Christian DELPORTE, *Une histoire de la séduction politique*

Paris, Flammarion, coll. Flammarion histoire, 2011, 384 p.

Alexandre Eyries

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7009>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.7009

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2012

Pagination : 348-350

ISBN : 978-2-8143-0130-6

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Alexandre Eyries, « Christian DELPORTE, *Une histoire de la séduction politique* », *Questions de communication* [En ligne], 22 | 2012, mis en ligne le 08 janvier 2013, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7009>

collaborationnistes (pp. 49-162). Cette unité a été créée le 8 juillet 1941 avec l'accord de Philippe Pétain et d'Adolf Hitler pour devenir le 638^e régiment d'infanterie de la *Wehrmacht* sous les ordres du colonel Roger Labonne. L'instruction des volontaires avait lieu dans le camp de Deba, en Pologne. Ces soldats, obligés de porter l'uniforme allemand et de prêter serment à Adolf Hitler, étaient déployés sur le front de l'Est devant les portes de Moscou. Selon l'auteur, malgré un certain nombre de décorations attribuées aux légionnaires, cette mission se solde par un échec en raison des pertes importantes et des modestes résultats obtenus. Krisztian Bene présente plusieurs unités militaires comme la Légion tricolore (p. 167) et la Phalange africaine (p. 179) dont l'importance est plutôt symbolique étant donné leur rôle militaire mineur. Il s'attarde longuement sur la Milice française qui devient « l'armée de la guerre civile » et ainsi l'organisation la plus haïe de l'histoire française à cause de sa participation active aux représailles menées contre les membres de la Résistance. L'auteur décrit les origines, la composition sociale, l'organisation, les activités et la disparition de cette organisation (pp. 195-240).

Une autre partie traite de l'histoire des volontaires français servant dans les rangs de la *Waffen-SS*. Le haut-commandement allemand recrute un grand nombre de Français (à partir de 1943), qui optent avec un certain enthousiasme pour le service dans cette organisation militaire allemande, réputée à l'époque. L'auteur décrit le recrutement, l'instruction (surtout en Alsace) et l'utilisation de ces recrues qui combattent en Galicie et en Poméranie (début 1945). Quelques survivants participeront encore à la défense de Berlin, jusqu'à l'effondrement du III^e Reich. Krisztian Bene donne encore une présentation générale d'unités de second ordre ou de soutien à l'effort de guerre, comme le *Nationalsozialistische Kraftfahrkorps*, la *Kriegsmarine*, l'Organisation Todt, la division Brandenburg, la DCA ferroviaire et le *Bezen Perrot*, dans lesquelles sont engagés plusieurs milliers de Français.

Les derniers chapitres (pp. 359-386) sont consacrés aux années d'après-guerre, plutôt difficiles pour les survivants de ces formations (mais combien sont-ils ? On ne dispose pas de chiffres). D'une part, ils subissent les épreuves de l'épuration sauvage lors de la Libération, qui entraîne l'exécution sommaire de nombreuses personnes, surtout des membres de la Milice. D'autre part, ils doivent faire face à l'épuration légale effectuée par les autorités : des centaines d'exécutions, des milliers de prisonniers. Les Conventions de Genève sont loin d'être respectées. Mais on apprend avec

surprise que les autorités offrent aux détenus la possibilité de se racheter en servant dans les rangs du Bataillon d'infanterie légère d'outre-mer (le BILOM) en Indochine : une possibilité réelle pour les « déclassés » de réintégrer la société française.

Le texte est complété par une série de biographies sommaires (pp. 393-425) comme celles d'Otto Abetz, de Charles Maurras ou de Georges Suarez, d'un index (pp. 577-587), d'une quinzaine de plans ou de cartes (comme celle qui montre la progression des bataillons français dans l'opération « Maroc », dans la région de Minsk (!) en février-mars 1944, p. 146), douze pages d'illustrations (philatélie, uniformologie, vexillologie) dont la plupart en couleurs – celle de couverture retient l'attention : il s'agit d'une affiche de propagande, en marron, rouge et bleu : « Sous les plis du drapeau – La L.V.F., Légion des Volontaires Français, combat pour l'Europe ». De nombreuses annexes (45, pp. 427-459), exceptionnellement riches, contenant par exemple les statuts et les conditions d'engagement dans la Légion tricolore, ou ceux de la Phalange africaine, des organigrammes, des listes de noms et d'armes pour les unités concernées, des lettres..., ainsi qu'une douzaine de pages de bibliographie venant compléter cet ouvrage.

