

Document 1 :

L'IMAGE DES COLONIES DANS L'AFFICHE POLITIQUE FRANÇAISE (1880-1960)

Imagerie coloniale

La culture coloniale dominante occupe à juste titre la majorité des efforts: une propagande massive et organisée, en osmose avec la publicité commerciale et l'enseignement scolaire, se diffuse largement dans la première moitié du siècle ; il en résulte une production iconographique énorme, et un poids dans les mentalités dont l'influence se fait sentir aujourd'hui encore.

Dans un tel contexte impérial, d'autres voix se font pourtant entendre, qui ne bénéficient ni des institutions étatiques, ni d'une popularité diffuse. L'anticolonialisme n'a guère laissé de traces dans les mémoires, a fortiori du point de vue iconographique : les images élaborées par des groupes politiques très marginaux sont peu nombreuses en comparaison de la propagande d'État, et confinées aux couvertures de revues.

Il faudrait préciser la nature de ce discours anticolonialiste, par comparaison avec l'imagerie coloniale : on aurait tendance à les opposer en tous points, alors que les **clichés communs sont nombreux** ; il existe ainsi, paradoxalement pour nous, un racisme anticolonialiste. Si le discours diffère, un **système de références communes unit les affiches des deux camps**. Ces références varient toutes deux **en fonction des circonstances politiques de la métropole** : les peuples colonisés font l'objet de représentations qui ne sont pas issues d'un questionnement face à l'altérité, mais des besoins rencontrés dans la lutte politique nationale.

Le siècle de la propagande : le contexte de création de l'affiche coloniale

Pour comprendre les liens unissant imagerie coloniale et enjeux politiques il faut envisager au départ la **spécificité du XX^e siècle** : **pour la première fois, les conflits de pouvoir s'accompagnent de l'usage massif de supports visuels**. C'est avec la Première Guerre mondiale que **les États européens se dotent d'un appareil de propagande puissant** et entament une centralisation des moyens : il s'agit d'abord d'un appareil traditionnel chargé de contrôler l'information, ainsi que, en France la production de

l'Académie des Beaux-Arts. De **nouvelles formes de communication institutionnelle apparaissent** ensuite, **parmi lesquelles se trouve l'affiche, à côté d'autres supports tels que les cartes postales.**

Après la guerre, les régimes autoritaires comme les démocraties profitent de la concentration des moyens d'expression politique : les premiers accentuent ce phénomène en l'élargissant aux monuments et à la mise en scène utopique ; les seconds utilisent un monopole de fait.

La mondialisation de la propagande, facilitée par les découvertes techniques **s'accroît avec la Deuxième Guerre mondiale**, où des **échanges de stéréotypes** et de procédés ont lieu sur des territoires toujours plus vastes, y compris entre les forces fascistes et celles des Alliés ; malgré les pénuries, des stocks de papier sont consommés sans limite dans ce but de propagande systématique. Le stéréotype est utilisé de part et d'autre : en France, la figure du Maréchal, réaliste, symbolique, ou naïve, est centrale, tandis qu'on utilise des traits parfois racistes pour caractériser l'ennemi. La défaite des forces de l'Axe est aussi, en quelque sorte, celle de la crédibilité de son propre système de propagande.

La politisation des masses opérée au long du siècle avec l'essor des partis, l'affirmation des démocraties et des régimes autoritaires, aboutit finalement dans le monde occidental à un sentiment de méfiance face au système propagandiste.

De ce **tableau succinct de l'évolution des systèmes propagandistes**, on peut tirer plusieurs **éléments d'explication** (non exhaustifs) de notre **matériau d'iconographie coloniale**. La concentration des moyens dans les mains de l'État explique tout d'abord la disproportion entre partisans de l'empire et opposants ; ces derniers ne bénéficient ni des moyens étatiques, ni des intérêts commerciaux omniprésents dans la question coloniale. D'autre part, l'époque des crises de la colonisation après la Seconde Guerre mondiale ne voit la production d'aucune affiche clairement politique : face à la méfiance générale vis à vis du discours propagandiste, il est logique que l'état français oppose un silence de l'image. **Parmi les armes les plus spectaculaires de la propagande figure l'affiche**, même s'il est difficile de mesurer clairement son impact. **L'image sollicite volontiers l'affect**, tandis que le discours écrit nécessite d'abord le prisme de l'esprit. Qu'il s'agisse du patriotisme, du rejet de l'ennemi ou de la dérision, qu'elle recherche la solidarité, la haine, ou le rire, **l'affiche fait appel à l'émotion, non à la réflexion d'individus responsables**. Elle

représente en fait les prémices de la « dictature de l'image » dénoncée à juste titre aujourd'hui.

