Numéro 3 du 15 janvier 2008

Le labo vidéo

http://www.clionautes.org

Les voyages du Maréchal

Une mise en scène de la Révolution nationale

Introduction

Le maréchal Pétain à Lyon en novembre 1940, face aux Légionnaires prêtant serment

Deux grandes séries de voyages sont entreprises par le Maréchal Pétain pendant la seconde guerre mondiale. **Entre septembre 1940 et novembre 1942**, le chef de l'Etat français effectue **une vingtaine de déplacements dans plus de 50 villes de la zone Sud**, alors non occupée. Plus tard, d'avril à juin 1944, il entame un périple dans la zone Nord pour visiter les populations ayant subi les bombardements alliés et tenter de sauver la légitimité agonisante du régime de Vichy.

C'est ici à la première série de voyages que nous nous intéresserons, car, au cœur de la Révolution nationale, **leur finalité** s'oriente vers un triple objectif : **propager le culte du Maréchal** ; **donner chair aux valeurs nouvelles de la** « *France nouvelle* » ; **ancrer les masses de granit du pétainisme**.

Les actualités cinématographiques, contrôlées par les autorités de Vichy jusqu'en août 1942, se chargent de diffuser une propagande et une imagerie positives **dans lesquelles les *Voyages du Maréchal* et le message** qu'ils véhiculent **se fondent** parfaitement.

1/ les actualités filmées : « *premiers médias de la propagande* » [J-P Bertin-Maghit]

Les actualités cinématographiques de la seconde guerre mondiale ont fortement contribué à la formation des représentations de la guerre et ont joué un rôle souvent prépondérant dans la construction des imaginaires. Les actualités diffusées en France entre 1940 et 1945 ne sont pas vues par tous les Français étant donnée la situation politique et territoriale : elles augurent d'une mémoire plurielle, éclatée, différenciée du conflit. Dans la France de Vichy, dès la reprise de la projection du *Journal-France-Actualités-Pathé-Gaumont,* le 15 octobre 1940, l'objectif est de réconcilier, de rassembler, de souder les Français (tous les Français : un accord conclu avec les autorités allemandes en novembre permet la diffusion de quelques sujets dans la zone Nord) autour du Maréchal Pétain. La rubrique consacrée à ses voyages dans la zone non occupée a pour but de matérialiser le lien exclusif que le nouveau chef de l'Etat entend entretenir avec les Français. **Les voyages donnent lieu à une véritable entreprise de communication dont les actualités filmées sont en bout de chaîne** : campagnes d'affichage avant la visite, largement suivis par la presse locale et nationale qui publie nombre de suppléments illustrés avec force d'images, en parallèle à des reportages radiophoniques nombreux. La semaine suivante, le spectateur n'est donc pas vierge de représentations lorsqu'il prend place dans son siège de cinéma : il ne découvre ni le discours, ni les images qu'il a auparavant vues ou entendus. L'effet de réel n'en est pas moins fort, le rapport du spectateur aux actualités, comme au Maréchal, dans un premier temps, pas moins affectif.

2/ Les voyages : reflets de la « *dictature charismatique* » de Pétain [Henry Rousso]

La préparation des voyages du Maréchal Pétain est d'abord empirique, puis va en s'affinant. L'objectif de départ est de susciter un élan patriotique autour de la France renaissante et de son chef.

☞ **Le temps des tâtonnements (sept/nov 1940)**

C'est en septembre et octobre que les premières sorties sont organisées en présence de la presse et des services de radiodiffusion, à proximité immédiate de Vichy (visite à des écoliers, à des paysans) puis sur le chemin du retour de Montoire pendant lequel Pétain est applaudi à Tours et à Châteauroux. A Toulouse et Montauban les 5 et 6 novembre, le test est réussi, tout particulièrement dans le chef-lieu du Tarn-et-Garonne où le chef de l'Etat est ovationné par la foule qui entonne la Marseillaise. C'est enfin à Lyon, les 19 et 20 novembre, que le rituel prend forme : ville pavoisée, défilé militaire, serment des légionnaires, présence nourrie de la jeunesse encadrée et des anciens combattants, messe solennelle, hommages aux blessés de guerre et aux travailleurs de France, acclamations omniprésentes. Le déplacement, placé sous le signe de la patrie, du travail et de Dieu, est une incontestable réussite.

☞ **L'archétype d'une machine policière bien huilée : le voyage à Marseille (décembre 1940)**

C'est la préparation minutieuse du voyage en amont, par la police, qui révèle la maîtrise de l'exercice. Par centaines et sans ménagement, des suspects sont arrêtés le temps de la venue de Pétain (avocats juifs, réfugiés politiques espagnols, communistes, Africains, étrangers, jusqu'aux « *clochards* ») et internés dans les prisons rapidement pleines, puis dans des camps improvisés (caserne, cinéma, bateaux…). Après la brutalité, l'intimidation. La police organise l'enthousiasme des populations : pavoisement obligatoire, ardeur patriotique impérative pour les commerçants… Reste, pour la visite, à reprendre les ingrédients qui firent le succès de Lyon.