En somme, c'est une synthèse approfondie et bien documentée, une lecture enrichissante – et la nationalité de l'auteur ne peut que piquer la curiosité du lecteur qui s'intéresse à l'histoire de France et à la mémoire par le truchement d'un point de vue hongrois qui, cependant, s'efface à force de volonté objective.

Catherine Gravet

Université de Mons, Belgique
Catherine.gravet@umons.ac.be

Christian DELPORTE, *Une histoire de la séduction politique*. Paris, Flammarion, coll. Flammarion histoire, 2011, 384 p.

L'ouvrage de Christian Delporte s'intéresse à l'histoire de la politique française et internationale (qui est liée au paraître et à la mise en scène de soi-même dans l'espace public) sous l'angle spécifique de la séduction dont les responsables politiques ont bien compris qu'elle constituait une nouvelle – et ô combien importante – corde à leur arc. Professeur à l'université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines et spécialiste de l'histoire des médias et de la communication politique, Christian Delporte invite à un voyage au pays des séducteurs et charmeurs de tous bords, qui usent de stratégies pour conquérir le pouvoir, pour l'exercer ou pour le conserver. Dans l'avant-propos,

l'auteur cite une déclaration de Romain Gary à propos du général de Gaulle qui apparaît, outre comme un personnage historique et un chef de guerre, comme un grand séducteur politique : « Il m'a toujours paru que le Général de Gaulle était beaucoup moins la statue du Commandeur que Dom Juan dans ses rapports avec l'auditoire, avec le public et avec les foules. Il avait l'art de séduire et en avait besoin [...]. Il suffisait [...] de voir les efforts qu'il déployait pour plaire à l'assistance » (p. 7). En effet, toute personne qui exerce des responsabilités électives locales ou nationales « applique à la politique son expérience patentée de séducteur » (p. 8) et met en scène sa propre image publique pour s'attirer les faveurs de l'opinion et conquérir son électorat. C'est lui-même que le personnage politique donne à voir et à entendre ; c'est de lui-même qu'il assure la promotion : tout « comme Dom Juan, l'homme politique joue sur l'attractivité du personnage qu'il s'est construit » (*ibid.*).

C'est en historien aguerri que Christian Delporte analyse les rapports féconds de la politique et de la séduction, et se propose d'« en suivre les manifestations, les effets et les métamorphoses depuis l'Antiquité » (p. 9). La séduction politique « porte en elle le caractère d'une irrésistible attraction et d'un rapport de domination redoutable pour celle ou celui qui est séduit(e) » (*ibid.*). Pour captiver son auditoire, l'homme politique met en avant ses qualités physiques, l'harmonie de son visage, l'élégance de sa silhouette, la vitalité de son allure. La séduction est inséparable des stratégies déployées pour capter les faveurs du peuple. À partir du milieu du ^{xx}e siècle, « la politique devenant un spectacle » (p. 14), l'homme politique devient une image parmi d'autres qui, par le jeu de la séduction, espère devenir une icône. Par son angle d'attaque original, ce livre invite à interroger « sur le fonctionnement politique des sociétés et sur le rapport particulier que les gouvernés entretiennent avec leurs gouvernants » (p. 16).

Dans le second chapitre de l'ouvrage consacré aux « Héros adulés », le chercheur évoque « la fascination exercée par Jean Jaurès sur la foule qui se presse, l'acclame, boit ses paroles, mais aussi la manière dont l'orateur la fait vibrer » (p. 63). Jean Jaurès est un orateur si redouté que les hommes politiques renoncent à prendre la parole après lui, de peur de se ridiculiser. Son magnétisme a des effets divers : il fascine autant ses auditeurs qu'il terrorise ses détracteurs.