En France, l'affiche coloniale possède des traits spécifiques face aux représentations mondialisées qui ont cours : **elle se distingue, au niveau esthétique, par un relatif passéisme, en ce sens où abstraction et réalisme n'y figurent pas. C'est souvent le sentiment d'émerveillement qui est recherché** : cela montre que **la question coloniale n'est pas en elle-même incluse dans les sujets « sérieux » de la métropole ; elle constitue plutôt un support à l'imaginaire, loin de tout conflit brûlant.**

Seuls les dessinateurs d'extrême gauche, tels Jossot, Grandjouan ou Stenlein, en dénoncent les dérives avant 1914. **L'affiche coloniale est en revanche exactement intégrée dans le système propagandiste de Vichy : elle présente les mêmes caractéristiques** que les affiches du Maréchal, **dont le style varie du symbolisme au trait naïf.** Après la victoire alliée, les deux blocs s'opposent par doctrine à l'asservissement de l'outre-mer français : Américains et Soviétiques se veulent chacun à leur manière, défenseurs de la liberté des peuples. Il serait dès lors naturel de trouver l'affiche coloniale impliquée dans cette lutte, et de voir le PCF produire des supports graphiques correspondants ; or rien de tel n'existe ! **Un silence de l'image répond à la période houleuse des indépendances.** Pourtant, l'extrême gauche possède en 1960 de grandes capacités d'écoute et de diffusion de ses idées.

Plusieurs éléments peuvent expliquer l'attitude paradoxale des anticolonialistes après la guerre. Tout d'abord, le Parti communiste français est bien intégré à la vie politique nationale depuis le printemps 1936 : il n'affirme donc pas d'opinion radicale dans la question des colonies ; ensuite, cette question coloniale n'est pas directement incluse dans la dualité Est-Ouest, et ne peut que représenter un sujet tiers à cette époque ; enfin, **l'ex empire a persisté dans la mentalité française comme support de l'imaginaire, féerie commerciale, militaire ou touristique** : c'est un refus de voir en face le rêve s'évanouir, presque un autisme national que dévoile l'affiche de gauche ou de droite.

Le discours colonial évolue sur le siècle : à la mise en avant de l'exotisme succède peu à peu celle de l'unité et du drapeau commun.

Quels facteurs modifient la propagande coloniale ? À l'analyse, on constate que les grands débats ou événements de métropole sont l'occasion de **changements iconographiques.** Il apparaît donc que les **représentations de l'outre-mer** sont tributaires des problématiques « franco-françaises ». L'on en déduira ces **éléments fondamentaux** :

premièrement, l'affiche coloniale, censée montrer «la plus grande France», est en fait un document conçu pour les habitants de métropole, dans le cadre de la vie politique de métropole. En second lieu, l'outre-mer n'est pas pris en compte en soi, car il n'existe que par et pour la lutte politique hexagonale ; les colonies se limitent, sur l'affiche politique, à un simple argument fantasmé. Cette relégation au second plan contraste au demeurant avec la force du lobby colonial bénéficiant d'une écoute si large. Cela prouve, encore une fois, que **l'empire fait l'objet d'une utilisation, et non d'une considération : l'outre-mer n'est qu'un outil de marketing.** On va esquisser une analyse méthodique et binaire du déploiement **de l'image politique liée aux représentations de l'empire** - tout en ayant conscience que **l'analyse des quelques illustrations sélectionnées** ne peut que rester superficielle dans le cadre de ce **petit dossier documentaire** et qu'il faut replacer ce **parcours analytique** dans le cadre plus large des étapes de l'histoire ultramarine française.