Lettre W tirée de l'*abécédaire ou alphabet français pour les petits enfants de France*, dessiné par Andrée Manziat, Vichy, Mâcon, 1941

☞ **Le temps des messages aux Français et de l'exaltation du régionalisme (printemps / automne 1941)**

Les voyages suivants donnent à Pétain l'occasion de s'adresser aux forces sociales censées incarner la Révolution nationale : discours aux ouvriers à Saint-Étienne, appel aux paysans français à Pau, visite des lieux saints (Le Puy, Lourdes)… Les périples organisés dans le Sud-est et la Savoie permettent de porter au pinacle la culture régionale et l'identité d'une société qui se régénère par le terroir. Les ingrédients habituels font recette : mouvements de jeunesse, anciens combattants, légionnaires, hiérarchie catholique…

☞ **Le temps du « *refroidissement populaire* »** [Michèle Cointet] **(automne 1941 / novembre 1942)**

Les voyages entrepris par le chef de l'Etat français ne semblent plus susciter l'enthousiasme de départ : ni à Lyon ou Châteauroux qui, naguère, avaient donné du panache au genre, ni à Narbonne, Carcassonne, Tulle, Brive ou Avignon. C'est que « *le Maréchal semble fatigué* » : les paroles improvisées prononcées à Châteauroux en mai 1942 (que les services de presse n'ont pas transmises aux journaux) témoignent d'« *un affaiblissement mental sensible* » [M.C.]. D'autre part, la réalité vécue au quotidien en 1942 n'est pas la même qu'à l'automne 1940, la politique de Vichy non plus… En novembre, l'occupation par l'armée allemande de la zone Sud marque un coup d'arrêt à cette première série de voyages.

3/ Le message : « *Il s'agit pour vous, Français, de me suivre sans arrière-pensée* » [P. Pétain, 15 mai 1941]

☞ **Le Maréchal : l'homme providentiel**

L'image de Pétain occupe une place centrale dans le dispositif de propagande vichyste. Facteur de cohésion du tissu social et national, le chef de l'Etat français –depuis juillet 1940- concentre sur sa personne adoration et adulation. A la fois guide et thaumaturge, victime expiatoire *(« je fais à la France le don de ma personne »*) comme jadis le Christ, Philippe Pétain reste un chef militaire auréolé de la victoire de Verdun. Il est le père, le grand-père de chacun : proche de tous. Il est le sauveur providentiel : au dessus de tous. Rendue possible par le caractère autoritaire du régime et par le contexte guerrier qui facilite l'héroïsation du chef, une extrême personnalisation du pouvoir caractérise le régime de Vichy. Particulièrement attentif à l'image qu'il donne de lui même, Pétain, dès 1940, prend sous sa tutelle le Haut commissariat à la propagande française.

☞ **Les masses de granit du régime : la France éternelle**

Chaque voyage du Maréchal livre l'occasion de mettre en scène les acteurs clés de la Révolution nationale. **L'Eglise** d'abord, qui compte parmi les plus fidèles de la première heure et qui tient sa revanche, 35 ans après la loi de séparation. L'Etat, qui reconnaît en elle un pilier essentiel du nouveau régime et de l'âme française lui fournit une place privilégiée dans le contrôle des consciences (écoles religieuses largement subventionnées, circulaire de 1941 qui autorise les crucifix dans les écoles et les mairies etc…). De son côté, la hiérarchie catholique reconnaît la légitimité de Vichy à l'image de l'évêque de Clermont, Mgr Piguet, fervent défenseur des préceptes pétainistes ou du cardinal Gerlier (« *Pétain, c'est la France, et la France aujourd'hui, c'est Pétain !* » Lyon, 19 nov 1940). **L'armée** ensuite, fût-elle réduite à peu de chose sous l'autorité de Vichy, est largement mise en scène dans les sorties : défilés militaires, démonstration de force navale à Marseille… Elle fournit d'autre part nombre de cadres dirigeants au régime (à commencer par Pétain, mais aussi Weygand, Darlan, Darnand, Huntziger, Auphan…). **Les anciens combattants** enfin dont il ne faut pas minimiser le nombre : vers la fin des années 1930, il s représentent près de 40 % des hommes de plus de 20 ans. Dans cette France dirigée par un militaire, la *Légion française des combattants*, fondée dès le 29 août 1940 est à la fois « *une des créations les plus originales de l'Etat français au point de faire figure d'institution maréchaliste par excellence* » [J-P Cointet] et un puissant appareil de propagande au service de Pétain. Elle rassemble jusqu'à 1.5 millions de légionnaires, « *les yeux et les oreilles du Maréchal* » [Marc Ferro], et dispose d'un hebdomadaire, un bi-mensuel, un almanach et d'une émission radiophonique quotidienne dès novembre 1940. Ses valeurs fondamentales sont primordiales dans l'idéologie pétainiste : obéissance, respect du chef, discipline, sacrifice, dévouement. Pas un voyage sans qu'au cœur n'intervienne la cérémonie du serment.

