

LA COLLECTION PÉDAGOGIQUE DU FESTIVAL DU FILM D'HISTOIRE DE PESSAC

Dirigée par François Aymé et Julia Pereira

les ciné DOSSIERS

35^e FESTIVAL DU FILM D'HISTOIRE

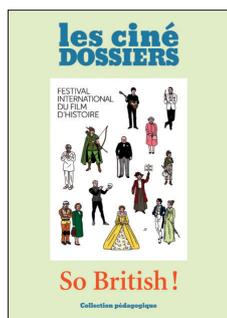
**SECRET
MENSONGE**

PESSAC 18-23 NOVEMBRE 2025

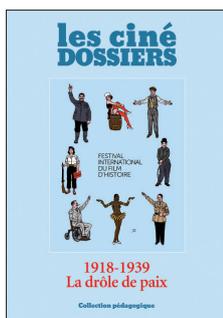
www.cine-dossiers.fr / www.cinema-histoire-pessac.com



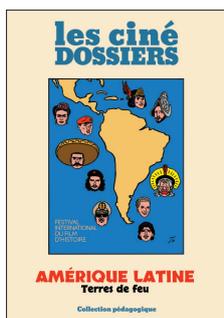
CINÉ-DOSSIERS | COLLECTION PÉDAGOGIQUE



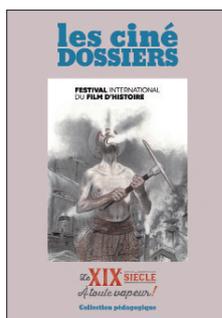
N°1. 2017
SO BRITISH!



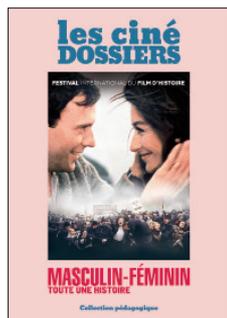
N°2. 2018
1918-1939, LA DRÔLE DE PAIX



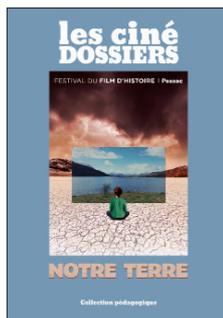
N°3. 2019
AMÉRIQUE LATINE
TERRES DE FEU



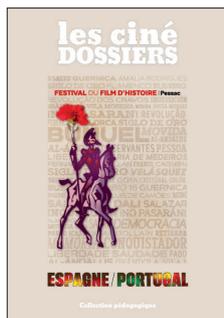
N°4. 2020
LE XIX^e SIECLE
À TOUTE VAPEUR!



N°5. 2022
MASCULIN-FÉMININ,
TOUTE UNE HISTOIRE



N°6. 2023
NOTRE TERRE



N°7. 2024
ESPAGNE/PORTUGAL

35^e ÉDITION **SECRET & MENSONGE**

12 CINÉ-DOSSIERS :

Algérie, sections armes spéciales

François Aymé

Les Algues vertes

Raphaëlle Rambert

Amen.

Patrick Richet

Green Zone

Frédérique Ballion

Imitation Game

Olivier Tournemine

Magdalene Sisters

Jean-François Baillon

Nos frangins

Julia Pereira

Opération Trump, les espions russes à la conquête de l'Amérique

Julia Pereira et Jean-Claude Rasiengas

Propaganda, la fabrique du consentement

Mateusz Panko

Propaganda Kompanien, reporters du III^e Reich

Nicolas Patin

Le Savant, l'imposteur et Staline : comment nourrir le peuple ?

Éric Bonhomme

Snowden

Julia Pereira et Jean-Claude Rasiengas



Genre

Documentaire
d'archives

**Adapté pour les
niveaux**

À partir de la 4^e

**Disciplines
concernées**

Histoire-Géographie ·
EMC · EMI

Propaganda Kompanien. Reporters du III^e Reich

Comment le « III^e Reich » a-t-il utilisé l'image comme une arme de guerre ? Dans ce documentaire, Véronique Lhorme décortique le travail des « *Propaganda Kompanien* », des unités d'actualités filmées, dont les séquences influencent encore aujourd'hui notre vision de la Seconde Guerre mondiale.

La guerre est revenue sur nos écrans, depuis 2022 en Ukraine et au Moyen-Orient depuis 2023. À la télévision, sur Internet, mais aussi sur les réseaux sociaux comme Instagram ou TikTok, les espaces urbains réduits en cendre et les corps détruits ont envahi notre quotidien. C'est durant la Seconde Guerre mondiale que s'inaugure ce rapport consubstantiel entre la guerre et sa représentation filmée : quand le moral des populations civiles devient un fondement essentiel de la guerre totale, il n'est plus question de laisser au hasard ni la fabrication des idées, ni celle des images.

Aucun autre régime que le « III^e Reich » d'Hitler n'a essayé d'influencer aussi massivement la perception d'une guerre. Considérant que la Grande Guerre de 1914-1918 avait été perdue à cause d'une propagande allemande trop faible, trop hésitante, Hitler et les nazis utilisèrent la manipulation des faits comme une arme politique majeure pour prendre le pouvoir, puis pour installer la dictature. Quand le second conflit mondial éclate en

Europe, l'État national-socialiste, qui occupe bientôt toute l'Europe, met en place une véritable machine de guerre médiatique : les « compagnies de propagande » filment des milliers d'heures de *rushs*, qui sont analysés, coupés, montés, pour construire l'image d'une guerre désirable et juste.

Véronique Lhorme, dans son documentaire, nous propose de comprendre la fabrication de cette propagande de guerre, et de mettre à distance ces images, qui nous influencent encore aujourd'hui, car elles constituent, avec par exemple 3 millions de photos, un gisement d'archives phénoménal avec encore une part d'inédits.

