Muriel FAVRE, *La propagande radiophonique nazie*

Paris, Ina Éd., coll. Médias histoire, 2014, 158 pages

Anthony Michel

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/9408>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.9408

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 31 décembre 2014

Pagination : 365-367

ISBN : 978-2-8143-0233-4

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Anthony Michel, « Muriel FAVRE, *La propagande radiophonique nazie* », *Questions de communication* [En ligne], 26 | 2014, mis en ligne le 31 décembre 2014, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/9408> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.9408>

aux finances à la mairie de Paris, tombe à la suite de l'affaire des emplois fictifs du RPR. Il sera contraint de s'éloigner de la vie politique, de quitter son fief bordelais et s'exilera pendant un an au Canada. Christian Delporte explique comment Alain Juppé analyse cette période imposée par le destin, comme une occasion pour se ressourcer, faire la paix avec lui-même, pour devenir un autre homme, voire un sage. Il s'agit là d'une caractéristique majeure observée par l'auteur. En effet, l'examen des mécanismes auxquels obéit le retour en politique, montre, chez la plupart des « sortis », cette nécessité de mettre en avant la transformation, voire la « purification » apportée par cet éloignement du pouvoir. Ils reviennent donc... forcément meilleurs. À l'automne 2014, quand l'ancien président de la République, Nicolas Sarkozy, organise son retour sur le devant de la scène politique, le discours de celui qui revient confirme l'observation de l'historien.

L'étude de Christian Delporte pointe aussi différents éléments qui semblent essentiels. Au-delà de la solitude d'un prétendant au pouvoir qui, dans sa traversée du désert, voit souvent le champ de ses proches se réduire, il doit aussi faire face à « l'obscurité médiatique », une autre forme de mort en politique. Ainsi, certains, pour continuer à exister et ne pas disparaître complètement des écrans, se lanceront-ils dans la rédaction d'un livre (surtout avant les élections), histoire de revenir dans la course. Aucune résurrection n'étant possible sans les médias. Mais le retour en politique est aussi une affaire de circonstances. L'auteur l'affirme : « De sa capacité à les analyser dépend la réussite ou l'échec de l'homme politique. Les vainqueurs sont ceux qui par habileté, audace, savent saisir les opportunités pour forcer le destin » (p. 13). Dès lors, pour ceux qui ambitionnent de revenir, tout l'enjeu n'est pas tant dans la manière mais plutôt dans le choix du moment. Il y a aussi, et Christian Delporte en fait la démonstration, des espoirs... sans retour et des retours ratés « parce que les protagonistes n'ont pas su saisir l'occasion ou, appréciant mal le contexte, ont cru, au contraire l'instant arrivé » (p. 162). Autre élément récurrent, ceux qui se donnent tant de mal pour revenir, agissent ainsi, poussés uniquement par l'impérieuse nécessité de... sauver le pays.

Difficile pour l'auteur de dresser dans son livre une conclusion définitive puisque, justement, le propre de son travail est de démontrer que rien n'est jamais définitivement arrêté au sein du champ politique. Aussi, dans son épilogue, s'interroge-t-il sur les autres grands retours possibles aujourd'hui, non sans insister sur un principe majeur : « Le péril, dans l'ambition politique, est de mener, par orgueil, le combat de trop »

(p. 285). Dommage, cependant, que, dans l'ouvrage, les destinées examinées soient surtout masculines, bien que le chercheur reconnaisse volontiers que, « en matière d'appétit politique, les femmes n'ont rien à envier aux hommes » (p. 289).

Marie-Christine Lipani

Mica, université Bordeaux Montaigne, F-33000

Marie-christine.lipani@ijba.u-bordeaux3.fr

Muriel Favre, *La propagande radiophonique nazie*.