Brochure commémorative, s.d.

Associées à « ***la grande œuvre de rénovation française*** » voulue par Pétain, ces masses de granit du régime relaient sans cesse la thématique de la Révolution nationale, de « *l'ordre nouveau* ». Mobilisées pour chacun de ses voyages, elles ont à cœur de mettre à l'honneur la jeunesse et ses *Chantiers,* qui combinent la morale militaire, catholique et la fidélité sans faille au Père de la nation, la renaissance des campagnes (le travail de la terre, la paysannerie, l'artisanat rural…) et des provinces (le folklore et le régionalisme comptent parmi les fondements les plus traditionalistes du régime, inspirés des théories maurassiennes).

4/ Les mensonges : « *chaque visage de Philippe Pétain ment* » [Laurent Gervereau]

Pour Laurent Gervereau, l'image de Pétain et la mise en scène de la Révolution nationale relèvent de la manipulation du public. Une manipulation traduite par un double phénomène : « *la mythification d'un personnage et non du personnage au service d'idées que l'on considère comme justes* » et « ***la dichotomie entre les images véhiculées et la réalité de l'action*** ». De fait les préparatifs du voyage de Marseille, confrontés aux images diffusées aux actualités cinématographiques, montrent l'illusion de la geste maréchaliste. A l'image du chef juste mais aussi père, sauveur et thaumaturge se plaque celle de l'acharnement policier, brutal, lointain et injuste. A l'image positive de l'unanimisme de la foule en extase, du discours de rassemblement national s'oppose la collaboration et l'exclusion qu'on retrouve dans la législation antisémite de Vichy. J-P Bertin-Maghit a montré le rôle éminemment fédérateur des actualités filmées, qui précédaient chaque long-métrage dans un contexte de forte fréquentation cinématographique. En parallèle à cette « *propagande d'intégration* », positive et consensuelle, les autorités de Vichy laissent et encouragent les basses œuvres à des officines idéologiquement proches, mais dont le message relève d'une « *propagande d'agitation et d'exclusion* », de violence assumée. Il faut donc regarder les images qui s'offrent à nous aujourd'hui, les archives qu'il nous est laissé de voir, avec un oeil critique averti : interroger le contexte de production, les intentions des producteurs, la réception des images et, en historien, confronter ces dernières à d'autres sources.

➢ Pistes d'utilisation en classe :

☞ **Activité 1 : analyser bande image et bandes son du reportage filmé**

* **Croiser les types d'information apportées par le sujet : bande image / bandes son**
A l'issue de deux visionnements (prise de connaissance / mise en activités), dans un tableau à double entrée, compléter ce qui est vu à l'image (ligne 1) et ce qui est entendu : commentaires / musique / bruitages, ambiance (lignes 2-3-4). Puis repérer les redondances, les divergences, les expliquer. Montrer que le montage, le choix d'association images/sons produisent du sens.

* **Croiser la bande image avec d'autres documents**
Les élèves peuvent entourer de diverses couleurs les photogrammes ou arrêts sur image et engager une réflexion sur :
- **le fond** (les jeunes, les anciens combattants, l'armée, l'eglise, la figuration du pouvoir etc…). Cela permet de partir d'images singulières (cependant enfermées dans un rite immuable, on peut comparer plusieurs voyages, ou les photographies de la presse) pour aboutir à la politique mise en œuvre par Vichy.
- **la forme :** repérer les gros plans et les mettre en relation avec l'image qui précède et celle qui suit (souvent plan général de la foule / plan moyen ou de demi-ensemble sur Pétain / gros plan sur un personnage stéréotypé [femme, enfant, ancien combattant ; différentes conditions sociales etc…] / de nouveau plan sur Pétain). Cela montre que Pétain est mis en scène comme un homme de proximité à l'écoute du peuple. Quel objectif des autorités : légitimation ? identification ? privilégier l'émotion à l'information et à l'analyse ?