La prégnance du politique dans les représentations colonialistes de l'outre-mer

La propagande coloniale peut se targuer d'un auditoire important : qu'il s'agisse de produits alimentaires, de journaux, de banques, de chambres de commerce, de films, de jouets ou de manuels scolaires, acteurs et instruments du camp conservateur écrasent en nombre, comme en poids dans les consciences, ceux de l'autre camp. **L'outre-mer s'affiche pour rassurer la population confrontée à une période de troubles sans précédent : la Première Guerre mondiale, les révolutions communistes à l'Est, la perte de puissance diplomatique et la crise économique de l'entre-deux-guerres, la défaite de 1940, enfin les premiers soubresauts de la décolonisation constituent une ligne événementielle expliquant les variations des représentations des possessions françaises.** Chaque période, avec ses propres incertitudes, établit des angoisses auxquelles la puissance publique semble répondre avec des **affiches exaltant la force de l'empire.** Pour ce faire, elle se dote de moyens toujours plus performants sur le siècle.

Après les révélations importantes de la Première Guerre mondiale quant à la mise en œuvre d'une propagande d'État employant massivement l'image, un volontarisme officiel naît : les publications augmentent à raison de l'accroissement de la machine propagandiste. En **1923**, Albert

Sarraut préconise « une **propagande méthodique, sérieuse, et constante par la parole et l'image, le journal, la conférence, le film** » : ce rôle est **dévolu au ministère des Colonies - né le 20 mars 1894**, il succède au sous-secrétariat d'État aux Colonies créé le 14 novembre 1881. Il dispose d'un service intercolonial d'information et de documentation, des agences économiques des colonies et territoires sous mandat, des magazines et périodiques illustrés, d'une revue des troupes coloniales, ainsi que de films tournés à l'initiative de tel gouverneur général. **Les manuels scolaires laissent cependant une place modeste à l'histoire de la colonisation.** Enfin, **les subventions de l'État alimentent** la Ligue maritime et coloniale et **des expositions coloniales, au sein des musées coloniaux parisiens ou de province**, aujourd'hui oubliés. À côté des institutions officielles, il faut prendre en compte les organismes commerciaux, comme les comités de propagande des chambres de commerce, les banques coloniales, les missions, ainsi que des journaux illustrés comme Le Temps colonial, Excelsior, La Lumière, Vu ou Sud- Ouest économique.

Aucun plan général concerté n'a été structuré autour de la propagande coloniale : la multiplicité des supports et le caractère disparate des images renvoient moins à une politique unifiée qu'à la richesse du mythe. En fonction des besoins de l'air du temps (plus précisément, un air du temps politique), se mêlent modifications et constantes. **Avant 1914, c'est une vision exotique qui prime dans des affiches** avant tout commerciales : **l'Afrique inconnue y est caricaturée jusqu'au grotesque.**

Une affiche de Chéret de 1895 représente ainsi un chef coiffé de plumes d'Indien, anneau dans le nez, regardant s'agiter des Congolais dans un désert de pacotille. **L'exotisme est repris par l'affiche commerciale tout au long du siècle, avec des décors et des personnages richement ornés, suggérant un ailleurs de plus forte charge sensorielle.** L'intégration des peuples colonisés dans un seul empire représente le premier véritable élément de réconfort : **la Première Guerre mondiale, marquée par une forte présence des troupes coloniales sur le sol de la métropole, est l'occasion, pour les institutions de propagande** alors en formation, **de montrer la violence « naturelle », selon le discours de l'époque, des soldats ultra marins.** Contredisant totalement les faits, sachant la terreur occasionnée par les moyens de la guerre moderne (chars, aviation, tranchées) sur les indigènes jusqu'à la fin de la guerre, **la « force noire » et la bravoure des cavaliers spahis sur leurs chevaux cabrés relève clairement de la sauvegarde du bon moral au sein de la population.** Une

affiche imprimée en 1917 pour la Journée de l'armée d'Afrique et des troupes coloniales représente ainsi un tirailleur aux habits déchirés, franchissant les barbelés avec ses compagnons, dans un assaut héroïque et rageur. La férocité s'impose dès le début des hostilités : une photographie de 1914 saisit le rictus peu avenant de tirailleurs face à leur officier. **Les mêmes caricatures de visage et de comportement reprennent, comme une rengaine, la poitrine offerte aux balles, les lèvres épaisses et rouges, les dents blanches et menaçantes.** Au sauvage étranger succède ainsi le sauvage apprivoisé, dompté, dont la bravoure devient utile ; des sentiments nouveaux sont sollicités pour ces héros particuliers : ils appartiennent désormais à la mère-patrie.