Alors que de très nombreux documentaires sur la Seconde Guerre mondiale se fondent sur ces images sans distance critique, Véronique Lhorme nous pousse à en comprendre l'intérêt stratégique et la confection au service de l'effort de guerre nazi.



**Un film de Véronique
Lhorme**

France · 2012 · 1h30

Ce documentaire suit quatre cameramen allemands durant la Seconde Guerre mondiale : Werner Bergmann, Hans Ertl, Walter Frenz et Götz Hirt-Reger passent toute la durée du conflit à produire des images, à filmer la guerre au service des « compagnies de propagande », ces unités nazies qui documentent le conflit. Cette histoire nous montre la fabrication de la propagande au jour le jour...

Production Y. N Productions –
La Cuisine aux images et ECPAD
Image Cyril Collot **Son** Christophe
Foulon **Montage** Aurélie Boiron-
Laroche

Une propagande efficace ?

La Première Guerre mondiale a vu la naissance de la propagande moderne, dans un contexte où la durée du conflit poussait les belligérants à essayer de « faire tenir » le moral des populations en guerre, y compris à l'arrière. Cette tentative, fondée sur la presse papier et les premières actualités du cinéma balbutiant, fut parfois dénoncée comme un « bourrage de crâne ». Il n'en demeure pas moins que, dans l'entre-deux-guerres, les fondements d'un régime moderne de production et de circulation de l'information s'installèrent. Tout y était propice : la révolution cinématographique ; l'émergence des masses comme acteur politique ; les découvertes de la psychanalyse et de la manipulation possible de l'inconscient ; la publicité et le marketing d'une société de consommation naissante. Le terme « propagande » n'était pas d'office connoté négativement à l'époque. Il s'agissait d'informer, avec plus ou moins de probité selon les acteurs, cette nouvelle opinion publique. Les régimes totalitaires ne restèrent pas sourds à cet appel, loin s'en faut. Que ce soit dans la Russie soviétique ou dans l'Allemagne nazie, les hiérarques, mobilisés vers l'objectif de faire advenir une nouvelle société, entendaient bien modeler l'esprit de leur population en profondeur. C'est à cette époque que le terme de « propagande » acquit le sens négatif que nous lui connaissons, lorsqu'un Joseph Goebbels, jeune nazi radical, fut nommé par Hitler « ministre de la Propagande et de l'éducation du peuple » en 1933.

Il avait déjà œuvré à la victoire nazie à grand renfort d'une démagogie fondée sur les moyens modernes de communication, pour construire le « mythe du Führer » ; il pouvait désormais « mettre au pas » un pays entier, en centralisant tous les moyens de la production culturelle, au théâtre, au cinéma, dans la presse ou dans les musées. Les nazis étaient hantés par l'année 1918, sa défaite militaire et sa révolution rouge : ils entendaient bien tirer les leçons de ces échecs, en sculptant un homme nouveau et le Reich dont il avait besoin, amené à durer mille ans. La figure de Goebbels et de son ministère de la Propagande ont laissé l'impression que, en la matière, les nazis étaient parvenus à leurs fins. Hannah Arendt n'a-t-elle pas fondé une partie de sa définition des régimes totalitaires sur l'idée qu'ils avaient réussi, d'une certaine manière, à imposer leur idéologie aux masses, à « transformer leurs idéologies respectives en armes grâce auxquelles chacun de leurs sujets pouvait de lui-même se contraindre à se mettre au rythme du mouvement de la terreur » ? « La propagande totalitaire », écrivait-elle en 1951, « perfectionne les techniques de la propagande de masse ». Dans la mesure où, après-guerre, l'idée que la propagande avait « lavé le cerveau » des Allemands constituait un récit déculpabilisant très commode pour ne pas regarder l'adhésion massive des populations au « III^e Reich », il fut largement adopté, et aboutit à considérer que la propagande nazie avait été globalement efficace. Ce ne fut pas le cas. Les sources ne nous aident pas à contredire cette idée. L'immense journal intime de Goebbels lui-même (plus de 40 000 pages) tout en étant relativement fiable, n'est qu'une longue liste de succès. Les échecs, eux, sont passés sous silence. De même, les rapports de surveillance de la population allemande par la SS de Heinrich Himmler, s'ils sont plus réalistes et nous montrent une société beaucoup plus ambiguë et critique envers les dirigeants nazis, ont tout

de même tendance à produire une image enjolivée. Il faut admettre, après trente ans de recherches sur la question, que même en contrôlant un État moderne et toute sa puissance, aucun pouvoir n'est en mesure de dicter à des millions de personnes ce qu'elles doivent penser. La tentative de créer une musique nationale-socialiste fut par exemple un échec ; les cabarets et le théâtre national-socialiste étaient vidés de leur raison d'être. Si le régime fut plus efficace dans sa mainmise sur la presse écrite ou le cinéma, l'émergence d'un art pictural nazi ne dépassa jamais le stade d'embryon, tout comme l'architecture nazie ne se cantonna qu'à quelques réalisations, vite oubliées. Dans le filtre qu'elle imposait à toute circulation de l'information, la propagande nazie était certes capable de créer les grands cadres de perception des réalités politiques de l'époque ; mais elle n'était pas en mesure d'imposer un ensemble de valeurs politiques strict à sa propre population. Ainsi, si Hitler était globalement épargné par la critique jusque tard dans la guerre, les autres hiérarques étaient moqués et caricaturés, critiqués pour leurs arrogances et leurs échecs. Certains groupes sociaux, comme les catholiques ou les ouvriers, n'adhérèrent jamais réellement aux idées nationales-socialistes.

