissement de loupe qui emprunte à la pédagogie autant qu'à la harangue (Jacqueline Nacache). Menace alors le glissement vers un troisième type de cinéma qui dénonce, stigmatise, joue sur la peur de l'autre en insistant sur les stéréotypes nationaux : le Japonais des *cartoons* américains (Sébastien Roffat) ; les valeurs américaines pendant la « Guerre froide » (Sébastien Boatto). Ultime et significatif développement, l'anticommuniste *Operation Abolition* (1960) parfait un discours clos entretenant un rapport volontairement autoritaire avec le spectateur et la matière filmée (Thouard).
- 7 Enfin, le cinéma de propagande est un cinéma d'exemplification qui a pour enjeu le rapport entre le héros et la foule, ou, dans le champ politique, entre le chef et les masses. Si les cas de Hitler, assez fouillé, ou de la tournée filmée de Hiro-Hito après-guerre, peu connu en Occident, n'apparaissent pas dans l'ouvrage, la présence de Staline à l'écran est analysée par Oksana Bulgakowa. Le dictateur met en scène sa propre image par petites touches au moyen d'échos entre scénarios. Le guide monolithique décidant du cours des choses s'oppose non seulement à la pâleur aboulique du personnage secondaire que Lénine devient peu à peu, mais surtout à l'identité constructiviste façonnée par Dziga Vertov dans *Trois chants sur Lénine* ; métaphoriquement, le tracteur représente Staline, l'ampoule électrique Lénine. Les actualités filmées sont avares en images de Staline, qui ne va pas jusqu'à incarner son personnage à l'écran. Le poids qui pèse sur des acteurs professionnels fige littéralement tout jeu. À l'opposé, montre Gianni Haver, Mussolini s'octroie le don d'ubiquité et performe le transformisme : il se fait acteur lui-même, rarissimes sont les fictions qui le représentent. Tout comme Mao ou nombre de dirigeants démocratiques, et à l'inverse de Hitler peut-être, ces personnages apparaissent singulièrement seuls. Seuls non contre tous, un régime, une époque, comme les héros anonymes ou fameux célébrés par

les films de propagande ; seuls, faute qu'ait été inventée au cinéma une relation originale entre tout et partie, discours et action.

- 8 Ce manque d'imagination tient peut-être à la lourdeur de la chaîne de production qui travaille derrière l'écran de propagande. Nombre d'articles de l'ouvrage détaillent utilement les diverses institutions, publiques mais aussi privées, qui ont conçu leur action sociale et leur action propagandiste de concert, endossant la responsabilité de la commandite. La propagande par le cinéma aplanit un obstacle dans l'opinion publique, change la perception des choses pour influencer *in fine* sur leur cours. Sous tous les régimes se produit un double mouvement de restriction (censure) et de redéploiement, dans des proportions bornées par les capacités techniques, la durée d'intervention publique, la conscience de la puissance du cinéma. On doit prendre en compte la position de ceux qui fabriquent les films, qui les conçoivent (réalisateurs, opérateurs, monteurs), les incarnent ou y participent d'une manière ou d'une autre (techniciens, administrateurs des studios). Ce serait là un moyen de distinguer – non entre décideurs et exécutants, censeurs aveugles et artistes complaisants ou résistants, mais entre engagement volontaire et stratégie (progresser dans la hiérarchie interne du métier, y sauver sa place, sa tête), foi et endoctrinement, censure et autocensure. Ces termes opposés, doués de multiples nuances dépendant du contexte et des individus, ne sont pas applicables aux seuls régimes autoritaires : le cas d'*Operation Abolition* éclaire l'engagement acharné des anticomunistes et racistes américains pendant la « Guerre Froide ».
- 9 Lorsque l'on parle de propagande, on oublie parfois d'évaluer son efficacité, ou on établit un rapport simpliste entre un ensemble de facteurs et un ensemble de résultats. Dans le cas du cinéma, avant de se pencher sur l'épineux point de la réception, il faut tenir compte des processus de diffusion et de publicité. La distribution dépend des capacités de mobilisation économique qui dépasse les contraintes techniques et sert le développement des réseaux de projection. Pendant la guerre d'Espagne, le progrès technologique a permis de fabriquer des caméras plus légères filmant sur les lignes mêmes de front. La compétition industrielle autour de l'accompagnement musical, puis du parlant, a elle favorisé certains cinémas nationaux au détriment d'autres. L'investissement financier dans la construction de salles ou dans l'offre en projections ambulantes, privées ou publiques, a aussi pu contribuer à élargir l'audience de tel parti ou de tel régime. Au cours de la Seconde Guerre mondiale, la mobilisation économique des grandes nations belligérantes a stimulé autant la production que l'extension maximale des champs de réception, visant en priorité marchés intérieurs et pays neutres, telle la Suisse.
- 10 La diffusion des films de propagande n'a pas été conçue sans publicité. Cet aspect trop rarement analysé aurait pu constituer l'un des thèmes privilégiés de l'ouvrage. Cela dit, on le retrouve abondamment, ce n'est pas un hasard, dans l'iconographie proposée. Les affiches, pages de journaux, photos de tournage ayant dû servir à la promotion des films, réunies ici sans système, autorisent quelques hypothèses. Il serait ainsi intéressant de se demander si les affiches de films de propagande possèdent leurs propres codes esthétiques et pédagogiques ; si elles empruntent à l'affiche de propagande politique comme cela paraît le cas en Allemagne nazie ; si elles attirent le spectateur en voilant ou en dévoilant la nature propagandiste du film. Les publicités dans les journaux (ici, japonais) non spécialisés frappent par la réduction de leur taille et du propos à quelques slogans qui rappellent les techniques d'agitation. Les clichés,