L'entre-deux-guerres voit se prolonger l'activité volontariste de l'État à travers le ministère des Colonies, pourvu désormais d'un service d'information et de documentation, d'agences économiques, et de magazines illustrés. **Le credo officiel, qui fait de l'empire un laboratoire d'expérimentation de la mission civilisatrice française, n'est nullement présent sur la majorité des affiches, où l'exotisme et l'aventure priment.** Ce peut être à travers les liens commerciaux : **une affiche de la Foire de Bordeaux de 1923 réutilise ainsi les couleurs chaudes et violentes des supports d'avant-guerre, dans un lieu pourtant peu reconnu pour la virulence de son climat : sur le quai s'aligne une foule composite et imaginaire, débarquant des marchandises ; une Africaine à la poitrine dénudée, un Indochinois sous son chapeau conique, un Arabe en djellaba ; lèvres épaisses, yeux bridés à l'excès, babouches et couvre-chef de spahi constituent leur accoutrement type.** Le contraste entre la platitude du décor et ces personnages grotesquement représentés est saisissant ; il donne à voir un exotisme venu directement en métropole, sans altération de l'explosion sensorielle. Dans une France amputée par la guerre d'une large partie de sa jeunesse et de sa puissance internationale, hantée comme tout l'Occident par le déclin de « l'énergie spirituelle » de la patrie, voire de la civilisation européenne, **l'empire constitue un palliatif efficace, une compensation à cette perception d'effritement.** C'est ce même dépaysement donnant l'illusion de renouveau qui est recherché lors de l'Exposition coloniale de Vincennes durant l'été 1931. Cependant, « la plus grande France » est aussi exaltée par la propagande centrale : pour preuve, l'affiche évolue vers la récurrence du thème unitaire, dont la titanique exposition constitue un sommet matériel : **une réclame de l'Exposition superpose les quatre personnages types, classiquement pourvus de leurs attributs respectifs :**

pendentif barbare, turban blanc, chapeau conique et sobre collier d'or identifient les quatre « races ». Devenues quasiment des images d'Epinal, ces représentations sont cependant proches de la caricature et de l'idéologie raciale du siècle passé ; et elles se mêlent pour rendre le contenu de la manifestation immédiatement identifiable, mais aussi exotique. À une époque marquée par la « peur du rouge », la chute diplomatique et démographique nationale, enfin la crise économique venue d'outre-Atlantique, la représentation des possessions coloniales constitue le moyen privilégié de rassurer la population métropolitaine : l'outre-mer apporte le sentiment de forces vives, la puissance d'un imaginaire, et surtout la perception de la force procurée par un empire solidaire, unifié et de plus en plus « riche ».

Le régime de Vichy accentue ce propos unitaire dans un système propagandiste très concentré. Pour ce faire, il utilise tous les vecteurs de communication qui **amplifient la propagande en direction de la jeunesse.** L'Agence économique des colonies **développe foires, expositions et manifestations.** Le régime dictatorial **centralise davantage les institutions de propagande coloniale** : l'Union coloniale française, l'Institut colonial et le Comité d'Indochine fusionnent au sein du Comité de l'empire français. Un train colonial expose dans les principales villes françaises les « merveilles » impériales. Contrairement aux époques précédentes, la concentration des moyens est telle que la **propagande opère selon des plans organisés par Vichy,** et dans une moindre mesure au gré d'un air du temps politique (événements de la guerre, lutte antigaulle)

Sur le plan de la symbolique, l'imagerie du Maréchal se trouve dans la droite ligne de celle de la III^e République, **en réutilisant la juxtaposition des trois « races » sous les trois couleurs du drapeau.**

Une affiche d'Eric Castel, éditée en 1941 par le secrétariat d'État aux Colonies, aligne très classiquement un Maghrébin enturbanné et barbu, un Noir Africain au nez épaté et au cou garni de lourds colliers de métal, enfin un Asiatique arborant le chapeau conique. La continuité avec certaines affiches de l'Exposition coloniale est patente. De son côté, la France libre **réutilise l'argument de l'universalité** : pour les deux camps, il justifie leur existence et proclame leur puissance ; il représente (sur l'image) le droit du plus ancien et celui du plus fort.

Après 1944, le message de l'État est modifié par la prégnance de la décolonisation ; dans l'impossibilité d'assumer même un simple débat politique, **les affiches produites par des institutions vichystes conservées**

par de Gaulle se limitent à la modernisation apportée par la métropole, ou bien la variété des matières premières venues des colonies.

