Sébastien SAUR, *Signal et l'Union soviétique. Édition
française de Signal, 1940-1944*

Parçay-sur-Vienne, Éd. Anovi, 2003, 160 p., 40 photos.

Gérald Arboit

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/6305>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.6305

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2004

Pagination : 406-408

ISBN : 978-2-86480-848-0

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Gérald Arboit, « Sébastien SAUR, *Signal et l'Union soviétique. Édition française de Signal, 1940-1944* », *Questions de communication* [En ligne], 6 | 2004, mis en ligne le 29 mai 2012, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/6305> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.6305>

l'écriture symbolique des formes se prête aux manifestations de l'art pur comme aux schématisations de l'art utilitaire » (p. 121). Questionner la pratique et l'idée de *design*, c'est aussi interroger des politiques qui proposent des formes nouvelles de la communauté autour de certaines institutions ou équipements. De la sorte, on rejoint une réflexion sur les langages publicitaires et propagandistes : Jacques Rancière expose en quoi une même idée du type et du symbole abrégiate unit la forme idéale et l'icône publicitaire (pp. 114-118).

Le propos est fort stimulant et, si on adopte une focale élargie, il intéresse aussi la communauté des chercheurs en sciences sociales autour de l'usage des matériaux d'analyse, et cela de deux façons au moins. D'abord, on reconnaît aujourd'hui davantage les supports autres que l'archive ou l'entretien comme sources de plein droit – on peut penser à Jean-Paul Terrenoire (« Images et sciences sociales : l'objet et l'outil », *Revue française de sociologie*, XXVI, 1985, pp. 509-527), et à Annie Duprat (« Le roi, la chasse et le parapluie ou comment l'historien fait parler les images », *Genèses*, 27, 1997, pp. 109-123). Le premier texte du recueil aborde cette question du sens des images, en revenant sur la césure de Roland Barthes entre le *punctum*, effet pathique immédiat, et le *studium*, les renseignements que transmet la photographie et les significations qu'elle accueille. On sait avec Elisabeth Edwards que l'iconographie constitue un vecteur permettant de « s'immerger dans la culture, autant la culture représentée que celle qui la représente » (*Anthropology and Photography, 1860-1920*, New Haven-London, Yale University Press, 1992, p. 14). C'est cette hypothèse, selon laquelle les documents visuels méritent d'être considérés à la fois comme une émanation du réel et comme le reflet d'une représentation intellectuelle préexistante, qui s'avère féconde pour « penser avec les yeux », selon l'appel lancé par Sylvain Maresca (*La photographie. Un miroir des sciences sociales*, Paris, Éd. L'Harmattan, 1996, p. 14). Jacques Rancière nous montre avec force que ces supports – pas plus que les écrits – ne sont pas neutres et permettent de croiser les points de vue

des « dominants » et des « dominés » – thème cher à l'auteur prônant inlassablement l'émancipation. Ensuite, une question de taille porte précisément sur la problématique de la diffusion. Elle a été soulevée de façon aiguë par Roger Chartier dans *Les origines culturelles de la Révolution française* (Paris, Éd. du Seuil, 1990) quant à la « littérature grise » du XVIII^e siècle, et vaut autant pour les images. Sur ce plan, Jacques Rancière remet en perspective les formes publicitaires et industrielles, en même temps qu'il nous éclaire sur les changements de statut des différents supports, plus ou moins légitimes dans un contexte toujours historiquement situé. Il met en garde contre l'insistance contemporaine à vouloir distinguer la forme pure de la mauvaise image à partir du mode même de sa production matérielle, en introduisant une sorte de hiérarchie, par exemple entre peinture, photographie et télévision (p. 17), et souligne à travers Mallarmé et Behrens que ce peut être « le même artiste qui fait des tableaux abstraits et des affiches utilitaires et qui, dans l'un et l'autre cas, travaille identiquement à construire des formes nouvelles de la vie » (p. 121).

On salue ainsi la richesse du recueil et son intérêt pour un public vaste, même si un petit regret de forme doit être soulevé : le texte aurait mérité une relecture plus approfondie par l'éditeur. Si l'ouvrage est de facture claire et agréable, il recèle des coquilles en nombre parfois gênant. Mais on n'en fera pas cas à cette publication qui rend accessibles quelques belles pages de Jacques Rancière disséminées jusque-là.