Cet état de fait changea tout de même dans une certaine mesure avec la guerre, où, comme en 1914-1918, se répandirent des rumeurs massives sur les crimes, les atrocités, les victoires et les défaites. Le régime de vérité était soumis à rude épreuve, dans la mesure où les dictatures (nombreuses en Europe) comme les démocraties même, avaient un intérêt à contrôler en profondeur les informations concernant le déroulement de la guerre. Le moral des populations devenait un enjeu majeur et l'information était perçue, à part entière, comme une arme de guerre. Les actualités filmées devinrent alors un outil essentiel pour sculpter les opinions publiques, ce que les nazis avaient bien compris en créant leurs « compagnies de propagande ». Des événements spécifiques durant le conflit donnèrent lieu à des véritables passes d'armes informationnelles entre les régimes totalitaires, comme lors de la découverte du charnier de Katyn, où 27 500 officiers polonais avaient été abattus d'une balle dans la nuque. Les Nazis accusèrent (à juste titre) les Soviétiques et le NKVD, qui leur retournèrent la politesse. Ces « fausses informations » avant l'heure contribuèrent à un brouillage des pistes dans la population européenne, qui ne savait plus que (ou qui) croire. La fin de la guerre en Allemagne montrait un visage double : d'un côté, le retournement des combats, qui touchaient alors massivement le territoire allemand, notamment via les bombardements, vidait la propagande de son efficacité. Les Allemands n'avaient pas besoin qu'on leur mente alors qu'ils avaient les ruines de leur pays sous les yeux. Mais à l'inverse, la réalité de la guerre et de ses atrocités rejoignait en grande mesure la vision catastrophiste des nazis, qui avaient toujours promis que le « III^e Reich » serait un combat à la vie, à la mort. Quand la mort reprit ses quartiers en Allemagne, la violence des attaques contribua à souder la population allemande à son régime, sans qu'on sache toujours bien (malgré de nombreuses études fouillées sur la question) si cette persévérance jusqu'aux derniers jours fut l'effet d'une absence de choix ou d'une réelle adhésion à la vision du monde nationale-socialiste.

Sur les écrans nationaux-socialistes



Notre perception du cinéma sous le « III^e Reich » est souvent faussée. L'expression « cinéma nazi » fait jaillir les images grandioses du **Triomphe de la volonté** de Leni Riefenstahl, les défilés impeccables du Congrès du Parti nazi à Nuremberg en 1934, et nous donne l'impression que la propagande s'est saisie avec efficacité de ce média encore jeune à l'époque, un enjeu majeur quand on sait que le Reich compta, par exemple, 834 millions d'entrées en 1940. Si quelques films ont marqué notre mémoire – par leur infamie – comme **Le Juif Süß** (Veit Harlan, 1940) ou **Le Juif éternel** (Fritz Hippler, 1940), bien peu connaissent la diversité des productions de fictions et de documentaires, ou même le nom des grands succès cinématographiques de l'époque, comme **Hitlerjunge Quex** (1933), **Der Mustergatte** (1937) ou encore **Die Affäre Roedern** (1944). Et si le cinéma – comme la presse – ont été les domaines où Goebbels et le ministère de la Propagande ont été les plus efficaces, cela ne doit pas conduire à croire que l'intégralité de l'industrie cinématographique allemande s'était mise au service du régime, loin s'en faut.

Il faut ici distinguer deux choses : du point de vue des structures de production, Joseph Goebbels appliqua, dès 1933, une « mise au pas » drastique du milieu du cinéma, en expulsant les réalisateurs et acteurs juifs, et en contrôlant l'intégralité de la fabrication des films, depuis le financement et la production jusqu'à l'écriture des scénarios. Il faut ajouter que Hitler partageant la passion de Goebbels pour le cinéma – ils regardaient souvent un ou deux films chaque jour, en soirée – ce milieu était particulièrement susceptible de

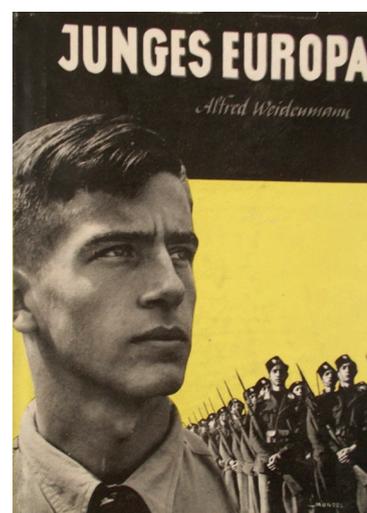
faire l'objet d'intrusions politiques. Pour autant, cette mainmise n'aboutit pas à l'émergence d'un cinéma de propagande majeur, pour une raison simple : dès 1933, Goebbels avait compris que le public n'avait aucune envie de regarder des films politiques au sens propre du terme. Les premiers films proprement nazis furent des échecs commerciaux cuisants ; cela poussa Goebbels à modifier sa stratégie. Dès les années 1920, le responsable de la propagande du parti réalisa qu'une propagande trop frontale, trop politique, avait toutes les chances d'échouer.

