
Guerre et cinéma à l'époque nazie

Films, documentaires, actualité et dessins animés au service de la propagande

Claire Aslangul



Édition électronique

URL : <http://rha.revues.org/3023>
ISBN : 978-2-8218-0516-3
ISSN : 1965-0779

Éditeur

Service historique de la Défense

Édition imprimée

Date de publication : 15 septembre 2008
Pagination : 16-26
ISSN : 0035-3299

Référence électronique

Claire Aslangul, « Guerre et cinéma à l'époque nazie », *Revue historique des armées* [En ligne], 252 | 2008, mis en ligne le 06 août 2008, consulté le 30 septembre 2016. URL : <http://rha.revues.org/3023>

Ce document est un fac-similé de l'édition imprimée.

© Revue historique des armées

Guerre et cinéma à l'époque nazie

Films, documentaires, actualité et dessins animés au service de la propagande

Claire Aslangul

- 1 La guerre et l'image filmique entretiennent en Allemagne de longue date une étroite relation. La célèbre UFA (*Universum-Film AG*) est née en 1917 directement de la volonté de Ludendorff « d'influencer les masses dans l'intérêt de l'État »¹. La diffusion des premières véritables actualités cinématographiques (*Wochenschau*) a eu lieu le 23 octobre 1914, peu de temps après le déclenchement des hostilités. Les images filmées, puis des animations à caractère pédagogique, ont été utilisées dans la formation des soldats pour expliquer de manière claire le maniement de certaines armes ou le pilotage des avions. Il ne s'agit pas là cependant d'une spécificité allemande : le premier dessin animé anglais fut réalisé en 1899 pour soutenir les troupes engagées dans la guerre des Boers²...
- 2 À partir de 1933, dans la mesure où le « combat » (*Kampf*) est une valeur omniprésente dans l'idéologie national-socialiste et où tous les médias sont mis au service de la propagande, ces liens entre guerre et image animée se resserrent encore. Le cinéma apparaît comme un instrument unique pour conditionner les populations à la réalisation du programme nazi, incluant dans sa logique même la guerre qui permettra de donner à la « race des seigneurs » le « territoire qui lui revient de droit »³. Dans les pages qui suivent, nous nous pencherons surtout sur la représentation cinématographique de la guerre proprement dite – au sens d'affrontement entre les nations ; mais il faut garder à l'esprit que la lutte contre les ennemis internes et celle contre les États rivaux ne peuvent être complètement dissociées : les mêmes procédés de dénigrement sont à l'œuvre pour stigmatiser les différents types d'adversaires ; et par ailleurs, la violence mise en scène, notamment dans les œuvres antisémites, a contribué d'une manière générale à accoutumer les populations à l'utilisation de la force dans les relations interhumaines⁴.
- 3 La guerre est un thème important du cinéma nazi dès 1933, à travers entre autres la propagation de l'idéal du soldat et de la « légende du coup de poignard dans le dos » (qui implique la promotion de la « guerre de revanche »). Mais une fois arrivée la guerre, le cinéma doit essentiellement aider les populations à tenir – il propose alors surtout des

productions divertissantes, qui font oublier les rigueurs du conflit. Évoquer le cinéma dans la guerre, c'est donc aussi, paradoxalement, parler d'une certaine éviction de la guerre au cinéma – du moins dans le film de long métrage, car d'autres documents montrent au contraire les combats à l'envi. Nous verrons à cet égard le rôle complémentaire des différentes images filmiques. Mais pour comprendre les stratégies mises en œuvre par les dirigeants nazis, il faut commencer par présenter leurs conceptions en matière de cinéma et les moyens qu'ils se sont donnés pour les concrétiser.

Les images animées, un élément central de l'entreprise de propagande nazie

- 4 Pour Hitler et Goebbels, la culture en général est un enjeu fondamental : on sait les efforts qui ont été réalisés pour débarrasser la littérature et les arts de l'influence étrangère. On connaît les autodafés des livres d'auteurs « enjuivés » dès le printemps 1933, le discours sur la « guerre de purification et d'extermination » contre les œuvres picturales dites « dégénérées » en 1937, ainsi que la volonté d'affirmer la supériorité de l'art « germanique » par l'organisation annuelle d'une Grande exposition d'art allemand. Dans le domaine du film, on retrouve cette volonté qui cependant, parfois, mêle à la haine de l'étranger une admiration certaine : ainsi, dans le champ du film d'animation, pour un Hitler et un Goebbels qui raffolaient des films de Disney au point de les visionner en cachette ⁵, il s'agissait de surpasser l'ennemi ; « *les Américains peuvent le faire, pourquoi pas les Allemands ?* » répétait Hitler ⁶. Le discours de Goebbels le 28 mars 1933 affirme d'ailleurs la vocation de l'industrie cinématographique allemande à devenir une « puissance mondiale », à « conquérir le monde ». Le film apparaît donc comme un enjeu majeur de la guerre culturelle qui commence dès l'arrivée des nazis au pouvoir en janvier 1933, bien avant la guerre proprement dite dont elle doit constituer le prélude ⁷.
- 5 Le cinéma est aussi et surtout un vecteur de diffusion de l'idéologie dont l'efficacité est immédiatement perçue : Goebbels, qui se définit comme un « *amant passionné de l'art filmique* » ⁸ et s'autoproclame « *protecteur du film allemand* », voit dans le cinéma dès son discours du 9 février 1934 l'un des « *moyens de manipulation des masses les plus modernes* » ⁹. Fritz Hippler écrivait, quant à lui, en 1944 : « *En comparaison avec tous les autres arts, le film, par sa capacité à agir prioritairement sur le sens poétique et l'émotion, donc sur ce qui ne relève pas de l'intellect, a, d'un point de vue de la psychologie des masses et de la propagande, un effet particulièrement profond et durable.* » ¹⁰ La foi des nazis en leur propagande cinématographique se révèle dans des épisodes tristement célèbres : on sait par exemple que le film *Le Juif Süß* (Jud Süß) était projeté aux commandos SS comme « mise en condition » avant les exécutions de masse ¹¹. Le film *Retour au foyer* (Heimkehr), une des productions-clés de la propagande nazie, utilise un intéressant procédé de « mise en abyme » pour montrer, dans le film lui-même, la puissance mobilisatrice du cinéma : le tournant est constitué par un épisode où un couple d'Allemands de Pologne, pendant une projection, refuse de chanter l'hymne polonais qu'entonnent des spectateurs transportés par le visionnage des actualités montrant leurs troupes en parade...
- 6 Le régime nazi reconnaît aussi très rapidement la capacité du film à « *chasser l'ennui et les soucis* » ¹², bref à divertir les populations au sens étymologique du terme. Dans son discours du 27 novembre 1939 devant la Chambre impériale de la culture et les