Paris, Ina Éd., coll. Médias histoire, 2014, 158 pages

À la propagande radiophonique nazie, on associe généralement la retransmission en direct des discours du *Führer*. Mais aux programmes politiques s'ajoutaient également des émissions de divertissement. De ce fait, Muriel Favre a choisi d'analyser les outils et les méthodes de la propagande de l'époque, en confrontant la mise en place de la programmation avec la politique poursuivie par Goebbels et Hitler et les effets sur la population. En effet, pour le ministre, ce média est primordial pour diffuser l'idéologie du Parti national-socialiste des travailleurs allemands (NSDAP) : « Je tiens la radio pour l'instrument le plus moderne et le plus important qui soit pour influencer les masses » (p. 7) a-t-il déclaré le 25 mars 1933.

L'étude de Muriel Favre débute par un rappel théorique – trop long peut-être – à la fois sur l'usage de la radio et du terme *propagande*. Ce média favorise une forme d'unification sociale en touchant un grand nombre d'auditeurs de tout âge et de toute condition, et se présente comme un « média de l'intime » (p. 7) car il implique une relation personnelle et individualisée avec les auditeurs. Dans un contexte politique, cela permet de séduire et donner corps à la dimension charismatique du régime, mais aussi de pallier la difficulté de participer aux grands rassemblements. C'est le média du direct, dont l'impact est immédiat et fort, et qui laisse plus de place à des formes de réappropriation individuelle du message diffusé. De ce fait, on voit l'apparition du concept de « cérémonie radiophonique » (p. 9), soit la mise en scène sonore de grands événements emblématiques.

Le fait que le nazisme ait choisi ce média comme vecteur de son idéologie n'est pas anodin, et c'est bien ce que pense Pascal Ory : « Le mot de propagande semble avoir été créé tout exprès pour le fascisme » (p. 16), pour lequel la radio servirait à une sorte de mystification. En effet, c'est par la parole qu'une foule se laisse galvaniser, mais il faut aussi être un bon orateur pour ajuster son discours aux réactions

du public. Et ce dernier est formé d'individus actifs disposant de facultés d'attention, d'interprétation et de contestation. C'est pourquoi les discours prononcés doivent être concis et que l'orateur a un rôle important à jouer dans l'énonciation de celui-ci. Pour l'auteure, « La propagande radiophonique nazie est plus qu'autoritaire et brutale, elle est séductrice et enjôleuse » (p. 22). De ce fait, les paroles de propagande d'Hitler étaient complémentaires de son agitation légendaire lors de ces rassemblements. On note ici le manque de reprise et d'analyse des discours du chancelier, qui aurait apporté plus de profondeur à l'étude. Si la propagande consistait en un travail logique et détaillé de divulgation d'un matériau complexe auprès d'un petit nombre de personnes, l'agitation, elle, dispensait aux masses, par des procédés variés, un savoir élémentaire.

Ces aspects théoriques permettent d'amener à l'étude à proprement dite qui vise à comprendre comment et à quelles fins la radio a été utilisée par le pouvoir nazi pour réaliser ses objectifs ? Pour ce faire, Muriel Favre se livre à une analyse exhaustive des programmes diffusés entre 1933 et 1945, avec des approches nationale et régionale. Et ces réponses sont évidemment données par ordre chronologique. D'abord, elle démontre que, jusqu'en 1933, les relations entre le NSDAP et la radio sont inexistantes. Il n'y a donc aucun lien de cause à effet entre le développement de la radio et la montée du nazisme. L'auteure l'explique par le fait que la radio était dirigée par l'État et que celui-ci, que la pensée d'alors plaçait au-dessus des partis, n'était pas concerné par le principe d'impartialité des informations. Cependant, petit à petit, surtout grâce à l'arrivée d'Hitler en tant que chancelier, la politique symbolique du nazisme s'était mise en place avec l'ouverture radiophonique aux partis politiques, avec toutefois, une main mise sur le média par les nationaux-socialistes : « Une manifestation partisane s'est transformée en communication gouvernementale » (p. 39). Au printemps 1934, Joseph Goebbels, ministre de la Propagande, était parvenu à placer la radio sous son entière tutelle, lui permettant ainsi de l'utiliser pour éclairer et instruire les hommes, soit leur indiquer ce qu'ils devaient penser.