À l'époque où naissait les « relations publiques » et la manipulation de masse aux États-Unis sous la houlette d'Edward Bernays (Cf. ciné-dossier **Propaganda, la fabrique du consentement**), Goebbels savait qu'il fallait suggérer plutôt qu'asséner, et que le divertissement était la meilleure arme pour faire passer un message. La propagande nazie devait être affaire d'une esthétique diffuse, plutôt que d'un message précis et reconnaissable. Aussi, la très grande majorité des films réalisés sous le « III^e Reich » furent des divertissements assez légers, dans lesquels des thématiques politiques n'apparaissent presque pas. Seuls quelques films abordaient la « vision du monde » nazie de front, et la plupart des réalisations que nous aurions tendance à classer comme de la propagande était surtout des films historiques, qui chantaient le glorieux passé allemand, souvent avec une grande liberté vis-à-vis des faits. Si l'on observe par exemple le box-office allemand de 1937-1938, les trois plus grands succès sont **Der Mustergatte** (W. Liebeneiner), **Olympia : Fest der Völker** (L. Riefenstahl) et **Gasparone**

(G. Jacoby). On trouve certes l'œuvre de Leni Riefenstahl sur les Jeux olympiques de 1936, et sa glorification des corps sains de la Nouvelle Allemagne. Mais **Gasparone** était une comédie musicale fondée sur une opérette ; et **Der Mustergatte** (« le mari idéal ») était une comédie légère fondée sur une pièce américaine. On estime que 10% des 1300 films produits en Allemagne entre 1933 et 1945 était politique. L'immense majorité des productions étaient donc des comédies, des films policiers, des films d'aventure ou des comédies musicales.

LE POIDS DE LA CHOSE VUE

Mais ces films ne doivent pas faire oublier l'ensemble de ce qui était projeté à l'écran, depuis les films d'information publique jusqu'aux actualités filmées, dans des formats plus courts et innombrables. Parmi les exemples, on peut penser à la série de **Junges Europa**, tournée par Alfred Weidenmann entre 1942 et 1944.



Sept épisodes d'une dizaine de minutes dépeignent les réalités de la jeunesse européenne en guerre, en cherchant évidemment à glorifier la jeunesse allemande et ses épigones fascistes en Europe, tout en représentant les jeunes des pays ennemis comme perdus, souillées et corrompues. Les films documentaires étaient une arme de glorification de l'Allemagne, mais aussi de critique acerbe des ennemis internationaux. Outre les thématiques antisémites, maintes fois soulignées dans ces films, les États-Unis étaient attaqués régulièrement. On peut prendre l'exemple du documentaire de 1942, **Autour de la Statue de la Liberté. Une promenade à travers les USA**, réalisé par Fritz Hippler, dans le sillage de l'entrée en guerre des États-Unis. Partant du symbole de la Statue donnée par les Français, le film cherche évidemment à contredire cette image de liberté, en montrant la face sombre de l'Amérique de Roosevelt : la police réprime une grève d'ouvriers avec des gaz lacrymogènes ; les Juifs dominent l'économie et asservissent le peuple américain ; le couple présidentiel des Roosevelt vit dans un luxe choquant ; enfin, le « swing » et les danses « nègres » donnent l'image d'un pays livré à la sauvagerie. L'individualisme et la soif du profit ravage une nation à laquelle, si l'on regarde bien, la Statue de la Liberté tourne le dos. On ne peut pas évaluer la réception de ce genre d'œuvre, mais couplés aux actualités filmées, il est cer-

tain qu'elle produisait les cadres généraux de la perception des réalités de la guerre pour un certain nombre d'Allemands. Il faut ajouter que la part de films étrangers projetés en Allemagne passa d'une moyenne de 50% dans les années 1933-1938 à 20% pour les années de la guerre. On peut conclure en estimant que c'est peut-être moins le contenu des productions nazies en elles-mêmes qui avait un intérêt en termes de propagande, que les grands choix opérés entre ce qui devait être montré et ce qui devait être caché. En ce sens, toutes les réalisations du « III^e Reich » étaient bien de la propagande ; une propagande qui s'accroît avec la guerre et les besoins de mobilisation des esprits qu'elle impliquait. Mais la recherche d'une esthétique nazie ou d'un cinéma aux contours spécifiquement politique aboutit à une aporie : c'est bien par son adaptabilité, et pas par un quelconque contrôle totalitaire, que le projet nazi d'influencer les écrans semble avoir fonctionné. Le cinéma national-socialiste, comme la propagande au sens plus large, n'étaient pas tout-puissants ; mais par le filtrage qu'il exerçait en permanence sur l'information et les représentations, il était bien en mesure de maintenir les grands cadres d'une vision du monde. Ce fut l'un des socles du régime jusqu'à sa chute.

Images de la série documentaire *Junges Europa* (1942).



La fabrique du mensonge

Dans son récent film de fiction, Joachim Lang met en scène Adolf Hitler et son ministre de la propagande, Joseph Goebbels, en grands maîtres de la manipulation et du mensonge. L'initiative est tout à fait salutaire : le film nous plonge dans la démagogie la plus nue des deux hommes, qui n'hésitent jamais à mentir, à tordre les faits, à sculpter des réalités alternatives pour servir leurs objectifs politiques.

Le caractère arrogant, vain et narcissique de Joseph Goebbels est particulièrement bien incarné par l'acteur Robert Stadlober. Mais le film reste entre deux eaux : s'il nous montre la production des « fake news » de l'époque, il ne s'interroge que très peu sur la réception de ladite propagande par les Allemands de l'époque ; s'il se fonde sur l'utilisation d'archives, il n'interroge pas la place du document dans cette fiction, et, plus grave, reconstitue des séquences historiques entières avec aplomb, en tranchant des débats de longue date de manière tout à fait discutable. Il en est ainsi de la scène où le Adolf Hitler fictionnel de J. Lang (Fritz Karl) donne l'ordre de l'extermination des Juifs d'Europe, un fait que les historiens n'ont jamais réussi à prouver avec certitude. Ce faisant, ce film, tout intéressant qu'il soit comme support pédagogique pour montrer la fabrique démagogique du mensonge politique, doit impérativement faire l'objet d'une critique, par le flou qu'il entretient entre faits et fiction.

Entretien avec Véronique Lhorme

AUTRICE-RÉALISATRICE DU DOCUMENTAIRE

Qu'est-ce qui vous a donné l'idée de ce documentaire ?