représentants de l'organisation de loisirs La force par la joie (Kraft durch Freude), Goebbels affirme ainsi : « Plus les rues sont sombres, plus nos théâtres et nos salles de cinéma doivent les inonder de leur lumière. Plus les temps sont durs et plus l'art doit briller et s'élever pour être le consolateur de l'âme humaine. » Et c'est tout naturellement dans les années 1939-1945 que l'extraordinaire capacité du film à « *enchanter le monde* »¹³ sera le plus pleinement exploitée – le ministre de la Propagande et de la Culture populaire note dans son journal le 8 février 1942 : « Le divertissement est lui aussi aujourd'hui fondamental, si ce n'est décisif dans la guerre. » Notons qu'il est souvent difficile de faire la différence entre le film de propagande et le film de divertissement : Goebbels insistait lui-même pour dire que la seule propagande véritablement efficace était celle qui agissait sournoisement, sans que le public se rendît compte qu'il était l'objet d'une manipulation, et que les films sans intention politique apparente pouvaient être diablement efficaces au service du pouvoir¹⁴.

Des moyens considérables ...

- 7 Des moyens énormes sont engagés pour mettre sur pied (et contrôler) une industrie filmique à la hauteur des ambitions de Goebbels. Si certains projets échouent, notamment le développement d'une qualité de dessin animé capable de rivaliser avec celle de Disney, la production cinématographique va néanmoins connaître une impulsion décisive sous la dictature nazie : la production de courts et longs métrages augmente nettement – le *Reich* produit plus de films qu'aucun autre pays en Europe ; et en 1938, avec presque 5 500 salles de cinéma, soit 2 millions de fauteuils, l'Allemagne se place au deuxième rang après les États-Unis¹⁵.
- 8 Dès le 28 mars 1933, Goebbels insiste sur la nécessité, pour l'art cinématographique, de plonger ses racines dans la doctrine *völkisch*. Rapidement, les professionnels sont mis au pas : les Juifs sont exclus, les autres doivent faire partie de la « chambre du cinéma » pour continuer à exercer leur activité ; leurs films passent en « commission de censure ». Les nazis contrôlent en amont les capitaux nécessaires à la réalisation des films par le biais de la *Filmkreditbank*, et en aval, la critique ainsi que la diffusion. Là où il n'y a pas de cinéma, plus de 1 500 troupes mobiles organisent des projections ; des séances spéciales visent notamment les jeunes, dans le cadre des Jeunesses hitlériennes et dans les écoles. L'Allemagne parvient avec tous ces efforts à faire du cinéma un lieu important de la culture populaire. On estime en 1934-1935 à 250 millions le nombre d'entrées annuelles dans les salles obscures ; cinq ans plus tard, le chiffre atteint un milliard. Les fonds mis en œuvre sont considérables, notamment pour l'industrie du dessin animé dont Goebbels attend qu'elle rattrape ses vingt années de retard sur Disney : des dessinateurs de tous les pays sont appelés en renfort. Et pendant la guerre, ils sont considérés comme si importants qu'on les dispense de service militaire ou de travail obligatoire dans les usines ; on les installe dans les vastes locaux de l'école juive de la Kaiserstrasse à Berlin, puis des ateliers sont montés dans les différents pays occupés, où travaillent jusqu'à 500 animateurs.