Muriel Favre s'est également penchée sur la politique des programmes, qui oscillait entre propagande politique directe et divertissement, c'est-à-dire entre endoctriner et séduire. Et pour Joseph Goebbels, l'objectif est unilatéral : « Imprégner jusqu'à la moelle le peuple de nos principes, marteler et polir les esprits jusqu'à ce qu'ils nous soient entièrement acquis » (p. 52). Par exemple, il y a des émissions vouées à

faire la publicité de la Wehrmacht. L'auteure donne aussi des exemples de programmes, mais qui, par leur nombre, restent anecdotiques. Il faut que les idées soient dissimulées avec une telle habileté et une telle virtuosité que celui à qui elles sont destinées ne remarque rien. De ce fait, les événements ponctuels ou les cérémonies officielles, parties prenantes de la politique cérémonielle du nazisme, sont retransmis en direct, en intégralité et sur l'ensemble du territoire. Ces diffusions donnent lieu à « quatre types d'écoute : une écoute sur les lieux de travail, une écoute politique, une écoute publique et une écoute spontanée » (p. 77). Le dispositif devait donner à chacun l'impression que le *Führer* s'adressait à lui sans intermédiaire, dans le cadre d'un échange en face à face. Si les séances d'écoute collective sont un moyen d'obtenir une réelle mobilisation de la population, néanmoins, selon l'auteure, « elles représentent l'un des avatars de la coercition collective caractéristique des régimes totalitaires » (p. 82).

Tout au long de la période de la Seconde Guerre mondiale, l'évolution des programmes tendait à armer moralement la population et à l'empêcher de se laisser ébranler par la propagande ennemie. Mais, même pendant la guerre, les goûts des auditeurs continuèrent de limiter la marge de manœuvre des propagandistes nazis car d'autres radios européennes émettaient et divertissaient les auditeurs par des programmes différents, des points de vue musical et informatif. En effet, l'objectif était d'empêcher les Allemands d'écouter d'autres stations étrangères, comme la BBC. D'après l'auteure, cette écoute « n'avait pas le sens d'un engagement contre le nazisme, mais la recherche d'informations sur la situation militaire afin de les recouper avec celles de la radio du *Reich* dans l'espoir de parvenir à la vérité » (p. 110). On peut donc voir ici une utilisation de la radio allant à l'encontre des desseins des dirigeants nazis.

Muriel Favre tente de prouver que la propagande nazie diffusée par les ondes n'était pas toute-puissante, contrairement à ce que Goebbels et Hitler prétendaient. Toutefois, son étude est difficile à réaliser étant donné l'indisponibilité de beaucoup de sources directes. C'est pourquoi elle a dû s'orienter vers des journaux intimes et des témoignages indirects, rendant peu aisées la quantification et la qualification de l'écoute des discours d'Hitler par la population locale. Si l'écoute était parfois obligatoire, « la non-écoute était en fonction du risque, soit suivant l'endroit et le contexte » (p. 122). L'auteure remet également en doute la motivation des personnes venant assister aux cérémonies d'Hitler. Pour elle, « la position

exceptionnelle occupée par le dictateur ainsi que le caractère spectaculaire de ses apparitions faisaient qu'il s'agissait de quelqu'un que l'on venait voir et non de quelqu'un dont on venait écouter l'analyse ou la réflexion » (p. 125). De ce fait, Hitler tirait son aura de son *nic et nunc*.

À la fin de la guerre, la radio redevient une institution publique dont les interventions politiques directes sont impossibles. Au procès de Nuremberg, radiodiffusé, le média a servi à faire « prendre conscience aux Allemands des crimes commis en leur nom et démocratiser les esprits » (p. 138).

En conclusion, Muriel Favre démontre que la radio a donné peu d'échos aux discours d'Hitler et que, en conséquence, il convient de ne pas surestimer la corrélation entre les efforts déployés par le III^e Reich pour utiliser le transistor à son avantage et les résultats effectivement obtenus, ces derniers allant même jusqu'à desservir le régime à la fin du conflit.