C'est une discussion à l'ECPAD (Établissement de Communication et de Production Audiovisuelle de la Défense) qui m'a conduite à m'intéresser aux Propaganda Kompanien. Alors que je travaillais sur un autre documentaire, **Kolwezi, chronique d'une prise d'otages**, Nicolas Féraud, documentaliste dans cet établissement, m'a fait découvrir ce fonds énorme des actualités allemandes. 12 000 hommes, dont 700 cameramen et 1300 photographes, travaillaient dans les Compagnies avec des moyens considérables ! J'ai décidé de m'intéresser plus particulièrement aux cameramen, car ce sont leurs images que l'on trouve encore partout aujourd'hui. Or, ces images ont été pensées et réfléchies dans un but bien précis : la propagande, un outil d'information, mais surtout de manipulation.

Les « Propaganda Kompanien » étaient-elles à la pointe de l'innovation visuelle ?

Dans le documentaire, je m'intéresse au parcours de quatre cameramen en particulier. Werner Bergmann et Götz Hirt-Reger sont jeunes et inexpérimentés ; Walter Frenz et Hans Ertl, eux, sont deux cameramen professionnels qui ont notamment travaillé avec Leni Riefenstahl, la grande réalisatrice des films du parti nazi, notamment **Olympia**, pour les jeux olympiques de 1936 à Berlin. Pour le tournage de ce film, Frenz et Ertl veulent être au plus près des événements. Les caméras sont partout : sur le terrain, au cœur de l'action, proche des sportifs... Jamais les images n'avaient encore aussi bien fait vivre les événements aux spectateurs qui se pressent, nombreux, dans les salles de cinéma. Frenz deviendra d'ailleurs le cameraman personnel d'Adolf Hitler. Ce sont ces mêmes professionnels des médias qui se retrouvent trois ans plus tard au sein des compagnies de propagande. On retrouve donc cette même volonté dans les sujets des Deutsche Wochenschau : faire vivre la guerre au plus près des troupes combattantes, être au cœur de l'action et magnifier le soldat allemand. Les cameramen sont d'ailleurs rapidement équipés de caméras Arriflex, des caméras à l'épaule pour permettent d'être plus réactif par rapport aux évé-

nements. Un certain nombre vont d'ailleurs le payer de leur vie. Ce sont les premiers cameramen embarqués sur le théâtre d'opération, et ils portent l'uniforme.

Quelles étaient les marges de liberté par rapport aux directives de la propagande ?

Le moteur de toute cette organisation, c'est Joseph Goebbels, ministre de la Propagande et de l'Éducation du peuple. Il veut maîtriser et manipuler l'information, aussi bien pour entretenir la flamme guerrière du peuple allemand que pour décourager les ennemis et toute forme de résistance. Avant même la censure, le montage, le bruitage, l'écriture de la voix off – opérations qui se déroulent à Berlin – les cameramen reçoivent des directives très précises, « les douze commandements du cameraman ». Il leur est rappelé qu'ils sont des soldats avant d'être des reporters ; qu'ils doivent économiser la pellicule, « penser » leur sujet, veiller à la lisibilité et à la qualité des images. Peut-être le plus important : ils doivent préserver le matériel, car la caméra est l'arme du cameraman. Par ailleurs, ils doivent éviter les images de morts, ou les images de guerre qui pourraient heurter le public. En 1942, près de 30 heures de films arrivent chaque semaine à Berlin. Seul 6% des images tournées par les cameramen sont diffusées dans les actualités. Il n'y a pas de place pour ceux qui émettent des critiques ; certains cameramen seront envoyés sur le front de l'Est pour avoir émis des doutes ou filmé des images non acceptables... C'est pour cela que certains ont avec eux une deuxième caméra personnelle, comme Götz Hirt-Reger : il filme une autre réalité de la guerre. Il enverra ses bobines directement à sa famille et elles ne seront développées qu'après-guerre.

Considérez-vous que l'on utilise les images de la Seconde Guerre mondiale de manière trop peu pensée dans les documentaires ? Avez-vous voulu livrer une sorte de « manuel critique » avec votre travail ?

Mon intention n'était pas de livrer un « manuel critique » mais plutôt de permettre aux spectateurs de réfléchir sur les images. Je pense que trop souvent, on a tendance à utiliser l'archive comme une

pure illustration. On cherche la bonne image qui va aller avec le propos. On l'a tous fait – moi la première. La plupart du temps cela ne prête pas forcément à conséquence mais parfois cela peut être dangereux, surtout à notre époque où l'on a tendance à vouloir « réviser » l'Histoire. Quand je travaille sur un documentaire à base d'archives, je m'intéresse toujours à l'origine de ces images : qui a filmé ? Pour quel organisme ? Et à qui étaient destinées ces images ? Selon les réponses cela permet de considérer autrement ces images. Et cela est valable quelles que soit les époques, encore plus aujourd'hui.

