



ACCOMPAGNEMENT PÉDAGOGIQUE

Lexique

Propagande : Action systématique exercée sur l'opinion pour lui faire accepter certaines idées ou doctrines, notamment dans le domaine politique ou social.

Slogan : Outil de propagande, comme le logo, le symbole, la récupération.

Jean Jaurès : Socialiste, pacifiste et grand orateur, il fut l'un des principaux fondateurs du Parti socialiste français, s'opposa à la Première Guerre mondiale et fut assassiné.

Extrême droite : terme employé pour classer des mouvements, des organisations ou des partis politiques placés le plus à droite en politique souvent identifiés comme islamophobes, antisémites, nationalistes, homophobes ou encore sexistes.

L'assertion : Proposition soutenue comme vraie. Il s'agit de poser une vérité sans la démontrer.

Régime totalitaire : Régime où un homme ou un parti impose une idéologie officielle par des moyens répressifs et une très forte propagande.

Le national-socialisme : Plus couramment désigné en français sous l'abréviation nazisme, est l'idéologie politique du Parti national-socialiste des travailleurs (NSDAP), parti politique d'extrême droite fondé en Allemagne en 1920 et dirigé par Adolf Hitler.

Joseph Goebbels : Aux côtés d'Adolf Hitler, Joseph Goebbels fait partie des dirigeants du nazisme. Il mène une carrière politique à la tête de la propagande du Troisième Reich.

Pacifiste : Partisan de la paix entre les nations ; adversaire du recours à la guerre.

Mouammar Kadhafi : Ancien dirigeant de la Libye, qui dirigea le pays de 1969 à 2011.

Saddam Hussein : Homme politique irakien. Il est mort le 30 décembre 2006 à Bagdad (Irak). Il fut au pouvoir de 1979 à 2003.

Vladimir Poutine : Homme politique russe. Depuis 1999, il est la figure centrale de l'exécutif, alternativement comme président du gouvernement (1999-2000 et 2008-2012) et président de la fédération de Russie (par intérim de 1999 à 2000, et de plein exercice de 2000 à 2008 et depuis 2012).

Guerre économique : Guerre militaire lancée pour des objectifs économiques.

Idéologie : Système d'idées, d'opinions, de convictions, constituées en doctrine.

LA PROPAGANDE



DISPOSITIF PÉDAGOGIQUE POUR EXPLOITER LA VIDÉO



Les 10 principes de la propagande de guerre sont :

- nous ne voulons pas la guerre
- le camp adverse est le seul responsable de la guerre
- le chef du camp adverse a le visage du diable (ou « l'affreux de service »)
- c'est une cause noble que nous défendons et non des intérêts particuliers
- l'ennemi provoque sciemment des atrocités, et si nous commettons des bavures c'est involontairement
- l'ennemi utilise des armes non autorisées
- nous subissons très peu de pertes, les pertes de l'ennemi sont énormes
- les artistes et intellectuels soutiennent notre cause
- notre cause a un caractère sacré
- ceux (et celles) qui mettent en doute notre propagande sont des traîtres

Piste 1 : Analyse d'un discours politique.

La propagande et la communication politique s'occupent de la mise en place des relations de pouvoir entre les groupes qui sont internes ou externes à la société, qui, à son tour est culturellement et historiquement bien structurée.

Par cet exercice nous allons étudier quelques stratégies communicatives et rhétoriques qui sont pour la plupart adoptées par les partis ou les mouvements politiques pour convaincre les citoyens en ce qui concerne les visions spécifiques de la société et, en particulier, les différentes

représentations des groupes sociaux dont ils font partie.

La propagande est fort proche de la publicité, du discours politique en général, ou d'autres moyens de communication. Mais comment faire la part des choses?

Sur base de la vidéo Quid, nous pouvons lister différents principes de la propagande de guerre.

Demander aux élèves de relever ces principes dans la vidéo.

Les élèves analyseront ensuite un discours politique en séparant les promesses électorales, les informations, la communication et la propagande.

À partir de ce discours, nous verrons également les différentes techniques de propagande utilisées par les politiciens : [Vidéo](#)

Lisez le discours dans sa version écrite que voici:

Discours de Marine Le Pen, Campagne élection présidentielle 2012

« Mes chers compatriotes, j'aime la France. Oui, j'aime la France de toutes mes forces et de tout mon cœur. Et même s'il semble dépassé ou ringard de le dire aussi clairement aujourd'hui dans le monde politique, je le dis et l'assume pleinement.