Philippe Hamman

CNRS/CRESS, université Strasbourg 2

GSPE, IEP Strasbourg

ph.hamman@wanadoo.fr

Sébastien SAUR, *Signal et l'Union soviétique. Édition française de Signal, 1940-1944*.

Parçay-sur-Vienne, Éd. Anovi, 2003,
160 p., 40 photos.

D'un strict point de vue communicationnel, la Seconde Guerre mondiale a été marquée par le rôle accru accordé à la propagande, tant par les démocraties que par les pays

totalitaires. Dans cette bataille de l'information qui opposa l'Allemagne aux Alliés et qui consacra la radio comme média dominant, un magazine reste emblématique de cette période, *Signal*. Ce bimensuel, fondé en avril 1940, s'impose par la qualité de ses photographies. Il intègre les préceptes des journaux dont il s'inspire, l'américain *Life* ou le français *Match*, pour mieux les surpasser. Dépassant le tabou qui semble avoir marqué cette revue depuis cinquante ans, un étudiant strasbourgeois, Sébastien Saur, a choisi d'en faire son sujet de mémoire de maîtrise d'histoire en 2002, dont une version adaptée est publiée un an plus tard.

Il fonde ses analyses sur l'édition française, l'une des vingt-six de cette revue « vitrine » de l'armée allemande, même si elle n'est d'abord que l'édition illustrée du *Berliner Zeitung*, confisqué à la famille Ullstein en 1937. Ce point de vue permet de montrer la subtilité des mises en page de *Signal*. Chaque édition linguistique n'est que la traduction fidèle de l'édition allemande. Mais il arrive que des sujets d'ordre national soient présentés. Sébastien Saur en pointe deux en septembre 1943 : la couverture française substitue aux soldats de Vlassov deux Luchonaises en costumes folkloriques, destinées à soutenir la *Révolution nationale*, tandis que l'édition bulgare présente un portrait du roi Boris II, décédé le mois précédent. Là réside l'intelligence de *Signal*, revue de propagande allemande, mais en prise directe avec un lectorat international. Son propos porte sur la couverture de l'Union soviétique, tour à tour alliée puis cible du Reich. Cet angle d'étude n'est pas le moins intéressant. Il montre utilement le malaise éprouvé par cet organe de propagande à traiter l'ennemi idéologique en allié militaire, puis son revirement, dès juin 1941, pour le présenter comme le troisième « vilain de la pièce », selon la formule de l'autre historien de *Signal*, Jeffrey Alan Hanson (*Signal : a Study in German Propagand of the Second World War*, Amherst, University of Massachusetts, 1978). Pour Sébastien Saur, ce revirement idéologique montre

bien le rapport structurel existant entre la direction de la revue et l'état-major allemand. Ce lien permet d'ailleurs à *Signal* d'obtenir les plus belles photos prises par ses photographes intégrés dans les *Propaganda Kompanien* des armées. Les interrogations de l'auteur portent beaucoup sur ces images, leur signification et leur scénarisation.

Ainsi Sébastien Saur montre-t-il la difficulté pour tout organe de presse, même dévolu à la propagande, de rendre compte de la réalité de guerre. L'ouverture des hostilités à l'Est atteste combien les délais entre la transmission des photos et leur parution peuvent vite rendre caduque l'information qu'elles représentent. Les retards de publication durent jusqu'en juillet 1941. Les déboires militaires imposent de montrer une Wehrmacht victorieuse alors qu'elle recule. Les interrogations des journalistes sur l'issue de la campagne transparaissent. Ces derniers utilisent les ressorts de la propagande, reprenant à l'encontre des Russes les accusations de crimes que les Britanniques avaient forgées contre l'Allemagne en 1915. Tout le système de propagande est patiemment expliqué, de l'embrigadement de la météo (p. 61) à la stigmatisation de la société soviétique pour mieux présenter l'œuvre libératrice de l'armée allemande, la collaboration qui en découle, l'action de l'Organisation Todt... À partir de mai 1943, *Signal* présente une version politisée de la guerre : le recul des troupes allemandes ne peut plus être nié. Aussi la revue adopte-t-elle un angle plus international, faisant émerger un concept à la vie longue, le « rideau de fer ». Le risque de la troisième guerre est évoqué à travers un article traitant d'une communication du vice-président américain Wallace (p. 108). Cette évolution discursive est concomitante d'un autre changement, négligé jusque-là : le racisme et l'antisémitisme inhérents au régime nazi. Une lecture superficielle de cette dernière tend à donner l'impression de leur absence. Mais cette idée ne résiste pas à l'examen de Sébastien Saur, faisant apparaître un magazine fortement teinté