... au service d'une stratégie très élaborée

- 9 Ces moyens financiers et humains exceptionnels servent une stratégie extrêmement raffinée. Certains longs métrages ont un caractère propagandiste avoué, et notamment,

on y retrouve comme thème évident celui de la guerre. Certains films sont moins caricaturaux, plus controversés, agissent de manière plus subtile. La majorité relève de la catégorie divertissement (*Unterhaltungsfilme*). Mais au fond, ces longs métrages ne sont pas toujours forcément l'essentiel, car ce qui compte, ce sont tous les documents filmiques que le spectateur voit quand il a pénétré dans la salle obscure. Ainsi, dès 1934, la projection de chaque film doit être précédée de celle d'au moins un « film culturel » (*Kulturfilm*), c'est-à-dire, à l'époque, un documentaire qui, sous l'apparence de la vérité et de la scientificité, distille en réalité l'idéologie nazie¹⁶ ; la guerre contre tous les ennemis du Reich y est régulièrement présentée comme une conséquence « logique » de la prétendue « supériorité de la race allemande ».

- 10 De plus, des actualités (*Wochenschau*) sont diffusées entre le « film culturel » et le long métrage, et leur visionnage est obligatoire à partir de 1938 – les caisses du cinéma sont fermées au début de la séance, ce qui signifie que le spectateur qui veut voir le long métrage doit subir nécessairement ces actualités. Elles sont sous contrôle renforcé depuis l'introduction par Goebbels, en 1935, de « l'office allemand des nouvelles », puis produites de manière centralisée par l'UFA. Elles présentent pendant la guerre des images authentiques rapportées par les compagnies de propagande qui accompagnent les différents corps d'armée, et qui doivent donner aux spectateurs l'impression d'être véritablement au cœur de l'action¹⁷. Ces images sont ensuite habilement mises en son et en scène dans les studios de Berlin, entrecoupées de séquences animées pédagogiques montrant l'avancée des troupes sur la carte de l'Europe.
- 11 Des publicités – ouvertes ou déguisées – renforcent l'impact des messages des autres documents filmiques¹⁸. Ainsi, pour vanter les mérites d'une marque d'aspirine en 1938, les dessinateurs montrent des canons bombardant de comprimés les vilains microbes. Le dessin animé La bataille de Miggershausen (*Die Schlacht um Miggershausen*, 1940) fait la promotion de la radio, à l'époque où est lancée la fabrication en masse du « récepteur du peuple », instrument fondamental de diffusion de l'idéologie : les troupes de petites radios animées partent à l'assaut d'un village et reçoivent l'ordre « d'occuper les fermes ! ». Comme le montre ce dernier exemple, il est parfois difficile de cerner de quelle catégorie relèvent certaines productions : La bataille de Miggershausen était officiellement classé dans la catégorie du *Kulturfilm*, bien qu'il n'ait pas de rôle proprement documentaire. Cette difficulté à cerner l'objet explique sans doute en partie que les films d'animation, malgré le potentiel d'inventivité qui s'y déploie, restent le parent pauvre de l'analyse des historiens contemporains¹⁹.
- 12 On retiendra quoi qu'il en soit la variété et la complémentarité des différents types de documents filmiques présentés au spectateur ; chacun remplit des fonctions bien particulières, mais ils sont tous au service de l'idéologie. Et si, pendant la guerre, entre 50 et 80 % des films produits n'évoquent pas les combats, ni directement ni indirectement, la propagande n'en est que rarement absente : ainsi, par exemple, dans le film de 1939 sur le médecin et prix Nobel Robert Koch, l'omniprésence du vocabulaire martial, qui apparaît dans le titre (*Combattant contre la mort/Bekämpfer des Todes*) et dans les dialogues, ne peut manquer de frapper le spectateur. Et de toute façon, même les films les plus apolitiques ont un rôle déterminé dans la stratégie des nazis : ils sont conçus pour attirer le spectateur dans les salles obscures²⁰, où il devra subir le martèlement des actualités.