hétéroclites par leur origine (photos de techniciens en tournage ou d'acteurs, jouant leur rôle ou non), se focalisent sur les hommes et peu sur l'espace filmé, sur les personnages et non sur les armes/outils, sur les visages en oubliant gestes et corps. Sont-ce des photos de propagande, juste parce qu'elles font la promotion du cinéma de propagande ? Ou existe-t-il, là encore, des photographies ou des photomontages qui participent du message propagé ?

- 11 Le dernier pan d'une histoire des films de propagande doit examiner leur réception. On peut tout d'abord tenter de quantifier la fréquentation par le public, mais on se heurte à plusieurs biais importants. En premier lieu, l'identification d'un film comme *de* propagande agira-t-elle nécessairement comme répulsif ? Ce serait estimer de manière illusoire que la propagande flotte au-dessus de l'époque et des sociétés sans y plonger de profondes racines. En second lieu, les statistiques de ce type visent le chiffre maximal, ne s'embarrassant ni des approximations, ni de l'éventualité d'un visionnage multiple par la même personne. Le succès d'un film, sur le moment et dans la durée, dépend de la répétition dans l'espace (nombre de salles) et dans le temps (nombre de projections, de semaines à l'affiche). Les exemples cités, quelle que soit la nature du régime, dévoilent de manière récurrente des spectateurs captifs du film : par manque de choix, par organisation de séances spécifiques pour les scolaires, les ouvriers, les soldats, etc., par volonté de comprendre les événements en cours. Il en découle, selon Matthias Steinle, l'ennui du public de la RDA, prêt par contrecoup à consommer avidement n'importe quelle image émise de l'Ouest, parée des couleurs de l'inutilité et de l'absence de sens. Pour les jeunes conscrits catapultés en Algérie, cette captivité fabrique de l'aveuglement et tourne à l'autosuggestion dans un contexte plutôt traumatique. Les outils de l'étude du spectateur d'époque permettraient sans doute d'affiner l'évaluation du rôle du cinéma de propagande dans la promotion des idéologies, des régimes ou des partis.
- 12 Dans cette *Histoire*, trente chercheurs d'horizons différents traitent des cinémas de propagande en Europe, en Amérique du Nord et Latine, ou en Asie, mais on regrette l'absence de l'Inde, géant cinématographique et foyer de luttes politiques ; la marginalité de l'Afrique, éternel muet de l'histoire du cinéma ; le traitement incomplet des guerres de décolonisation, qui auraient mérité d'être abordées de deux points de vue opposés. Ces trous, qu'on ne saurait reprocher aux auteurs, dévoilent en fait les limites de la recherche actuelle et ses horizons futurs. Cependant, la succession quasi linéaire des études, la redondance des titres de parties, l'absence d'introductions dégageant ruptures ou lignes de continuité, le choix des années 1960 comme limite, révèlent un problème de plan. Si la télévision connaît son développement à compter des années 1950 dans les pays les plus avancés économiquement, c'est avant tout aux États-Unis et en Grande-Bretagne. Il faut attendre la fin des années 1970 pour que le téléviseur fasse partie du quotidien des Français – même si l'influence de ce média ne dépend pas forcément de sa présence effective, témoin l'usage qui en a été fait par de Gaulle (Sylvie Lindeperg). À la télévision, la retransmission abolit le temps et l'espace en frappant les esprits par le direct, avant de préférer la mise en scène dans un contexte de consommation immédiate, de recouvrement permanent des images, où la dimension de l'événement dépend parfois moins de ce qui arrive que du fait que cela soit retransmis.
- 13 On se prive donc d'une comparaison intéressante, aussi fructueuse que celle que l'on aurait pu mener avec la radiodiffusion dans l'entre-deux-guerres et pendant la Seconde