« Sommes-nous encore manipulés par la propagande du III^e Reich ? » : c'est avec cette phrase que Véronique Lhorme clôt son documentaire. Dans la mesure où les images tournées par les « Propaganda Kompanien » sont encore les « principales sources utilisées aujourd'hui pour illustrer la Deuxième Guerre mondiale en tant que témoignage du réel », poursuit-elle, un décryptage s'impose. À partir de ce constat, **choisir des extraits de documentaires** notamment proposés sur Internet (Youtubeurs histoire Mamytwink, Rivenzi, Nota Bene) pour **s'interroger sur les différentes images et vidéos d'archives utilisées**. **Comment sont-elles citées et créditées ? Quel est le statut de l'archive (purement illustrative ? contextualisée ou non ?) Ont-elles été produites par des « compagnies de propagande » ? Donnent-elles une image valorisée de la guerre ? Si oui, par quels procédés cinématographiques ? Que ne montrent-elles pas ?**

Réfléchir sur les types de séquences filmées qui pourraient être utilisées comme contrepoint à cette production de propagande : **existait-il à l'époque des caméras personnelles ? Dispose-t-on de séquences préservées d'une histoire quotidienne de l'époque ? Serait-elle plus « vraie » que celle des « compagnies de propagande » ? Que peut apporter la source écrite, face à ces sources vidéos qui nous paraissent, à tort, plus authentiques ?**

La fabrique du débarquement

SÉQUENCE-CLÉ [01:14:02 À 01:16:00]

Le documentaire de Véronique Lhorme nous donne à voir de très nombreuses séquences filmées par les unités de propagande nazies. Il s'interroge sur la manière dont les cameramen et réalisateurs [image 1] construisent leur version de la réalité, en suivant les directives de la propagande. En plus de l'analyse de ce qui est filmé, nous sommes constamment invités à réfléchir sur ce qui n'est pas montré, ce qui est passé sous silence. Car la propagande nazie est peut-être aussi intéressante dans ce qu'elle cache que dans ce qu'elle dit. Ainsi, les crimes de la Wehrmacht ne sont jamais représentés, alimentant une image héroïque du soldat allemand, ce « mythe de la Wehrmacht propre », qui est resté presque intouché jusqu'aux grandes polémiques de la fin des années 1990 autour de l'exposition sur les crimes de l'armée allemande.

Outre la séquence du passage d'Hitler à Paris, saisissante car elle s'inscrit dans un paysage qui nous est familier [00:35:50 à 00:38:10], un des moments importants du documentaire est celui qui montre le traitement médiatique du débarquement américain du 6 juin 1944. En effet, dans le cadre d'une séquence pédagogique, en collège ou en lycée, il peut être utile de partir des représentations initiales de la Seconde Guerre mondiale des élèves, qui sont en majorité, dans nos classes, tournées vers le front Ouest, et fondées sur ce moment symbolique du débarquement. Il y a une raison à cela : depuis le grand succès du film de Steven Spielberg, **Il faut sauver le Soldat Ryan** (1998) [2], la représentation des premières heures du débarquement de 1944 en Norman-

die a connu un immense succès dans la culture populaire.

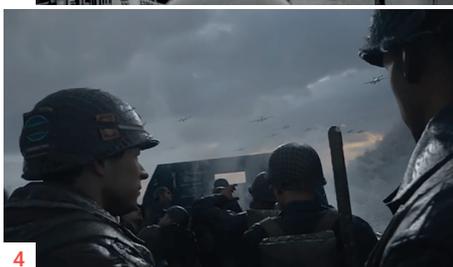
En effet, outre le succès du film en lui-même, cette scène filmée du point de vue des soldats, depuis une barge américaine, est devenu un passage obligé des jeux vidéo de Seconde Guerre mondiale, qui représentent plus de 60% des jeux de guerre produits dans le monde. Le premier exemple majeur, directement inspiré du film de Spielberg, est le jeu *Medal of Honor* (2002) [3], qui avait marqué l'histoire vidéoludique par une séquence à la première personne, particulièrement saisissante du point de vue visuel et sonore, dans les limites des possibilités techniques de l'époque, bien sûr. Bien plus proche de nous, la série *Call of Duty* [4], aux millions de joueurs, reproduisait l'épisode, presque seconde par seconde, avec des moyens graphiques démultipliés.

Cette diffusion a ancré dans les représentations la perception américaine du conflit, où les nazis ne sont souvent que des méchants caricaturaux (dans de nombreux films), ou des amas de pixels dans les jeux, des « PNJ » (personnages-non-joueurs), sur lesquels des millions d'avatars américains font feu sans trop s'interroger sur la logique éthique de ces « jeux de tirs à la première personne » (FPS).

Le documentaire nous invite donc à doublement nous décentrer : d'abord, il pousse à percevoir le conflit depuis l'œil allemand – ce que faisait d'ailleurs Spielberg dans sa scène inaugurale, en filmant également depuis le blockhaus d'où les nazis mitraillent les soldats américains –

mais il nous donne un exemple frappant du traitement médiatique de l'événement par la propagande nazie [5 et 6]. Les plages normandes, que nous sommes habitués à voir comme un théâtre de combats sanglants, sont ici vides d'hommes. S'il est possible de discerner le paysage bien connu – quelques barges, les « hérissons », ces croix en métal omniprésentes sur la plage – tout est fait par les informations allemandes pour ne pas montrer la bataille, au mieux ses conséquences, mais de manière très évasive. Ce « débarquement vécu par les Allemands », comme l'a décrit Benoît Rondeau, ne nous est pas familier.

Un procédé classique de la propagande nazie, face à une défaite indéniable, est d'attribuer à l'ennemi les atrocités commises par soi-même. Ainsi, les bombardements – que la Luftwaffe allemande réalise à cette date depuis cinq ans sur tout le territoire européen – sont filmés comme étant le seul fait des Alliés. Si les plans se fondent sur une réalité, il est intéressant de constater que dans la propagande nazie, les crimes de guerre sont toujours ceux des autres. La caméra préfère s'attarder sur la réaction des Français lors du passage des soldats anglo-américains prisonniers, les femmes frappant les soldats qui marchent en file indienne. Un autre procédé traditionnel de la propagande nazie est de toujours jouer sur des réflexes de racisme et de xénophobie : ainsi, dans la conquête de mai 1940, il est donné l'ordre aux caméras de se centrer sur les soldats de l'Empire colonial français [00:30:36 à 00:31:55]. Ce type de cadrage appuyé peut paraître