D'une guerre à l'autre : les héros guerriers d'hier, des modèles

- 13 Parmi les productions de la période nazie, on trouve un grand nombre de films mettant en scène des épisodes guerriers. Quand ils sont « ancrés » dans une période ancienne, ils permettent de présenter les héros allemands du passé comme des modèles (Bismarck ou Frédéric le Grand) et/ou de stigmatiser les nations ennemies. Avec l'accumulation des difficultés, à partir de 1942, on s'attarde sur des épisodes historiques douloureux mais qui finalement se sont soldés par des victoires : le récit du siège de Kolberg, en 1806, doit ainsi encourager les populations de 1945 à croire que même les luttes les plus féroces ne sont que des étapes vers la libération.
- 14 Dans la catégorie des films qui diabolisent l'ennemi (pointant à la fois sa fourberie, qui justifie le combat, et sa faiblesse, qui promet la victoire), on retiendra comme exemplaires *Le malheur des Frisons* (Frisennot, 1935) et *Ohm Krüger* (1941) : le premier relate la vie paisible des Allemands de la Volga bouleversée par l'arrivée de l'Armée rouge, dont les soldats brutaux et sanguinaires maltraitent les braves villageois et violent les filles. Le second raconte un épisode de la guerre des Boers (1899-1902) : on y voit les Anglais provoquant des émeutes sociales pour justifier une intervention qui vise en réalité à contrôler les ressources minières sud-africaines. Les exactions contre les civils sont montrées à l'envi ; en particulier, dans un camp de concentration anglais, la femme de Krüger est exposée à des traitements inhumains. Le film s'achève sur la « prophétie » qu'on imagine bienvenue en 1941 : « *Un jour, des peuples grands et puissants se dresseront contre la tyrannie britannique et anéantiront l'Angleterre. Dieu sera à leurs côtés. Et la voie sera ouverte vers un monde meilleur.* » Un autre grand film « historique » mêle stigmatisation de la « ploutocratie anglaise » et de l'ennemi juif : *Les Rothschild* (*Die Rothschilds – Aktien von Waterloo*, 1940) présente l'ascension sociale de la famille de banquiers qui repose, selon les scénaristes, sur une tromperie : la diffusion par les Rothschild (de Francfort, Paris et Londres) d'une fausse nouvelle – la victoire de Napoléon à Waterloo – entraîne la chute des actions anglaises ; les banquiers, après avoir dérobé l'argent que leur a confié le prince électeur de Hesse, en profitent pour bâtir leur fortune. Le commissaire du Trésor britannique s'allie à Nathan Rothschild pour partir à la conquête de l'Europe.
- 15 Certaines scènes de ce film sont utilisées dans *Le Juif éternel* (*Der ewige Jude*, 1940), qui est présenté comme un film documentaire, et qui abonde donc dans le sens du récit historique grâce à une présentation dont le contenu de vérité est apparemment incontestable. La collusion entre les Juifs et les Anglais est complétée ici par la dénonciation de l'emprise supposée de la « juiverie cosmopolite » sur le monde financier américain. Par ailleurs, le documentaire montre des scènes « réelles » de ghettos polonais, où l'on voit les Juifs vivre au milieu des insectes, et où leur diaspora est mise en parallèle avec les migrations des rats et la diffusion de la peste. Anglais, Américains, Polonais « subsumés » dans la figure du « Juif éternel » : l'agitation antisémite est ici utilisée pour dénigrer tous les ennemis auxquels l'Allemagne a affaire en cette première période de la guerre. Le procédé illustre à merveille l'un des principes de la propagande identifiés par Domenach²¹ : celui de la simplification, avec la réduction de tous les adversaires à la figure d'un ennemi unique.
- 16 Les épisodes du passé sont donc présentés comme directement liés à l'actualité, à la fois par la « morale » qu'il faut en tirer, complaisamment présentée dans la bande son, et par

la présentation concomitante de documentaires qui mélangent les différentes strates temporelles et les aires géographiques, avec toujours le même but : rappeler qui sont les héros et qui sont les ennemis, de la manière la plus manichéenne possible. Dès 1925, dans *Mein Kampf*, Hitler avait mis l'accent sur « l'imbécillité des masses » et la nécessité d'une propagande simplificatrice, réduite à des messages clairs ²².

- 17 Parmi les « films culturels » qui accompagnent les longs métrages, on peut aussi trouver des dessins animés comme *Mariage dans la mer de corail* (*Hochzeit im Korallenmeer*, 1943) qui effectuent un autre type de transposition. Ils transportent le spectateur dans un monde imaginaire, tout en délivrant souvent un message subreptice qui renforce l'histoire dramatisée du long métrage, la présentation « objective » du documentaire, et la description « authentique » des actualités : ici, les gentils poissons qui préparent leurs noces voient leurs perles dérobées par un méchant poulpe, avec lequel s'engage une lutte féroce. Rien que de très innocent, si ce n'est que le poulpe porte une chapka et exécute des danses folkloriques russes, alors que le cortège final triomphant des poissons est une marche militaire avec des drapeaux aux couleurs du Reich...

Les héros contemporains et leurs exploits

- 18 Si la transposition en d'autres époques et d'autres lieux du combat de l'Allemagne contre différents ennemis est un procédé souvent réquisitionné par la propagande, d'autres documents cinématographiques sont ancrés plus directement dans le présent. C'est très net pour un certain nombre de films produits pendant la guerre, qui mettent en scène des épisodes tout à fait contemporains, afin d'aider les Allemands à croire que le combat sera victorieux : *Sous-marins, vers l'Ouest !* (*U-Boot westwärts !*, 1941) vante ainsi les exploits et le sens du sacrifice des marins allemands confrontés aux Hollandais et aux Anglais.
- 19 La guerre n'est cependant pas, loin de là, uniquement un thème des productions d'après 1939. Dès l'arrivée des nazis au pouvoir, les combats de rue des années 1920 et 1930 sont présentés comme une première étape vers la guerre qui redonnera au Reich sa grandeur bafouée à Versailles en 1919. Les héros et martyrs de la « période de lutte » (*Kampfzeit*) qui a permis aux nazis d'arriver au pouvoir sont à l'honneur dans la fameuse trilogie de 1933 (*SA-Mann Brand*, *Hitlerjunge Quex* et *Hans Westmar*) ; leur combat contre les communistes, mis en parallèle par des flash-back avec les exploits des héros de 14-18, laisse augurer des triomphes à venir. Après 1939, les longs métrages s'attachent encore davantage à montrer la continuité entre la Première Guerre mondiale et la guerre en cours qu'il faut légitimer : dans *Frères de sang* (*Blutsbrüderschaft*), deux soldats amis vont se séparer en 1918, s'opposer dans l'entre-deux-guerres (notamment, ils convoitent la même femme), puis se réconcilier « au nom du sang » et prendre les armes contre « l'ordre de Versailles ».
- 20 Ici, comme dans d'autres films de propagande guerrière, le spectateur est tenu en haleine par les intrigues amoureuses qui ponctuent les parcours des héros. Jouer sur l'émotion (l'admiration, la peur) pour exciter la haine de l'ennemi, c'est aussi la fonction de dessins animés comme *Le trouble-fête* (*Der Störenfried*, 1940) : un renard vient semer la terreur dans la forêt – cette forêt, symbole de l'Allemagne, qu'on retrouve dans *La forêt éternelle* (*Ewiger Wald*, 1936) et d'autres films de la tendance « *Blut-und-Boden* » ; les hérissons, coiffés de casques de la *Wehrmacht*, s'unissent aux abeilles, dont le dard est devenu une mitraillette et qui s'organisent en efficaces escadrons pour terrasser l'animal malfaisant (qui sert aussi souvent à représenter le Juif ²³) ; la bande son reproduit, pendant le piqué