Pour cette raison, je ne peux accepter de voir notre pays privé peu à peu de sa liberté, de sa souveraineté, au profit de technocrates qui se croient au-dessus des peuples et de la démocratie. Je crois en l'Europe, mais je ne crois pas à l'Europe de Bruxelles, parce qu'elle fait trop de mal à notre pays, trop de mal à nos travailleurs, à nos retraités et à nos services publics.

Cette Europe a dérivé vers une forme de pouvoir oligarchique, de plus en plus antidémocratique qui bafoue nos lois nationales et profite toujours aux mêmes: les plus gros et les banques.

De la CGT au Medef, de la gauche à la droite, tous sont pour cette Europe de la ruine. Pas moi. Je n'aime pas les dogmes et les idéologies. Je veux que nous ayons confiance dans notre pays, qui

est la cinquième puissance mondiale.

Oh, je sais que nos élites de gauche et de droite ne croient plus en la France. Je sais qu'ils ont même largement supprimé l'apprentissage de l'histoire de France à l'école. Mais je ne suis pas de leur bord.

Moi, je crois en la France, je crois en nos talents, et je veux la remettre debout. Et pour cela, je fais plusieurs propositions concrètes. Je réorienterai en profondeur la construction européenne vers une Europe raisonnable et utile, une Europe des nations libres qui se relancera dans les grands projets stratégiques en remettant à plat les traités européens qui touchent à nos intérêts vitaux.

Je veux une Europe qui protège, et non l'Europe de Schengen et de l'ouverture totale des frontières.

Ensuite, je redonnerai une voix à la France. La France est écoutée quand elle dit autre chose, quand elle sort du lot, quand elle sait affirmer sa liberté par rapport aux États-Unis et aux empires de toutes sortes.

Souvenons-nous du «non» glorieux de la France à la guerre en Irak. La France quittera le commandement intégré de l'OTAN et définira une politique étrangère indépendante, fondée sur l'amitié entre les peuples et le respect des souverainetés nationales.

Nous cesserons les aventures militaires coûteuses et contre-productives hors de nos frontières. Je pense, par exemple, à la guerre en Libye, que, seule, j'ai dénoncé et qui a porté au pouvoir les djihadistes et la charia.

Je renouerai avec la francophonie pour défendre notre langue nationale. Je porterai le budget

de la défense à 2% du PIB d'ici 2017. Je crois qu'il faut reconstituer un lien fort entre notre armée et la nation, et qu'il est très imprudent de nous désarmer. Je suis d'ailleurs favorable à la construction d'un deuxième porte-avions et à l'instauration d'un service militaire obligatoire pour les filles et les garçons.

Oui, mes chers compatriotes, je veux défendre la France et construire une Europe utile, et non une Europe qui bride, qui enfonce et qui punit. Et parce que j'aime la France, je donnerai instruction pour que notre drapeau tricolore flotte en permanence sur nos bâtiments publics. Le temps de la fierté est revenu. »

Imprimez le texte ci-dessus et surlignez :

- en jaune ce qui est de l'ordre de l'information (Exemple : notre pays, qui est la cinquième puissance mondiale)
- en vert ce qui relève de la communication (Exemple : Mes chers compatriotes, j'aime la France)
- en bleu la promesse politique (Exemple : je donnerai instruction pour que notre drapeau tricolore flotte en permanence sur nos bâtiments publics)
- en rouge ce qui vous semble relever de la propagande (Exemple : Cette Europe a dérivé vers une forme de pouvoir oligarchique, de plus en plus antidémocratique qui bafoue nos lois nationales et profite toujours aux mêmes: les plus gros et les banques)

Pour chaque séquence de mots, essayez de relever les éléments qui vous permettent de déterminer s'il s'agit d'information, de communication, de promesse politique ou de propagande.