☞ Activité 2 : confronter le reportage filmé à d'autres sources

Le voyage de Marseille (3-4 décembre 1940) est un exemple intéressant car il permet de confronter l'effet de réel à la réalité. On peut dans un premier temps opérer les mêmes approches que ci-dessus, puis confronter l'extrait filmique à d'autres matériaux : coupures de la presse quotidienne et illustrée, lettres sélectionnées par la censure, rapports de police en amont et en aval du déplacement de Pétain [cf « *Pour prévenir toute recrudescence et toute velléité de propagande clandestine, toutes sortes de mesures ont été prises pour connaître par le détail et méthodiquement, commune par commune, la situation de chaque militant. (…) A mon avis, la mesure la plus efficace serait l'envoi dans des camps d'internement* » Note adressée au chef du cabinet civil du Chef de l'Etat, 21 nov 1940]

En savoir plus…

Sur le web

- ✓ www.ina.fr/archivespourtous/index.php?vue=corpus&code=OGPPROG000109# : **archives. audiovisuelles de l'INA**, visionnage et téléchargement possible des voyages de Pétain à Lyon, Arles, Toulon, Marseille, Saint-Étienne, Roanne, Clermont-Ferrand etc… Recherche journal par journal, accès par année.
- ✓ www.la-bas.org/article.php3?id_article=332 : **archives sonores** des déplacements de Pétain dans les villes de la zone Sud, sur le site *Là-bas si j'y suis* (Daniel Mermet), émissions de février 2003
- ✓ www.forez-info.com/encyclopedie/dossier_special_forez_1940-1944/voyage_officiel_du_marechal_petain_dans_le_bassin_stephanois_126.html : **archive photographique** , plaquette *Voyage officiel du Maréchal Pétain, chef de l'Etat Français dans la Loire et la Haute-Loire le 1er et 2 mars 1941* éditée par *le Nouvelliste de Lyon*. Transcription des textes et nombreuses photographies mettant en scène les enfants, ouvriers, anciens combattants, légionnaires…
- ✓ www.jourdan.ens.fr/~mariot/hoparticle.php?id_art=70 : *Les voyages de Pétain montrent-ils sa popularité ?* Question posée par Nicolas Mariot qui s'oppose à l'analyse opérée par D. Peschanski, H. Rousso et C. Delage (voir ci-dessous), extraits vidéo à l'appui. Lesquels partent des images, objets d'histoire, et interrogent d'autres sources pour confirmer, infirmer ou atténuer leur portée, lorsque le premier prend plutôt l'image comme illustration.

A Voir

- ✓ Denis PESCHANSKI, Henry ROUSSO et Christian DELAGE, ***Les Voyages du Maréchal***, CNRS Audiovisuel, 1990, cassette VHS, 25 minutes
- ✓ François BERGER, Xavier LEMARCHAND, Jean-Pierre BERTIN-MAGHIT, Sylvie LINDEPERG, Olivier WIEVIORKA, ***Images de guerre 1940-1945, Les actualités cinématographiques françaises de la seconde guerre mondiale***, INA, Nouveau Monde éditions, DVD +livret d'accompagnement, 2004, 122p
- ✓ Marc FERRO, ***Archives de guerre 1940-1945. Ce que les Français ont vu dans les salles de cinéma***, INA, Nouveau Monde Editions, 2004, double DVD

A Lire

- ✓ ***Les archives de guerre 1940-1944***, La Documentations Française, 1996, 400 p
- ✓ M. PEVSNER « Les actualités cinématographiques de 1940 à 1944 », ***Revue d'histoire de la deuxième guerre mondiale*** n°64, octobre 1966, p 88-96
- ✓ Patrick MOUGENET, « Une représentation de la guerre. Approche méthodologique des actualités cinématographiques de 1939 à 1945 », ***Innover dans la classe : cinéma, Histoire et représentations***, ss dir Nicole Lucas et Vincent Marie, Editions Manuscrit Université, 2007, p 99-141
- ✓ Jean-Pierre BERTIN-MAGHIT, ***Les documenteurs des années noires. Les documentaires de propagande, France 1940-1944,*** Nouveau Monde Editions, 2004, 288 p
- ✓ Laurent GERVEREAU et Denis PESCHANSKI (ss dir) ***La propagande sous Vichy 1940- 1944***, BDIC, 1990, 288 p
- ✓ Michèle COINTET, ***Pétain et les Français 1940-1951***, Perrin, 2002, 321 p

L'auteur

Patrick MOUGENET, professeur au **lycée Le Verger** à **Sainte-Marie** (La Réunion). Contributeur occasionnel ou régulier à divers sites : *cinehig*, *Télédoc*, *ac-Réunion*, *Infocrise*… pmougenet@wanadoo.fr

Au sommaire du prochain numéro

L'image du russe dans les films américains au temps de la guerre froide.

Le_Labo, revue bimestrielle des Clionautes

Directrice de publication : Caroline Jouneau-Sion
Rédacteur en chef : Jean-Pierre Meyniac
Adhérer à l'association : http://www.clionautes.org/spip.php?article493