de racisme, progressivement supplanté par un antisémitisme de moins en moins dissimulé à mesure que l'issue de la guerre devient plus claire. Si le premier aspect est évident dans la guerre à l'Est, notamment dans la présentation des bolcheviques rejetés comme non européens, la question juive n'est pas évoquée avant la fin 1943, voire le début de 1944, et encore systématiquement liée à la question communiste.

En somme, Sébastien Saur offre une bonne étude de cette revue de propagande, dont l'adhésion évidente au mot d'ordre nazi semble être liée à l'évolution interne du régime suite à l'accumulation de défaites. De très beaux exemples de l'iconographie de *Signal* accompagnent ce travail qui annonce de futures recherches sur la structure de la revue. On déplore simplement quelques erreurs historiques (par exemple, p. 22, sur l'exploitation de la guerre de Crimée pour justifier le pacte germano-soviétique) et typographiques (les annexes signalées dans les notes infrapaginales manquent).

Gérald Arboit

CÉRIME, Strasbourg 3

Gerald.Arboit@urs.u-strasbg.fr

Bernard SCHIELE, Réal JANTZEN, dirs, *Les territoires de la culture scientifique*.

Lyon/Montréal, Presses universitaires de Lyon/Presses universitaires de Montréal, coll. Muséologies, 2003, 314 p.

L'ouvrage rassemble les conférences qui ont été données à la Cité des Sciences à Paris en décembre 2000, dans le cadre du séminaire international « Les nouveaux territoires de la culture scientifique et technologique ». Les intervenants étaient aussi bien des spécialistes de la culture scientifique ou de la vulgarisation que des muséologues, des sociologues ou bien sûr des acteurs de la culture scientifique. On peut citer John D. Miller, Brian Trench, Yves Gingras ou Jean Audouze. Trois domaines sont couverts par les contributions : après un examen des territoires qui se sont récemment ouverts à la culture scientifique, en particulier grâce à l'internet, les relations entre ce champ et les systèmes éducatifs sont étudiées, avant que la culture

scientifique ne soit envisagée du point de vue des problématiques qui la sous-tendent et des dangers qui la guettent, liés – entre autres facteurs – à la sphère économique.

L'émergence des technologies de l'information et de la communication (TIC), et particulièrement de l'internet, a ouvert des perspectives à la communication scientifique. Au-delà de la création d'un nouveau support qui pouvait l'accueillir, d'autres enjeux sont apparus : économiquement et commercialement, la question de l'accès aux données est devenue cruciale, notamment en ce qui concerne la communication entre scientifiques, dont le mode même de fonctionnement a été modifié et qui court le risque d'être prise en otage par des préoccupations marchandes. Par ailleurs, même s'il faut tenir compte des inégalités sociales et géographiques d'accès à l'outil, les questions liées à la quantité et à la qualité des données rendues accessibles par l'internet se posent et elles conduisent à une redéfinition du rôle du journaliste scientifique. En plus de son activité habituelle d'enquête et de vulgarisation, celui-ci devient un médiateur et doit permettre au lecteur de se repérer dans la masse des données accessibles. Ainsi, au-delà de la production d'informations, s'agit-il pour le journaliste de baliser le terrain pour l'utilisateur d'internet, de lui donner des points de repère. Par exemple, un intervenant propose une typologie des sites web en rapport avec les sciences, du site d'éducation populaire au site éditant des périodiques scientifiques. Un autre enjeu réside en la privatisation de la communication scientifique qui, échappant aux scientifiques eux-mêmes, passe entre les mains de spécialistes de la communication et des relations publiques, ayant pour tâche de vanter les mérites d'une institution, d'un laboratoire.

Depuis plus longtemps et plus régulièrement, des enquêtes ont été menées en Amérique du Nord sur la culture scientifique, la perception et la compréhension de la science par le public. Publiés par la National Science Foundation, les *Science and Engineering Indicators*