anodin : il se fonde en réalité sur des éléments historiques évidents pour tout Allemand de l'époque. En effet, alors même que l'Allemagne a possédé un vaste Empire colonial en Afrique (Togo, Cameroun, Kenya...), dans laquelle elle s'est rendue coupable du premier génocide du XX^e siècle contre les Hereros et les Namas en Namibie, les autorités allemandes ont reproché à la France et à l'Angleterre, en 1914-1918, l'utilisation

des troupes coloniales sur le front en Europe, considérant que les Alliés avaient fracturé la solidarité de la « race blanche ». C'est le sens de la phrase en sous-titre, qui accuse les Français d'honorer « ces nègres comme des frères ». Cela renvoie directement à une autre séquence de traumatisme, à savoir l'occupation de la Ruhr, cette région industrielle de l'Allemagne, par la Belgique et la France, en 1923. La propagande

d'extrême-droite s'en était donné à cœur-joie pour démontrer que les troupes coloniales violaient – au sens propre comme au sens figuré – l'Allemagne.

Ainsi, en une grande économie d'images, les actualités, à travers un regard, un *gaze* tout à fait colonial, ramènent les Allemands à leur traumatisme passé, et excite ainsi leur angoisse, et donc, potentiellement, leur mobilisation.

Les médias russes au service de la guerre en Ukraine (2022-2025)

LIEN AVEC LE MONDE CONTEMPORAIN

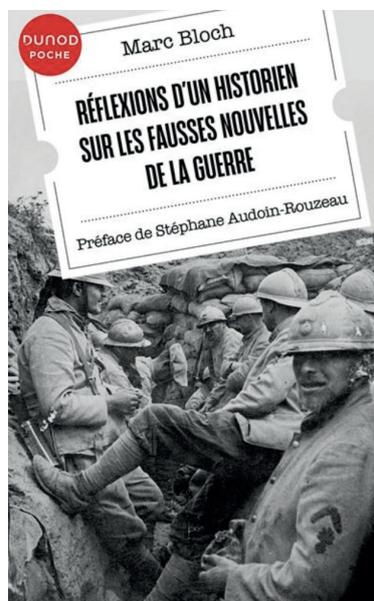
Guerre et propagande font bon ménage. Depuis la seconde invasion de l'Ukraine par Vladimir Poutine, en février 2022, une propagande nationaliste déjà présente depuis des années a fait un saut quantitatif pour servir les objectifs du conflit, que ce soit en dehors du territoire russe, ou auprès de la population. Le passé est déformé et tordu, mis au service de l'invasion : ainsi, les Ukrainiens sont dépeints comme des nazis en puissance, la guerre étant d'ailleurs appelée officiellement « opération militaire spéciale de dénazification et de démilitarisation de l'Ukraine ». Elena Volochine, journaliste et écrivaine, décrit cette Russie en guerre dans son récent livre *Propagande. L'arme de guerre de Vladimir Poutine* (Autrement, 2024). Dans un pays où 45% des personnes s'informent par Internet, la télévision reste tout de même un outil d'information massif et collectif.

La censure s'est abattue largement sur celle-ci et internet, pour défendre le récit officiel : c'est bien l'Occident qui attaque la Russie, pour lui imposer sa propre civilisation, et ainsi détruire l'essence même de l'originalité culturelle russe. Cette lutte pour la civilisation est également teintée d'une forte connotation religieuse, Moscou se percevant comme la « Troisième Rome », en charge de protéger la foi orthodoxe. L'émergence des réseaux sociaux a-t-elle changé quelque chose à notre perception du conflit, et à la possibilité, par un régime, de contrôler les images de guerre ? Elle a certainement eu un rôle, sur TikTok ou Instagram, dans la manière dont les opinions publiques européennes se sont émues du sort de l'Ukraine. Mais très rapidement, même face à des images sans

équivoque, comme à Odessa le 2 mai 2022, les médias traditionnels se chargent de semer le doute et de désinformer.

La guerre a inauguré une ère des rumeurs et du doute : dans ce cadre, si les images circulent plus librement qu'avant, et peuvent devenir virales, leur contenu n'en est pas pour autant plus facile à contextualiser.

Ainsi, les images de personnes attachées à des poteaux et frappés [1], au début de la guerre, avaient suscité beaucoup de questions. Le service CheckNews du journal *Libération* avait tenté de vérifier la traçabilité des informations et des images. Il soulignait, en mars 2022 que « plus que toute autre période, celle des guerres est sujette à la désinformation, qu'elle émane de sources inconnues ou d'autorités officielles ». Comme un écho, cent ans plus tard, à la *Réflexion d'un historien sur les fausses nouvelles de la guerre*, écrit par Marc Bloch en 1921.



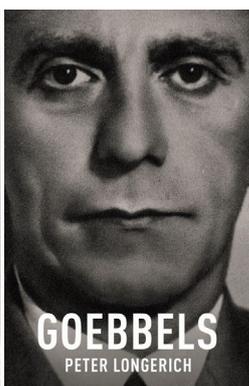
Analyser un contenu de propagande.

Choisir un document (publication TikTok ou Instagram, affiche, vidéo, déclaration, extrait du documentaire...) et vérifier l'information grâce à une grille de *fact checking* (énoncé ou image à vérifier, source du document, source fiable utilisée pour vérification, résultat – faux ou vrai contenu, conclusion).

Quelques questions pour aider les élèves à analyser les données : **Est-il possible d'identifier une source pour cette vidéo ? À défaut, possédez-vous des informations sur le site/compte qui les publie ? Quelle est la nature du document et son contexte de diffusion : date de publication, origine, objectif ? À qui s'adresse ce contenu ? Quels sont les mots, images ou symboles marquants ? Quels sont les objectifs ? Quels sentiments cherche-t-on à provoquer (peur, fierté, rejet) ? Essayer de repérer les manipulations éventuelles (faux, omission, exagération, contre-vérités...) Avez-vous l'impression qu'une intelligence artificielle a été utilisée pour produire ce contenu ? Si oui, pour quelles raisons ?**

Donner un avis critique argumenté sur le contenu.