Guerre mondiale. Surtout, une approche chronologique gagne toujours à varier les échelles en proposant des moments charnières. On s'étonne ainsi de l'absence du Procès de Nuremberg dans l'ouvrage, alors que plusieurs travaux récents, dont ceux de Christian Delage, auraient pu y trouver leur place. En ce mitan du siècle s'articulent le passé et le futur de la propagande internationale, là s'élabore un bilan filmé non seulement de la guerre à peine achevée, mais surtout des régimes qui ont placé les masses au cœur de leur politique.

- 14 Un plan structuré autour d'ensembles régionaux ou tentant de réunir des espaces politiques était-il imaginable ? On aurait retravaillé des notions données *a priori*, comme le cinéma « de l'Est » ou le cinéma de gauche/progressiste. On aurait croisé les analyses autour de la représentation d'un événement – telle la guerre d'Espagne, véritable forum des cinémas de propagande allemand, italien, soviétique et même américain (Vicente Sanchez Biosca). On y aurait gagné une perception plus hiérarchisée des influences croisées, de l'originalité des pratiques nationales (tradition britannique du documentaire, cf. James Chapman ; actualités de guerre comme lieu de formation pour les générations de cinéastes soviétiques, cf. Valérie Pozner) et de la vigueur des courants transnationaux. Ici se dessine par exemple le rôle joué dans l'entre-deux-guerres par la projection des films de fiction soviétiques. Souvent interdits du fait de leur identification *a priori* comme films de propagande, ils ont rassemblé dans la France du Front populaire (Bert Hogenkamp), en Chine, à Cuba ou dans l'Amérique de Roosevelt un public spécifique lors de séances souvent privées et quasi gratuites. Des cinéphiles, des citoyens, engagés dans des mouvements progressistes, ont ainsi pu structurer leur critique de la société autour de critères esthétiques. En revanche, cette influence paraît limitée dans l'Espagne républicaine, et presque hors sujet dans le Cuba de Castro, alors que *le Cuirassé Potemkine* avait tant marqué les années 1930 dans l'île.
- 15 La perception du cinéma de propagande souffre surtout de l'équivalence automatique opérée avec le cinéma dit totalitaire, dont les études fleurissent sans totalement satisfaire. Jérôme Bimbenet distingue ainsi le cinéma nazi, « œuvre d'art totale » d'un régime qui se projette en permanence dans l'imaginaire national, du cinéma soviétique qui, trop didactique, serait moins efficace politiquement et doué esthétiquement. Sans critère clair de comparaison, on aboutit à définir un degré de pureté totalitaire déconnecté de l'intention et de la réception. Ici, il aurait peut-être mieux valu placer la focale sur la notion de totalité. Tout n'est-il que propagande, universelle et systématique, tout n'est-il que représentation ou que spectacle en régime autoritaire ? La propagande sociale du cinéma commercial des nations démocratiques ne propose-t-elle pas elle aussi un modèle de société globalisant, est-elle nécessairement moins politique et plus libre que son concurrent des nations dictatoriales ?
- 16 Un plan d'ouvrage par enjeux aurait sans doute été le plus opératoire, surtout couplé à une interrogation sur la nature propagandiste du cinéma. En effet, au-delà de la coïncidence entre naissance du cinéma et invention de la politique de masse, sur laquelle se fonde cette *Histoire*, la propagande imprègne le septième art, influe sur son organisation et y crée même des formes. Sans parler des genres convenus que sont le cinéma politique, engagé, à thèse – toutes qualifications s'appliquant à d'autres arts, en particulier au théâtre – on est susceptible de trouver de la propagande un peu partout. Une œuvre romantique comme *Casablanca*, des comédies comme *le Dictateur* ou comme *la Maison de la rue Troubnaïa*, les dessins animés ou films d'animation proposant aux enfants modèles et leçons, façonnant leur vision du monde, peuvent porter un message