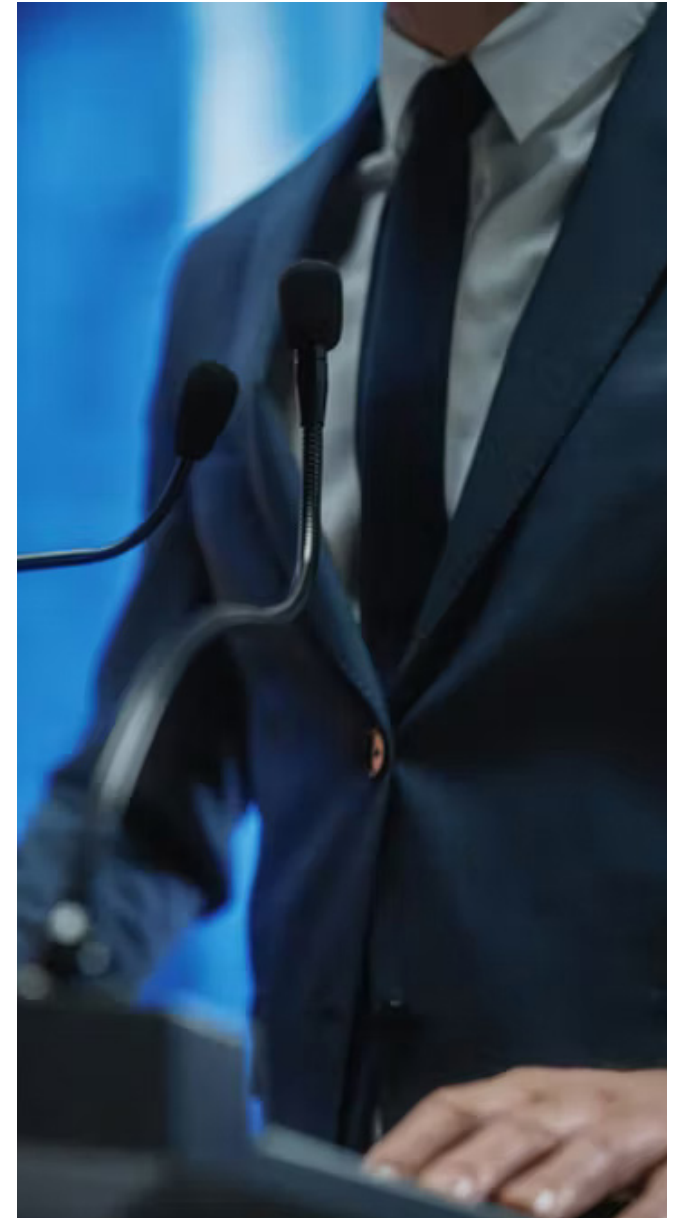
Revenez ensuite aux parties rouges du discours et regardez si vous avez relevé quelques-unes de ces techniques souvent utilisées dans les discours de propagande:

- **La peur** : un public qui a peur admet plus facilement l'idée qu'on veut lui inculquer.
- **Appel à l'autorité** : citer des personnages importants, ou faire appel à des modèles du passé pour soutenir une idée, la «transfusion» qui est l'emploi des mythes préexistants et affects collectifs mobilisés au service de la cause.
- **Témoignage** : les témoignages mentionnent des experts ou des gens de la rue pour donner de la respectabilité au message de propagande.
- **Effet mouton** : Insinuer qu'un mouvement de masse est déjà engagé pour cette idée (principe d'unanimité et de contagion par pression conformiste du groupe sur l'individu).
- **Redéfinition, révisionnisme** : redéfinir des mots ou à falsifier l'histoire de façon partisane.
- **Obtenir la désapprobation** : suggérer qu'une idée ou une action est déjà adoptée par un groupe adverse pour que l'auditoire désapprouve cette idée sans vraiment l'étudier.
- **Mots vertueux** : faire appel à l'amour de la patrie, au désir de paix, à la liberté, à la justice, à

l'honneur, etc, permet de tuer l'esprit critique de l'auditoire. Par association, les concepts et les programmes du propagandiste seront perçus comme bons, souhaitables et vertueux.

- **Imprécision intentionnelle** : rapporter des faits en les déformant ou citer des statistiques sans en indiquer les sources. L'intention est de donner au discours un contenu d'apparence scientifique.
- **Transfert** : projeter les qualités positives ou négatives d'une personne, d'une entité, d'une valeur (un individu, un groupe, une nation, etc.) sur un tiers, afin de rendre cette seconde entité plus (ou moins) acceptable.
- **Simplification exagérée** : ce sont des généralités employées pour fournir des réponses simples aux problèmes.
- **Quidam** : employer le niveau de langage et les manières (vêtements, gestes) d'une personne ordinaire.
- **Stérotyper** : utiliser les préjugés et les stéréotypes de l'auditoire.
- **Bouc émissaire** : choix d'un ennemi unique pour jeter l'anathème sur un individu ou un groupe d'individus, accusés à tort d'être responsables d'un problème pour éviter de parler des vrais responsables, sans approfondir le problème lui-même.
- **Slogans** : brève expression, qui permet de laisser une trace dans tous les esprits.

- **Glissement sémantique** : technique consistant à remplacer une expression par une autre afin de dramatisation, grossissement des faits.



Piste 2 : Analyse d'affiches de propagande

Qu'est-ce qu'une affiche de propagande? En quoi se distingue-t-elle d'autres affiches politiques, de cinéma, publicitaires ? Nous allons tenter d'y répondre ensemble.