Dans le chapitre 5 (« Plaire : le tournant Kennedy »), la figure du séducteur politique évolue à partir de l'accession au pouvoir – en janvier 1961 – du nouveau président américain, John F. Kennedy qui connaît une fortune dépassant les frontières de

la politique et comparable à celle d'une star de cinéma. Précurseur dans bien des domaines, John F. Kennedy s'est saisi « de la télévision comme [d'] un outil de conquête de l'opinion, [il] semble avoir inventé un nouveau mode de séduction politique : la "séduction cathodique" » (p. 118). Sa conquête du pouvoir n'a pourtant été ni évidente, ni immédiate. Il a d'abord dû affronter l'indifférence de petites salles de réunion où un public restreint l'écoutait d'une oreille distraite et les regards hostiles et menaçants lui indiquant qu'il n'était pas le bienvenu. Sa campagne difficile prend une autre dimension lors du débat télévisé qui oppose « un Nixon blafard, mal à l'aise, à un Kennedy bronzé, resplendissant » (p. 123). Lors de ce débat, John F. Kennedy, en résistant à Richard Nixon, « en se montrant solide face à ses assauts, [...] gagne la crédibilité qui lui manquait et, surtout, donne l'indispensable confiance qui va enthousiasmer ses partisans » (*ibid.*). John F. Kennedy a construit son succès en devenant un véritable « média-séducteur ». Lors de la campagne, il met à disposition des journalistes une abondante documentation, les textes de ses discours transcrits, des machines à écrire et des Ronéo, un car spécialement aménagé, et fait installer dans les hôtels une salle de presse avec des lignes téléphoniques et télégraphiques. Ajouté aux petites attentions qu'il leur réserve, ceci lui attire la sympathie des journalistes : « Il connaît chaque journaliste, les appelle souvent par leur prénom, prend des nouvelles de leur famille, fait mine de leur demander conseil. Il sait aussi manier les petits gestes complices, leur empruntant un peigne ou un stylo, échangeant avec eux une confiserie contre une tablette de chocolat » (p. 126). Mais, son véritable coup de génie est de décider que les conférences de presse seraient désormais télévisées et diffusées en direct : « Kennedy maîtrise parfaitement la télévision et en connaît la finalité : produire du spectacle. Les Américains aiment les shows et la conférence en est un, avec, pour vedette, "Jack", qui donne du rythme à l'émission, tour à tour grave, brillant, drôle, toujours à son avantage » (p. 127). Dans son entreprise de séduction, John Kennedy n'oublie pas les intellectuels et les artistes (Robert Frost, John Steinbeck, Saint-John Perse, Stravinsky, etc.). Il parvient ainsi à charmer aussi bien à l'intérieur de son pays qu'à l'étranger.

Dans le chapitre 8, Christian Delporte procède à une « Petite revue de grands séducteurs » et embrasse une large perspective, qui va de François Mitterrand à Barack Obama, dans un mouvement diachronique de grande ampleur. Si François Mitterrand a toujours su cloisonner, aux yeux de l'opinion, sa vie privée et sa vie publique, « dans un cas comme dans l'autre, il s'est toujours comporté comme un exceptionnel séducteur

[qui] plaît aux femmes » (p. 190) et dont les nombreuses aventures amoureuses, pour discrètes qu'elles soient, n'en constituent pas moins des secrets de Polichinelle pour les journalistes qui choisissent pourtant de fermer les yeux.

De tous temps, il a mis sa « puissance séductrice auprès des femmes [...] au service de son ambition politique » (p. 191). Chez François Mitterrand, le magnétisme se situe dans le plaisir qu'on éprouve à écouter un homme dont la culture touche à tous les domaines – littérature, philosophie, histoire, art, botanique. C'est ainsi qu'il parvient à subjugué « les intellectuels, les journalistes, et plus généralement tous ses visiteurs » (p. 192).