De la difficulté d'obtenir des sources résulte un manque quantitatif, ce qui empêche d'étudier, par exemple, « la réponse à l'antisémitisme dans les programmes » (p. 57), et donne à cette étude – peut-être trop théorique – un caractère inachevé ou incomplet. En effet, aucune analyse n'est liée aux contenus des discours, ni à la réaction de la population quant à une éventuelle augmentation ou diminution de leur participation aux rassemblements tout au long de la période étudiée.

Anthony Michel

Crem, université de Lorraine, F-57000
michelanthony@yahoo.fr

Fred HAILON, *L'ordre idéologique. Éléments de cognition politique*.

Paris, Éd. L'Harmattan, coll. Logiques sociales, 2014, 228 pages

Avec cet ouvrage, Fred Hailon entreprend de questionner l'idéologie dans ses dimensions pratiques et politiques en prenant pour matériau d'analyse « des productions discursives idéologiquement situées » (p. 17). L'originalité de l'approche est de se rattacher à une pluralité de disciplines et, dans chacune d'elles, à plusieurs paradigmes distincts (voire parfois peut-être antagonistes) pour éclairer un sujet qui ne peut se satisfaire du découpage des disciplines académiques. Aussi, si comme le souligne justement Georges-Elia Sarfati dans la préface (pp. 11-16), « la manière de procéder, et les stratifications de ce propos, témoignent ensemble d'un immense effort intellectuel, pour tenter d'éclairer – et l'auteur y

parvient – les différentes déterminations du phénomène idéologique, puisque selon ses termes mêmes, il s'agit de combiner trois perspectives : sémantique, socio-politique et cognitive » (p. 11), l'ouvrage offre une appréhension très érudite de l'idéologie.

Le développement, ou la subdivision en six chapitres, est conçu comme un essai sur l'idéologie dans lequel l'auteur confronte, articule et met en perspectives, différentes visions du politique et du social d'un côté, et des études de productions discursives qui éclairent le propos d'un autre côté. Fred Hailon s'appuie sur ses travaux antérieurs, notamment liés aux rapports entre l'idéologie du Front national et le discours de presse, ou à différents événements : soit, au total, les « campagnes électorales de 2002, de 2007 et de 2012 et en y associant les crises des banlieues d'octobre 2005 à Clichy-sous-Bois et d'octobre et novembre 2007 à Villiers-le-Bel, prenant en compte des événements majeurs de la vie politique française » (p. 19).

Pour rendre compte de l'ouvrage, je procéderai en trois étapes. Je commencerai par décrire l'élaboration théorique construite par l'auteur pour rendre compte de l'ordre idéologique, je m'attacherai ensuite à présenter la méthodologie qu'il emploie pour pointer les manifestations de l'idéologie et je finirai par l'aspect qui paraît être la principale réussite du volume, la dimension critique offerte.

Chercher à circonscrire ce qui fait le cadre théorique du livre n'est pas une simple obsession académique, mais permet de savoir dans quel cadre sont produits les savoirs issus de cette recherche et garantit, pour le lecteur, leur interprétation. Fred Hailon décrit très clairement ce qui constitue sa démarche de chercheur en analyse du discours : « Produire une analyse c'est montrer en quoi et par quoi se fait le détour de construction du sens et de l'intercompréhension, selon les cadres sociocognitifs culturellement disponibles » (p. 33). Dans cet énoncé, on perçoit la complexité du cadre théorique construit pour répondre à une telle analyse : il est question de sémantique ou pragmatique (construction du sens), d'altérité (intercompréhension), de sociologie, de sciences cognitives et d'anthropologie. Ces champs étant diversement mis en œuvre pour répondre à une problématique plutôt rattachée aux sciences politiques.

L'auteur adopte une démarche à la fois matérialiste et constructiviste, qui met les processus sémiotiques et symboliques au centre de l'activité des sujets. Il affirme que « la fonction symbolique est constitutive de la structure psychique, elle rend disponible chaque sujet à la loi sociale à laquelle son activité pratique