Partie 1 – Signification

Constituez des sous-groupes et exprimez en sous-groupes ce qu'évoque le terme "propagande" Écrivez les idées, images, mots qui vous viennent en tête.

Partie 2 – Observation

Constituez des sous-groupes et observez les affiches se trouvant en annexe

Demandez aux élèves en séance plénière:

- Quel est votre sentiment général en les observant?
- Quelles sont les caractéristiques communes à tous ces documents?
- D'après vous quelles sont, parmi ces affiches, celles que vous estimez être « de propagande »?

Partie 3 – Généralisation

Ré-observez toutes celles qualifiées « de propagande » et tentez d'identifier individuellement les caractéristiques générales de la propagande:

Types de points communs / Terme général de cette catégorie d'éléments?

Voici quelques caractéristiques générales mais vous pouvez en avoir trouvées d'autres!

- un ennemi désigné, par différents accessoires, une victime
- un problème simplifié
- plusieurs réalités que l'on compare ou oppose
- on fait croire que tout le monde pense la même chose
- une actualisation de vieilles peurs, ou une référence à des hommes célèbres du passé

Partie 4 – Définition

En sous-groupe, rédigez, sur une affiche, votre propre définition de la propagande et reportez-y les caractéristiques. Chaque affiche est exposée dans le local. Chaque affiche est lue à l'ensemble du groupe.

Au regard des différentes définitions, le grand groupe propose une définition commune de la propagande. Confrontez la définition du groupe à d'autres définitions issues de diverses sources (dictionnaire, encyclopédie, sites Internet). Laquelle composeriez-vous finalement?

Exemples de définition:

- Action systématique exercée sur l'opinion pour lui faire accepter certaines idées ou doctrines, notamment dans le domaine politique ou social (Larousse, Propagande, repris le 15 mars 2014)

La propagande est l'action de diffuser, de propager, de faire connaître, de faire admettre

une doctrine, une idée, une théorie politique. Son but est d'influencer l'opinion publique, de modifier sa perception d'événements, de personnes, de produits, de convertir, de mobiliser ou de rallier des partisans. La propagande prend la forme de campagnes de diffusion et d'information toujours partiales et déformées, à grande échelle, parfois insidieuses (La Toupie)

La propagande est un ensemble d'actions psychologiques pour influencer les pensées et les actes d'une population, afin de l'endoctriner ou l'embrigader Elle se distingue de la publicité par son objet, car elle n'est pas censée faire la promotion de produits de type commercial» (Wikipédia)

Action systématique exercée sur l'opinion pour lui faire accepter certaines idées ou doctrines, notamment dans le domaine politique ou social. (Vidéo Quid)



RESSOURCES POUR PROLONGER LA RÉFLEXION



Propagande/mécanismes

Vidéos

Petit best of Poutine : <https://www.youtube.com/watch?v=u7cj1784bw4>

Best of Bolsonaro : <https://www.youtube.com/watch?v=8KSjb-SmAjc>

Regard sur Théo Francken (sur la question de la propagande des deux côtés) <https://www.youtube.com/watch?v=OTyHVazKnNo>

Documentaire : La fabrique du consentement (2017)
<https://www.youtube.com/watch?v=5XB-GvUTrFs>

VENI,VIDI, SALVINI

Un reportage de Louis Milano-Dupont diffusé dans «Complément d'enquête» le 18 octobre 2018.
https://www.francetvinfo.fr/monde/italie/video-veni-vidi-salvini_2988889.html

Victor Klemperer, La langue ne ment pas, <https://www.youtube.com/watch?v=M-4d7r6-pxY>

Documentaire « Propagande : les nouveaux manipulateurs » https://www.youtube.com/watch?v=ByWFrWW_kQk
Théorie sur la propagande et les mécanismes
<http://csem.be/sites/default/files/files/M%C3%A9dia-Animation-Th%C3%A9ories-du-complot-ressorts-et-m%C3%A9canismes.pdf>

<http://www.klm-mra.be/D7t/sites/default/files/propagande-dossier.pdf>

<https://www.techno-science.net/definition/4224.html>

<http://www.entelekheia.fr/2017/09/10/une-breve-histoire-de-la-propagande/>

<https://journals.openedition.org/mots/10673>

https://fr.wikipedia.org/wiki/Principes_%C3%A9l%C3%A9mentaires_de_propagande_de_guerre

<https://archipel.uqam.ca/4971/1/M12493.pdf>
<https://www.belgiumwwii.be/belgique-en-guerre/articles/propagande.html>

https://www.rtbfb.be/14-18/thematiques/detail_la-propagande-belge-a-l-etranger?id=8299512

https://www.cegesoma.be/docs/media/chtpeg/chtpeg_23/chtpeg23_005_Rase.pdf

Livres

BERNAYS, Edward. Propaganda : Comment manipuler l'opinion en démocratie. Paris : Editions Zones / La Découverte, 2007, 220 p.