des abeilles, le bruit de la chute des bombes. L'ancrage dans le présent est assuré par d'autres détails, comme la présence, dans une séquence, d'une affiche de la campagne contre les espions (*Feind hört mit !*). La magie de la couleur – à l'époque où tous les autres documents filmiques sont en noir et blanc – est très directement mise au service de la propagande guerrière.

- 21 On comprend qu'il s'agit ici aussi de diffuser l'idée d'une guerre défensive et juste. De nombreux documents cinématographiques martèlent ce message, comme le fameux *Retour au foyer* (*Heimkehr*, 1941), tourné sur ordre express de Goebbels pour justifier l'invasion de la Pologne le 1^{er} septembre 1939, et qui est parfois considéré comme le film de propagande nazie le plus abouti²⁴. On y voit les Allemands de Pologne réclamer en vain le respect des minorités et subir les pires humiliations. Ils sont sauvés des mains de Polonais enragés par les troupes du *Reich*. La version romancée et mélodramatique des événements est complétée par les images « authentiques » de documentaires comme *Le baptême du feu*. La campagne de Pologne (*Feuertaufe. Der Film vom Einsatz unserer Luftwaffe im polnischen Feldzug*, 1939).

Mobiliser (et distraire) toute la « communauté du peuple allemand »

- 22 Les films que nous venons d'évoquer sont prévus en général pour une diffusion « tous publics », même si certains sont interdits aux jeunes ou présentés à certaines catégories de populations dans des versions édulcorées²⁵. Mais en temps de guerre, il faut aussi mobiliser le front de l'arrière – et donc les femmes – de manière plus spécifique²⁶. Les héros masculins continuent à être mis en valeur, en particulier les séduisantes figures de « chevaliers du ciel » : dans *Stukas* (1941)²⁷, un jeune officier de l'armée de l'Air blessé au cours d'un assaut redécouvre le sens du combat en écoutant Wagner à Bayreuth, et retourne enthousiaste au front. Cependant, les récits d'aventures où les héroïnes féminines jouent un rôle non négligeable sont légion. Dans *Une belle journée* (*Ein schöner Tag*, 1943), Barbara soutient activement les soldats partis au front en leur préparant des paquets – elle est tout le contraire de la Petite oie stupide (*Das dumme Gänselein*), qui passe son temps à se pomponner et qui, sur fond sonore d'une troublante mélodie yiddish, cède à la séduction du renard dans un dessin animé de 1944... Dans le mélodrame *Concert pour la Wehrmacht* (*Wunschkonzert*) (1940), qui mélange habilement l'histoire intime et la grande histoire en train de s'accomplir, le lien entre le front et l'arrière est maintenu grâce à l'écoute simultanée d'une émission de radio par les deux protagonistes amoureux. Avec 26 millions de spectateurs, c'est l'un des plus grands succès commerciaux de l'époque nazie.
- 23 Un autre film à succès narre l'histoire d'amour entre un aviateur et une chanteuse de variété. Les séparations dues à la guerre, les blessures du jeune officier mettent à l'épreuve la valeur d'un Grand amour (*Die grosse Liebe*, 1941-42) ; l'intrigue fait rêver le public, l'emmenant dans les théâtres et les paysages de Paris, Rome, du désert africain ; et le spectateur garde en mémoire la mélodie de la bande son, qui deviendra l'une des chansons les plus populaires de la Seconde Guerre mondiale, au titre éminemment consolateur : « *Un jour, un miracle se produira* » (« *Es wird einmal ein Wunder geschehen* »). Mais il s'agit bien d'un film de propagande guerrière, au cours duquel l'héroïne, incarnée par Zarah Leander, apprendra l'abnégation et le sens du devoir. D'ailleurs, comme

Concert pour la *Wehrmacht*, Le grand amour contient des scènes tirées des actualités tournées sur le front. Et il s'achève sur le couple réuni, qui regarde confiant vers l'avenir, tandis que le ciel est traversé par des escadrons de bombardiers allemands.

