

CORRIGE DM4 LES RESSORTS DE LA PROPAGANDE NAZIE

APERCU HISTORIQUE

Après l'échec de son putsch en novembre 1923, Hitler rédige son livre « Mein Kampf » (Mon Combat) en prison en 1924. Il sera publié en 1925. Dans ce livre, en plus des grands principes de son idéologie, il explique comment pouvoir les imposer à une masse par les techniques de la propagande. Démarrant sa carrière dans une Allemagne qui est une démocratie récente, il doit convaincre une population, contrairement à Staline qui arrive au pouvoir sur une population déjà soumise.

PRESENTATION DES DOCUMENTS

Le document 1 est un extrait de Mein Kampf où Hitler explique la technique de manipulation de l'opinion. Le document 2 est un portrait officiel d'Hitler avec le slogan « Ein Volk, Ein Reich, Ein Führer ». Le document 3 représente une manifestation de masse lors d'un rassemblement du parti au stade de Nuremberg et le document 4 est un dessin extrait d'un livre antisémite destiné aux enfants allemands pour les pousser à se méfier des juifs.

PROBLEMATIQUE

Quels ressorts psychologiques utilise Hitler pour instiller ses idées à la masse et comment cela se traduit-il dans la propagande du régime ?

Pour Hitler, le but de la propagande n'est pas d'informer ou d'instruire un individu, (« **La tâche de la propagande consiste non à instruire scientifiquement l'individu isolé** ») mais de focaliser l'attention d'une masse de population sur un élément précis (« **attirer l'attention des masses sur des faits, événements, nécessités, etc., déterminés.** ») et de la convaincre du bien-fondé de son argumentation (« **l'art consiste exclusivement à procéder d'une façon tellement supérieure qu'il en résulte une conviction générale** »). La cible est déterminée : « **A qui la propagande doit-elle s'adresser ? A l'intelligentsia scientifique ou à la masse la moins cultivée ? Elle ne doit s'adresser qu'à la masse !** ». Le but de la propagande n'est pas de convaincre individuellement mais collectivement une masse de population.

Qui convaincre dans cette masse ?

« **La grande masse d'un peuple ne se compose ni de professeurs, ni de diplomates** » donc « **toute propagande doit être populaire** » On retrouve ici le postulat de départ. On ne cherche pas à convaincre des individus isolément dotés de réflexion mais le plus grand nombre d'individus globalement. C'est pourquoi la propagande « **doit ajuster son niveau intellectuel en fonction de la capacité d'absorption des plus bornée de ceux qu'elle veut toucher** » Elle doit toucher le plus obtus des individus de cette masse. Plus le groupe est important, plus il y a de chance qu'il y ait dedans des individus de faible niveau de compréhension « **Aussi, plus grande sera la masse des gens à atteindre, plus bas devra être son niveau intellectuel** ». Il faudra donc baser son discours sur le plus bas niveau de compréhension du groupe car « **Les masses ont une capacité d'absorption très limitée, elles comprennent peu et oublient beaucoup.** »

Comment implanter une idée ?

Faire simple et efficace dans son discours : « **une propagande efficace devra se limiter à un très petit nombre de points et les exploiter sous forme de slogans jusqu'à ce que tout le monde, jusqu'au dernier, réussisse à voir derrière le mot ce que l'on veut lui faire comprendre** ».

C'est cet élément que l'on retrouve dans le **document 2** dans le slogan sous le portrait d'Hitler « Ein **Volk, Ein Reich, Ein Führer** ». La notion est simple à comprendre : un peuple habitant un Etat sous la direction d'un chef. En trois mots on résume un concept. Toute la conception nazie de l'Etat et du chef est contenue dans cette devise. L'élément le plus important étant le chef (« Führerprinzip »), seul Hitler est représenté sur cette affiche

Comment procéder pour convaincre ?

« **L'âme de la masse n'est accessible qu'à tout ce qui est entier et fort** ». On ne peut convaincre la masse qu'en lui donnant un sentiment de puissance et en le montrant. Hitler à une vision particulière de la masse ; il l'assimile à une femme : « **De même que la femme est peu touchée par des raisonnements abstraits, qu'elle éprouve une indéfinissable aspiration sentimentale pour une attitude entière et qu'elle se soumet au fort tandis qu'elle domine le faible** ». On peut noter sa conception particulière de la femme, un être peu capable de

raisonner qui ressent une attirance pour la force à laquelle elle se soumet mais qui n'hésite pas à écraser plus faible que soi. C'est cette vision de la masse qui va guider sa pratique politique de la propagande.