Outre-Atlantique, Barack Obama, a déclenché une véritable vague d'hystérie collective, recevant des témoignages d'affection de femmes qui « ne se contentent plus de déclarer leur flamme, [mais] s'exhibent sur Internet et offrent leur corps » (p. 215). Ces femmes font partie des « *Obamagirls* » qui militent en faveur du candidat démocrate, lui témoignent leur confiance et remettent entre ses mains leurs espoirs. Les *spin doctors* de Barack Obama mettent au point un spot télévisé (*American stories, American solutions*) diffusé le 29 octobre 2008 qui vise à charmer des électeurs pris par les sentiments et qui « joue surtout la carte de l'identification. Chacun doit se retrouver dans les histoires ordinaires qui défilent à l'écran, celles d'une famille blanche du Missouri, d'un couple de personnes âgées noires de l'Ohio, [...] d'une famille hispanique du Nouveau-Mexique, d'une autre [...] famille blanche, cette fois du Kentucky » (p. 216). Ce spot se termine sur l'image de Barack Obama grimant des escaliers, ceux de la victoire si les Américains le veulent. Il est d'une profonde humanité, attentif aux préoccupations des gens, « consolant une vieille dame, l'œil humide, serrant très fort un enfant dans ses bras, un Obama chaleureux, généreux, empathique. Pas une vedette, pas une rock-star, mais un homme déterminé et sur qui on peut compter » (p. 217). La ferveur populaire s'empare d'abord des États-Unis, puis du monde entier : « L'Obamania est perceptible avant [même] la victoire du candidat » (p. 219). Partout, « la magie du plus grand séducteur de la planète » (p. 220) opère avec la même puissance.

En conclusion, si la télégénie a gommé toutes les aspérités sur lesquelles, jadis, l'homme politique pouvait compter pour faire oublier son apparence commune, désormais, c'est uniquement par la télévision que s'opèrent les apparitions publiques et que se bâtissent les stratégies de séduction : « Il faut donc s'y montrer sous son meilleur jour et soigner son apparence

physique. L'image fait les stars ou plombe les carrières politiques » (p. 336). C'est la raison pour laquelle les hommes et les femmes politiques ne font jamais assez de sacrifices pour séduire. En définitive, en politique comme ailleurs, la séduction n'est rien d'autre que la marque d'un appétit inassouvi.

Alexandre Eyries

ISM, université de Nice Sophia-Antipolis
alex.eyries@yahoo.fr

Khadiyatoulah FALL, Mamadou Ndongo DIME, *La mort musulmane en contexte d'immigration et d'islam minoritaire*.

Saint-Foy, Presses de l'université Laval, coll. Intercultures, 2011, 228 p.

Cet ouvrage collectif dirigé par Khadiyatoulah Fall, Professeur en enseignement et recherche interethniques et interculturels, et Mamadou Ndongo Dime, post-doctorant en sociologie, regroupe les contributions de dix intervenants venant de plusieurs disciplines (sociologie, anthropologie, interculturalité, études islamiques, sciences des religions, histoire des religions, etc.), présentées lors du colloque des 7 et 8 octobre 2010 à l'université du Québec à Chicoutimi (UQAC). Il s'agit là d'un recueil original traitant d'un sujet difficile et nouveau pour le Canada, puisqu'il y est question d'un état des lieux précis sur les « rituels funéraires » en relation avec la religion musulmane (p. 3) et ce, dans un environnement spécifique.

Le deuxième chapitre (pp. 25-64) rédigé par Mostafa Brahmi, imam à la mosquée de Lausanne et conférencier international sur la religion musulmane, est d'un apport riche sur les grands principes des rites funéraires, d'autant que l'accent est mis sur les difficultés qui peuvent être rencontrées en contexte occidental. Dès lors, l'auteur s'emploie à expliquer, schémas et dessins à l'appui, que puisque l'islam n'est pas une simple croyance, mais un mode de vie avec des prescriptions au quotidien, un certain nombre de problèmes peuvent émerger en terre non musulmane, comme la célébration des prières en groupe du vendredi, la pratique du ramadan, l'aumône légale obligatoire, les règles relatives à l'habillement, à la nourriture, aux relations sexuelles et, enfin, tout ce qui a trait à la thématique étudiée, à savoir la mort et ses obligations funéraires, lesquelles sont au nombre de quatre : le lavage du corps du défunt, l'enveloppement dans un linceul, la prière *salât* soit « un ensemble codifié de gestes et de paroles, dont la lecture coranique, l'inclinaison, la prosternation » (p. 25) et l'enterrement. Or, ce qui est souligné, c'est l'obligation