DURAND, Pascal. Les nouveaux mots du pouvoir : Abécédaire critique. Bruxelles : Les Editions Aden, 2007, 461 p.

EQUIPES POPULAIRES. Le Petit menteur illustré : Dictionnaire participatif, engagé et décalé. Namur : Equipes populaires, 2016, 127 p.

GOSSWEILER, Kurt. Hitler, l'irrésistible ascension ? : Essai sur le fascisme. Bruxelles : Les Editions Aden, 2006, 256 p.

HAZAN, Eric. LQR, La propagande du quotidien. Paris : Raisons d'agir, 2006, 124 p.

KLEMPERER, Victor. LTI, la langue du IIIe Reich. Paris : Pocket, 2003, 375 p.

MAGAIN, Marc. Degrelle, un tigre de papier. Bruxelles : Didier Hatier, 1988, 176 p.

MORELLI, Anne. Principes élémentaires de propagande de guerre : utilisables en cas de guerre froide, chaude ou tiède... Bruxelles : Editions Aden, 2010, 222 p.

RESSOURCES POUR PROLONGER LA RÉFLEXION

REES, Laurence. Adolf Hitler : La séduction du diable. Paris : Albin Michel, 2013, 441 p.

STARQUIT, Olivier. Des mots qui puent. Mons : Les Editions du Cerisier, 2018, 176 p.

Clément Viktorovitch, Le pouvoir rhétorique. Apprendre à convaincre et à décrypter les discours, Seuil, 2021

Dossier pédagogique Propagande, mythes et réalité de la Ville de Liège - 5e et 6e années de l'enseignement secondaire

<https://www.provincedeliege.be/sites/default/files/media/524/EPL%20-%20Dossier%2014-18%20-%2015%20-%20Propagande%2C%20mythes%20et%20r%C3%A9alit%C3%A9.pdf>

Périodiques

CEPAG. Les mots sont des armes. Lien, 2017, n°5

EQUIPES POPULAIRES. Démasquons les mots qui mentent ! Contrastes, Septembre-octobre 2015, n°170.

Expositions

« L'Etat trompeur : Le pouvoir de la propagande nazie »

Réalisée par le United States Holocaust Memorial Museum (USHMM) et présentée en 2018 au Parlamentarium à Bruxelles.

Exposition en quatre parties

1919-1933 : « Vendre » le nazisme dans une démocratie

L'utilisation maîtrisée de la propagande par le parti nazi pour promouvoir une vision d'unité nationale a permis à une organisation obscure et extrémiste de devenir le plus grand parti politique de l'Allemagne démocratique.

1933-1939 : Propagande et persécutions sous la dictature

La propagande, tout comme le recours à la violence par le régime, a aidé les nazis à consolider leur pouvoir, à gagner le soutien de l'opinion publique et à exclure les juifs et les autres personnes considérées comme étant hors de la « communauté nationale »

1939-1945 : La propagande au service de la guerre et du massacre

La propagande nazie a ouvert la voie à la guerre, a incité à la haine et créé un climat d'indifférence face à l'élimination de juifs et d'autres personnes considérées comme indésirables par le régime nazi.

1945-1948 : La propagande en jugement

Les efforts des Alliés pour purger l'Allemagne de la propagande nazie ont conduit à de nouvelles limites de la liberté d'expression. Après la Shoah, une nouvelle législation internationale a été adoptée criminalisant toute incitation au génocide. « Résister à la propagande de guerre : dix principes élémentaires »

Réalisée par le War Heritage Institute, en collaboration avec le Centre d'Histoire et de Sociologie des Gauches (ULB), et qui examine les mécanismes de propagande de guerre depuis le conflit 14-18 jusqu'aux guerres contemporaines.

Articulée autour des dix principes décrits dans le livre d'Anne Morelli, Principes élémentaires de propagande de guerre : utilisables en cas de guerre froide, chaude ou tiède... (éd. Aden), elle ambitionne notamment de nous aider à porter un regard critique sur ce que nous voyons et entendons chaque jour, y compris dans les médias.

Musée Royal de l'Armée et d'Histoire Militaire

Son Atelier : Dangereuse propagande (autour de la seconde guerre mondiale)

Dossiers pédagogiques téléchargeables à partir de cette page : <https://www.old.klm-mra.be/D7t/fr/content/propagande-0>