- 24 Les différentes formes de documents filmiques visaient à un conditionnement total de la population, avant et pendant la guerre. Les documentaires et les actualités, avec leur valeur de « preuve objective », faisaient davantage appel à la raison, au bon sens commun, tandis que des comédies, dessins animés divertissants, mélodrames et publicités misaient essentiellement sur l'imagination. La manipulation des émotions était assurée par d'éloquents bandes son, commentaires guidant l'interprétation ou musique habilement choisie. La guerre dans la production filmique nazie apparaît ainsi comme un thème chatoyant : la guerre « réelle » y est tantôt un véritable sujet, avec ses héros et ses martyrs, tantôt un simple décor et l'arrière-plan des actions individuelles ; le combat des bons contre les méchants apparaît de manière plus pernicieuse dans des productions qui déplacent la lutte dans d'autres temps et d'autres lieux.
- 25 Diffuser les valeurs essentielles à l'engagement puis à la poursuite des hostilités (le sens du devoir, le respect de l'autorité, la fidélité jusqu'à la mort), mais aussi faire oublier les rigueurs du sacrifice, voilà donc ce que devait permettre le cinéma. On ne saurait évaluer précisément dans quelle mesure l'image animée a effectivement rempli le rôle que lui avaient assigné les dirigeants nazis ; il n'en reste pas moins qu'elle apparaît comme un facteur important dans le soutien de la population à la politique expansionniste de Hitler. Et c'est bien mus par l'idée d'un cinéma de propagande dangereusement efficace que les alliés, après 1945, ont interdit de diffusion la plupart des films évoqués dans cet article ²⁸
- ...

ANNEXES

Extraits du discours de Joseph Goebbels à la Chambre cinématographique du Reich, le 15 février 1941. Traduit d'après l'original reproduit in : ALBRECHT (Gerd), *Der Film im 3. Reich*, Karlsruhe, Schauburg & Doku Verlag, 1979, p. 70-97.

« Nous autres Nationaux-socialistes sommes les premiers à avoir eu une représentation pratique de la totalité de la guerre, c'est-à-dire de l'implication absolue et entière de tout le peuple dans la guerre, (...) loin de l'idée réactionnaire que la guerre serait seulement le fait des soldats (...). C'est pourquoi nous avons engagé dans le domaine spirituel et psychologique les préparatifs nécessaires pour ne pas devoir revivre un drame national similaire à celui du 9 novembre 1918. (...) »

Pour cette raison, ce que nous entendons par propagande, le combat pour l'âme d'un peuple, prend une autre signification (...). Il ne s'agissait pas pour nous avant tout ou seulement de conquérir le pouvoir, mais de conserver le pouvoir et de mettre en œuvre tous les facteurs pouvant nous assurer la conservation de ce pouvoir et du peuple ; le peuple devait garantir notre pouvoir. Cela veut donc dire que nous devons transporter dans l'esprit de la masse des schémas de pensée lapidaires, (...) nous devons les rendre primaires, simples, les broser à grands traits, de sorte que n'importe quel homme de la rue soit en mesure de les comprendre. (...) »

Le film n'est dans ce contexte pas seulement un moyen de distraire, c'est un moyen pour éduquer, (...) éduquer un peuple à faire valoir ses revendications vitales. Cela, le film peut le faire cependant aussi par le moyen du divertissement. (...) Il est d'ailleurs tout à fait conseillé de dissimuler le rôle pédagogique (du cinéma), de ne pas le laisser apparaître au grand jour, d'agir selon le principe que l'intention ne doit pas être remarquée si l'on ne veut pas ennuyer. C'est bien cela, le vrai grand art, éduquer sans monter sur scène avec la revendication de l'éducateur, réaliser certes une mission d'éducation, mais sans que l'objet de l'éducation ne remarque en aucune manière qu'il est éduqué, c'est cela, d'une manière générale, la véritable mission de la propagande. La meilleure propagande, ce n'est pas celle dans laquelle les véritables éléments de la propagande sont visibles, la meilleure propagande, c'est celle qui pour ainsi dire agit de manière invisible, qui imprègne toute la vie publique sans que les gens, d'aucune manière que ce soit, aient la moindre conscience qu'il s'agit d'une initiative propagandiste. »

NOTES

1. Lettre de Ludendorff au ministère de la Guerre le 4 juillet 1917, citée in : WOLFGANG (Jacobsen), ANTON (Kaes), HELMUT (Prinzler Hans), *Geschichte des deutschen Films*, Stuttgart/Weimar, Metzler, 2004, p. 37.
2. ROFFAT (Sébastien), *Animation et propagande. Les dessins animés pendant la Seconde Guerre mondiale*, Paris, L'Harmattan, 2005, p. 15.
3. HITLER (Adolf), *Mein Kampf* (1925), Munich, Eher, 1934, p. 739.
4. Cf. le discours de politique étrangère d'Hitler à Munich, le 10 novembre 1938 : « Il était nécessaire de changer progressivement la psychologie du peuple allemand et de lui montrer lentement qu'il y a des choses qui, quand on ne peut pas les obtenir par des moyens pacifiques, doivent être imposées par la force. Pour cela, il fallait non pas propager la violence en tant que telle, mais présenter au peuple allemand certains faits (...) de telle manière que ce soit la voix intime du peuple lui-même qui finisse lentement par réclamer, à corps et à cris, la violence. », cité d'après WOLFGANG (Michalka) (éd.), *Das Dritte Reich*, vol 1, Munich, DTV, 1985, p. 262.
5. Suite à la réalisation par Disney de films antinazis, les dessins animés américains sont interdits de diffusion en Allemagne. Goebbels se vante pourtant de pouvoir se les procurer pour contenter le Führer : « J'ai offert au Führer 12 films de Mickey Mouse pour Noël. Il se réjouit de ce trésor », note-t-il dans son journal le 20 décembre 1937. Voir les documentaires de Ulrich Stoll, *Quand Hitler rêvait de Mickey - Dessin animé et croix gammée*, De Campo, WDR, ARTE, 1999, et Sharon K Baker, *Cartoons go to war*, Teleduction, A&E Network, 1995.
6. CARSTEN (Laqua), *Wie Micky unter die Nazis fiel. Walt Disney und Deutschland*, Reinbek, Rohwoldt, 1992.
7. Cette continuité/complémentarité entre « guerre des esprits » et « guerre sur le terrain » apparaît bien dans la première phrase de l'accord conclu entre Goebbels et le chef de la *Wehrmacht*, le général Wilhelm Keitel, à propos de la mise sur pied des « compagnies de propagande » qui accompagneront bientôt les troupes : « La guerre de propagande est reconnue dans ses principes essentiels comme aussi importante dans la conduite du conflit que la guerre des armes », d'après : HOFFMANN (Hilmar), *Und die Fahne führt uns in die Ewigkeit". Propaganda im NS-Film*, Francfort, Fischer Taschenbuch, 1988, p. 288.
8. Discours du 28 mars 1933.
9. D'après : LEISER (Erwin), *"Deutschland erwache!". Propaganda im Film des Dritten Reiches*, Reinbek, Rowohlt, 1968, p. 40.
10. Hippler dans le journal *Film-Kurier* du 5 avril 1944, cité ici d'après Hoffmann, 1988, *op.cit.*, p. 5.
11. COURTADE (Francis), CADARS (Pierre), *Histoire du cinéma nazi*, Paris, Eric Losfeld, 1972, p. 196.