de propagande. Toute analyse d'un cinéma de propagande doit ainsi se fonder sur la constitution d'un corpus de films cohérent, établi selon des critères clairs. La propagande, diffuse, s'empare du cinéma, convertit ses genres à sa cause, utilise pleinement ses infinies possibilités, repousse ses limites en refusant de ne pas représenter – quels que soient l'époque, les régimes, les nations.

- 17 Comment regarder les œuvres de propagande aujourd'hui, les identifie-t-on aisément ? C'est l'un des enjeux du visionnage du dvd joint à cette *Histoire*, initiative qui tend à se généraliser dans ce type d'ouvrages. Les quatre heures de films ne correspondent pas toujours aux envies suscitées par la lecture, mais livrent toutefois d'intéressants documents autorisant les parallèles. Ainsi de la manipulation des images à Cuba en 1898, dans la France occupée (*Libre Amérique !* 1942) ou aux États-Unis dans *Operation Abolition* et son contre-feu *Operation Correction*, illustrant la puissance du montage et le rôle crucial du commentaire. Ainsi de la propagande de Vichy pour le retour à la terre dans les dessins animés *Callisto petite nymphe de Diane* (J. Cavaignac, 1943), *Cigalon chez les fourmis* (P. Bourgeon, 1942) et dans le *Renaître* de Jean Benoit-Lévy (1942) qui « passe » plutôt bien, quoique datée. Ainsi de la représentation de la guerre et du rôle du soldat en particulier dans *Pour la Victoire* (1916), *Face au bolchevisme* (1941) et *Képi bleu* (1957). La guerre est signifiée par les canons et les ruines pendant la Grande Guerre, par le combat en prise directe avec tanks et avions pendant la Seconde Guerre mondiale (vue par les Allemands), mais reste souterraine dans les images françaises d'Algérie. Le soldat parade, travaille et se détend ; avance inexorablement pour libérer la population est-européenne du joug soviétique ; poursuit comme si de rien n'était l'œuvre de civilisation française en Algérie. La guerre, ouverte et conquérante ou implicite et culturelle, semble aller de soi, ses objectifs apparaissent clairs et justes, ses modes opératoires évidents et leurs conséquences inévitables. Sous couvert de proposer des images, on impose une vision. Cela devient de la propagande lorsqu'un ensemble de structures de production (dont fait partie le cinéaste) et de procédés de diffusion (dont la propagande de la propagande) dirigent l'œil de la caméra et celui des spectateurs dans la même direction, aveuglant un hors-champ où réside en fait la signification profonde de ce qui est projeté sur l'écran.