« La masse préfère le maître au suppliant, et se sent plus rassurée par une doctrine qui n'en admet aucune auprès d'elle, que par une libérale tolérance. » La masse veut être guidée par quelqu'un d'autoritaire qui ne tolère rien d'autre que ses idées et qui « guide » la foule. **« La tolérance lui donne un sentiment d'abandon ; elle n'en a que faire »**. Laissez la foule agir par elle-même et elle se sent abandonnée. La foule ne veut pas décider, elle veut obéir : **« qu'on dispose de sa liberté humaine : cela lui échappe complètement »**. C'est pourquoi il ne faut pas laisser la masse réfléchir, il faut lui imposer ses idées : **« Qu'on exerce sur elle un impudent terrorisme intellectuel »**. Elle sera tellement rassurée d'être guidée qu' **« elle ne pressent rien de toute l'erreur de la doctrine »**.

C'est pourquoi il faut montrer cette puissance et cette autorité à la masse à laquelle elle se soumettra en lui donnant une impression de puissance : **« Elle ne voit que les manifestations extérieures voulues d'une force déterminée et d'une brutalité auxquelles elle se soumet toujours. »**

C'est le sens des manifestations de masse à Nuremberg que l'on peut voir dans le **document 3**.

Le **seul individu** détaché du lot, c'est **Hitler**, au fond à la tribune. Tout dans cette photo n'est que **masse**, **l'individu** est **absent**. On perçoit **l'uniformité** par **l'alignement de casques**. Il en ressort également une impression de puissance. L'individu, membre d'un groupe soudé et fort, se sent puissant et se soumet à la volonté d'un chef qui sait la guider.

C'est le sentiment de puissance que l'on donne à cette foule et l'autorité que l'on exerce sur elle qui va pouvoir ainsi être mise au service des desseins du chef : **« Dans tous les temps, la force qui a mis en mouvement sur cette terre les révolutions les plus violentes, a résidé (...) dans un fanatisme animateur et dans une véritable hystérie qui les emballait follement. »**

Sur quels ressorts agir pour faire passer les idées dans la masse ?

La réponse tient en une courte phrase : **« Son action doit toujours faire appel au sentiment et très peu à la raison »**. Hitler développe son argumentation : **« Elle est peu accessible aux idées abstraites. Par contre, on l'empoignera plus facilement dans le domaine des sentiments et c'est là que se trouvent les ressorts secrets de ses réactions, soit positives, soit négatives. »** Il faut contrôler la foule en agissant sur ses sentiments, non sur sa réflexion.

Le but de l'utilisation des sentiments dans la propagande n'est pas d'exposer la vérité surtout si elle est en faveur des opposants : **« Elle n'a pas non plus à rechercher objectivement la vérité, si celle-ci est favorable aux autres »** mais de venir appuyer les arguments de son propre parti **« poursuivre uniquement celle qui lui est favorable à elle »**.

C'est cette notion que l'on retrouve dans le **document 3**. On y voit un **individu** au **faciès inquiétant**, cochant tous les **éléments physiques** que la propagande attribue aux **juifs** qui cherche à **pousser** des **enfants** à **le suivre** en **les attirants** avec des **bonbons**. Le **sentiment** qui émerge immédiatement est que cet individu a des **intentions malveillantes** vis-à-vis de ces **enfants**.

Le **message** est **simpliste** mais **évidente** : les **juifs** sont des **pervers** qui cherchent à attirer des enfants pour leur faire subir des outrages, voire pire. Toute personne voyant cette gravure est immédiatement remplie d'aversion envers ce type d'individus. L'implantation de cette idée simple va se faire par le biais d'un « matraquage » incessant par tous les moyens de propagande existants : **« Il faut que tout imprimé, depuis l'alphabet dans lequel l'enfant apprend à lire jusqu'au dernier journal, que tout théâtre et tout cinéma, toute colonne d'affiches et toute palissade libre, soient mis au service de cette unique et grande mission »**. Rapidement, l'amalgame va se faire : les juifs sont des pervers pédophiles cherchant à souiller ou tuer les enfants allemands.

CONCLUSION

Comme l'a montré cette étude, la propagande tient un rôle essentiel dans le régime nazi. Elle ne s'adresse pas à la raison mais à l'émotion. Il faut prendre le contrôle de l'émotion des individus et non pas de leur raison. On flatte les instincts les plus bas des individus pour pouvoir les contrôler et les amener là où on veut. C'est aussi pourquoi il est important de s'emparer des esprits dès le plus jeune âge pour se constituer une population de futurs adultes acquis pour le plus grand nombre, aux idées du régime. Tous les moyens sont mobilisés, affiches, organisations de jeunesse et même les programmes scolaires pour implanter dans des esprits en formation les idées du parti dominant. Le succès de cette méthode se démontrera par la création d'une division SS de la Hitlerjungend en 1943 et par la présence de jeunes combattants de la Hitlerjungend lors de la bataille de Berlin en 1945