12. Goebbels, discours du 28 mars 1933.
13. O'BRIEN (Mary-Elizabeth), *Nazi cinema as enchantment. The politics of entertainment in the Third Reich*, New York, Camden House, 2004.
14. Cf. son discours à la chambre cinématographique du Reich le 15 février 1941. On notera au passage que parmi les difficultés qui surgissent pour qui analyse de nos jours les films nazis, il y a justement celle qui est de saisir à sa juste mesure l'intention propagandiste, car en visionnant ces documents, on est tenté de voir partout de la propagande, ou de ne plus la voir nulle part à force d'y être plongé. Et on risque aussi de commettre des contresens, car certaines allusions nous sont aujourd'hui difficilement déchiffrables : les images filmiques ne prenaient autrefois leur sens qu'insérées dans un réseau d'images courantes pour le public de l'époque – photos de presse, affiches, illustrations des livres pour enfants, cartes postales, etc.
15. Cf. Courtade & Cadars, 1972, *op.cit.*, p. 31. D'une manière générale, la période nazie étant une page sombre de l'histoire du cinéma, on est embarrassé de parler des prouesses techniques (et esthétiques) des années 1933-1945. La diffusion des films de Leni Riefenstahl, par exemple, provoque chaque fois le même type de controverse. Il faut pourtant bien reconnaître que la période nazie a été un puissant vecteur de modernisation de l'industrie cinématographique, et le champ d'expériences artistiques qui ont laissé une empreinte durable sur la culture visuelle de toute la suite du XX^e siècle. Pour une discussion critique de cet épineux sujet et notamment le décryptage de l'influence de L. Riefenstahl sur le cinéma contemporain, voir par exemple : KULLER (Christiane), « Der Führer in fremden Welten: das Star-Wars-Imperium als historisches Lehrstück ? », *Zeithistorische Forschungen/Studies in Contemporary History*, 3 (2006).
16. DELAGE (Christian), *La vision de l'histoire à travers le cinéma documentaire du Troisième Reich*, Paris, L'âge d'homme, 1989.
17. HOFFMAN (Kay), « "Nationalsozialistischer Realismus" und Film-Krieg. Am Beispiel der "Deutschen Wochenschau" », in : Segeberg Harro (éd.), *Mediale Mobilmachung. Das Dritte Reich und der Film*, Munich, Fink, 2004, p. 151-180.
18. AGDE (Günter), « Das Ornament der Sache. Werbe- und Trickfilm im Dritten Reich », Segeberg, 2004, *op.cit.*, p. 45-70.
19. Un seul ouvrage français prend au sérieux les dessins animés comme media privilégié de la propagande : voir Roffat, 2005, *op.cit.* Et si l'Allemagne y est bien présentée, il manque encore une monographie sur le sujet ; en Allemagne, les ouvrages sur le film d'animation donnent le plus souvent une place marginale à période nazie en particulier et à la potentielle dimension propagandiste du support en général (voir par exemple : SCHOEMANN (Annika), *Der deutsche Animationsfilm. Von den Anfängen bis zur Gegenwart 1909-2001*, Gardez ! Verlag, Sankt Augustin, 2003).
20. Le journal hollandais *Film en Kultuur* de mars 1944, commentant la diffusion du dessin animé *Verwitterte Melodie* qui a bien rempli cette fonction : « Il faut bien avouer que l'amateur des salles obscures n'aime pas rater les dessins animés. (...). Il y a tellement de choses qui nous manquent pendant la guerre. On s'est ainsi habitué à ne plus voir de dessins animés américains. Mais voilà qu'arrivent sur les écrans, et en couleurs, ces sympathiques animaux. » (cité par Roffat, 2005, *op.cit.*, p. 75).
21. DOMENACH (Jean-Marie), *La propagande politique*, Paris, PUF, 1954.
22. « Il est mauvais de donner à la propagande les nuances que l'on trouve par exemple dans un enseignement scientifique. La capacité d'absorption de la grande masse n'est que très limitée, sa compréhension faible, et en même temps sa capacité à oublier très grande. À partir de ces constats, il faut que la propagande se limite à un très petit nombre de points et qu'elle martèle ces derniers jusqu'à ce que l'homme le plus simple parvienne à se représenter ce qu'on veut qu'il se représente », *Mein Kampf*, *op.cit.*, p. 198.
23. Cf. le thème et les illustrations du livre pour enfants d'Elvira Bauer, édité en 1936 par Julius Streicher aux éditions Stürmer : « Ne te fie pas au renard dans le vert champ, ni au Juif dans son serment! (Trau keinem Fuchs auf grüner Heid und keinem Jud bei seinem Eid!) », ou le dessin animé *Le*