À l'issue de ce travail, **réaliser une carte mentale** des mécanismes de la propagande médiatique russe concernant l'Ukraine depuis 2022 (contenus, vecteurs, cibles, intentions, méthodes, objectifs... (Cf. exemple sur cine-dossiers.fr)



Bibliographie

· Johann Chapoutot, Christian Ingrao, Nicolas Patin, *Le monde nazi*, Tallandier, 2024. Ce livre propose la première synthèse en langue française d'une histoire totale du nazisme, de la fondation du parti à la Seconde Guerre mondiale.

· Olivier Wieviorka, *Histoire totale de la Seconde Guerre mondiale*, Perrin, 2023. Le grand spécialiste de la Résistance propose une histoire chorale de la Seconde Guerre mondiale, en brochant tous les aspects du conflit (militaires, économiques, culturels).

· Peter Longerich, *Goebbels*, Héloïse d'Ormesson, 2013. Un des plus grands historiens du nazisme propose la biographie ultime du ministre de la Propagande. Il y évalue les succès et les échecs – nombreux – du ministre dans sa tentative de contrôler la culture allemande.

· Sönke Neitzel, Harald Welzer, *Soldats. Combattre, tuer, mourir. Procès-verbaux de récits de soldats allemands*, Paris, 2013. Un ouvrage essentiel pour comprendre les imaginaires et les motivations des soldats de la Wehrmacht, ainsi que la place de la propagande dans leur vision du monde.

· Paul Fussell, *À la guerre. Psychologie et comportements pendant la Seconde Guerre mondiale*, Paris, 2003 [1989]. Un soldat devenu historien livre un récit analytique incarné et désabusé de la réalité de la guerre, côté américain.

· Edward S. Herman, Noam Chomsky, *La fabrication du consentement. De la propagande médiatique en démocratie*, États-Unis, 1988. Un classique de l'analyse de ce que la guerre fait à l'information, y compris en démocratie. Un ouvrage engagé, qui interroge le régime de la vérité en temps de conflit.

· Benoît Rondeau, *Invasion ! Le Débarquement vécu par les Allemands*, Tallandier, Paris, 2014. Un retournement de perspective salutaire, écrit par un spécialiste d'histoire militaire et érudit sur la question.

Article

· Claire Aslangul-Rallo, « Signal (1940-1945) : propagande « universelle » ou adaptation à des publics hétérogènes », *Matériaux pour l'histoire de notre temps*, 2020/1 n°135-136. Un cadrage essentiel par la spécialiste de la propagande nazie durant la Seconde Guerre mondiale.

Filmographie

· Leni Riefenstahl, *La Lumière et les ombres* de Andres Veiel, Allemagne, 2024. Un portrait remarquable de LA cinéaste emblématique de la propagande nazie, à partir notamment de ses archives personnelles, et avec toutes les ambiguïtés et les zones d'ombre du personnage, avant, pendant et après la guerre.

· *L'Œil de Vichy* de Claude Chabrol, France, 1993. Une sélection des actualités cinématographiques tournées et diffusées sous le régime de Vichy, pour une étude comparée avec celles des nazis.

· *La Guerre d'Hollywood 1939-1945* de Michel Viotte, France, 2013. La mobilisation de toute l'industrie du cinéma américaine au service de la propagande anti-nazie, mais également pour soutenir le moral des troupes, participer au financement de l'effort militaire et filmer le conflit lui-même jusqu'à la libération des camps nazis.

· *Le Triomphe de la volonté* de Leni Riefenstahl, Allemagne, 1935. La grande cinéaste allemande filme le Congrès du parti nazi, à Nuremberg, en 1934. Son film, à l'esthétique grandiose, est devenu le symbole de la propagande hitlérienne.

· *Jojo Rabbit* de Taika Waititi, États-Unis, 2019. Sous couvert d'un récit enfantin et drôle, Taika Waititi offre une fiction ambitieuse sur l'embrigadement des jeunes dans l'Allemagne nazie. Un film accessible et profond.

· *La Fabrique du mensonge* de Joachim Lang, Allemagne, 2025. Une fiction qui ausculte la production de la propagande par Hitler et Goebbels. Malgré une utilisation discutable des archives et quelques raccourcis, le film permet de comprendre la démagogie à la tête de l'État.

cine-dossiers.fr

D'autres dossiers qui croisent les mêmes thématiques sont disponibles sur le site des Cine-dossiers :

· *Propaganda, la fabrique du consentement*, un documentaire qui revient sur les parcours d'Edward Bernays et les grands principes de ses théories de manipulation des masses.

· *Le Dictateur*, un des chefs-d'œuvre de Charles Chaplin et un modèle de contre-propagande par l'image.

· *The Mortal Storm*, un des premiers films qui montre, concrètement, quelles sont les méthodes d'embrigadement, d'intimidation, de pression idéologique utilisées par les nazis.

· *1984* montre un État soumis à l'emprise d'un parti unique qui peut conditionner, surveiller, condamner, torturer la population grâce à des technologies perfectionnées. Le classique visionnaire de George Orwell devenu le symbole de la dénonciation d'une société répressive, liberticide, sous surveillance et où la vérité est sans cesse manipulée.

Ciné-dossier rédigé par

Nicolas Patin, Maître de conférences en histoire contemporaine à l'Université Bordeaux-Montaigne, spécialiste du nazisme.

Coordination éditoriale :

François Aymé et **Julia Pereira**.