petit arbre qui voulait d'autres feuilles (*Vom Bäumlein, das andere Blätter hat gewollt*, 1940): le Juif cupide qui dépouille l'arbre de ses feuilles d'or est accompagné du renard et du corbeau.

24. Pour l'écrivain Jelinek Elfriede, qui a inséré dans sa pièce *Burgtheater* des extraits de dialogues de ce film, c'est « le film le plus terrible de la propagande nazie », cf. l'interview de Jelinek dans le magazine *Format*, 15 mai 2000. Pour une présentation de l'intrigue et des procédés à l'œuvre dans ce film, voir : TRIMMEL (Gerald), *Heimkehr (Strategien eines nationalsozialistischen Films)*, Vienne, Werner Eichbauer, 1998.

25. Dans *Le Juif éternel*, la version destinée aux femmes et aux enfants fait l'économie de la scène de la fin, dans laquelle on voit l'abattage rituel des animaux, qui doit présenter les Juifs comme des « barbares » et légitimer leur exclusion, voire leur élimination. On soulignera que la loi du 16 février 1934 ayant aboli l'interdiction d'entrée dans les cinémas pour les moins de 6 ans, des enfants très jeunes, avant même leur entrée dans la *Hitlerjugend*, peuvent assister aux séances entières... et voir y compris le(s) documentaire(s) et les actualités !

26. Les Allemands ont inventé à ce propos une catégorie de films spécifique, les *Durchhaltefilme* ; littéralement, ce sont les « films qui aident à tenir ».

27. On pourrait citer ici aussi *D III 88*, de 1939, et *L'escadron Lützow (Kampfgeschwader Lützow)* de 1941.

28. Cf. le site www.filmportal.de, sur les critères d'interdiction actuels en Allemagne (« *Kriterienkatalog verbotener NS-Filme* »). Je tiens ici à remercier les personnes suivantes, qui ont mis à ma disposition leurs archives privées et m'ont aidée lors de la recherche documentaire : F.Beau, dessinateur de films animés, S.Roffat et E. Glon, chercheurs, B.Capitain (*Deutsches Filminstitut*, Wiesbaden), P.Feindt (*Institut des wissenschaftlichen Films*, Göttingen), A. Eckardt (*Deutsches Institut für Animationsfilm*, Dresde).

RÉSUMÉS

Les dirigeants nazis ont reconnu précocement que le cinéma était « l'un des moyens de manipulation des masses les plus modernes » (Goebbels, 1934). Des moyens considérables ont alors été réquisitionnés pour soutenir la politique expansionniste de Hitler et remporter également la « guerre culturelle ». Au-delà de la diffusion de valeurs martiales, les images filmiques devaient aussi divertir et faire oublier les rigueurs du conflit. Films historiques et de fiction, documentaires, « actualités », dessins animés, publicités : avec des stratégies de communication extrêmement raffinées, le régime a encouragé le développement de productions cinématographiques aux fonctions complémentaires, et a fait des salles obscures un véritable lieu de « culture populaire ». Difficiles d'accès, car soupçonnés d'être aujourd'hui encore très efficaces, les documents filmiques de cette époque méritent l'attention des chercheurs, qui ont longtemps négligé certaines sources comme les dessins animés.

War and Cinema in the Nazi era: Movies, documentaries, news, and cartoons in the service of propaganda. The Nazi leaders recognized early that cinema was "one of the most modern means of manipulating the masses" (Goebbels, 1934). Considerable resources were then requisitioned to support the expansionist policies of Hitler and also win the "cultural war". Beyond the spread of martial values, film images could also entertain and make people forget the hardships of the conflict. Fictional and historical films, documentaries, "news", cartoons, and advertisements: With communication strategies extremely refined, the regime encouraged the development of

film productions in complementary areas, and made obscure theatres a veritable place of “popular culture”. Difficult to access, due to suspicions of its still being very effective, the film footage of that era deserve the attention of researchers, who have long viewed some sources as cartoons.

INDEX

Mots-clés : Allemagne, cinéma, Deuxième Guerre mondiale, propagande

AUTEUR

CLAIRE ASLANGUL

Normalienne, agrégée d'allemand, diplômée de Sciences-po Paris et docteur en études germaniques, Claire Aslangul est maître de conférences à l'université Paris IV-Sorbonne. Ses travaux portent sur la culture visuelle de la guerre dans les œuvres d'art, cartes postales et affiches du XX^e siècle.