L'on passe d'un système de représentation aux supports multiples à un ensemble iconographique simple, dominé par la photographie de propagande. Une variété des styles se déploie cependant: si la photographie présente un réalisme publicitaire, l'affiche fait souvent appel à la naïveté des situations ou des personnages. L'une d'elle, intitulée *Algérie, pays de la qualité* produite par l'Office algérien d'action économique, montre une femme en voiles blancs chargée d'une pleine corbeille de fruits, et de lourdes pendeloques ; le rapprochement de la richesse sensorielle et de la « mauresque » est déjà courant avant-guerre.

De manière générale, l'on peut constater une continuité des types de colonisés à travers le siècle : les costumes de certains varient (le Noir passe ainsi du sauvage au soldat courageux, puis à l'enfant de la France) tandis que pour d'autres, comme l'Algérienne, ils demeurent identiques. Si la scène iconographique évolue peu en 1950, l'argument est strictement limité aux efforts de développement menés par la métropole. La lutte politique, reléguée en coulisse, est inexistante : d'actualité brûlante, les vellétés d'indépendance sont niées par une grande partie de la population, par le pouvoir central, et par les affiches qu'il produit. Le lien économique qui lui est privilégié représente en fait une double dénégation : celle de l'égalité des peuples, puisque l'on reprend le thème de la supériorité de l'Occident ; celle des remises en cause politiques, comme oubliées. Par le biais de cette démarche d'aveuglement national devant la nécessité d'une évolution institutionnelle (et sociale) forte, l'empire mis en images permet, au moment même de sa dérégulation, de réaffirmer une puissance française toute illusoire.

La mobilisation de l'image au service d'un schéma de pensée anticolonialiste

De son côté, la **propagande anticolonialiste** ne saurait mettre en avant, par une esthétique propre et brillante, la beauté exotique ou l'unité impériale ; si, esthétiquement, l'affiche d'État nous apparaît riche et suit la modernité en passant d'une influence « art moderne » à la stylisation ou le naïf, l'image anticolonialiste recherche la **sobriété des couleurs et la violence des sujets**. Par définition, elle ne veut pas rassurer qui que ce soit: **d'origine révolutionnaire, elle veut éveiller les consciences par un**

réalisme dénonciateur. En dépit de dessinateurs comme Jossot, collaborateur de *L'assiette au beurre*, qui adoptent une ligne claire et brutale, **la majorité des affiches se caractérisent par un trait sale, rapide, parfois comme ébauché, qui contraste sans doute volontairement avec l'aspect sain, net, et éclatant des supports colonialistes**

Rappelons tout d'abord la différence de moyens entre un État qui a concentré les moyens de sa propagande jusqu'à un point jamais atteint et qui a bénéficié en sus de l'adhésion populaire, et des opposants appartenant en général aux partis d'extrême-gauche, pourvus de peu d'audience avant la Seconde Guerre mondiale, et aux ressources limitées.

L'anticolonialisme appartient en effet à la culture socialiste et syndicaliste; même si un socialisme colonial existe, il reste minoritaire.

L'évolution de la production anticolonialiste manifeste, comme celle des coloniaux, une adaptation au contexte politique : si le syndicalisme révolutionnaire antérieur à la Première Guerre mondiale est source de dessins à l'impressionnisme choquant, la production iconographique postérieure à 1919 s'affadit nettement, avec un trait plus naïf et un propos moins virulent. **Comparer un dessin de Delaunoy, en couverture d'un numéro de 1902 de *L'Assiette au beurre*, avec une affiche du Parti communiste trente ans plus tard** montre le chemin parcouru.

Griffonnés au poteau d'exécution, un homme et son enfant attendent sur le premier document leur exécution par les troupes françaises ; les cadavres sont déjà nombreux. Tout souci du pittoresque disparaît devant ce **tableau antimilitariste.** **Un même antimilitarisme se retrouve sur l'affiche communiste de 1932 : des troupes coloniales massacrent autochtones de l'outre-mer, comme ouvriers de France.** Avec l'anticléricalisme et l'anticapitalisme, l'antimilitarisme représente le troisième fer de lance du combat d'extrême-gauche. **L'affiche en question montre aussi des caricatures de patron, de curé et de colon s'enrichissant sur le dos courbé des populations locales. Les clichés du camp adverse sont repris, l'Arabe s'identifiant par son bonnet cylindrique et l'Indochinois par son chapeau conique.** En général, la victimisation domine la production révolutionnaire avant les années 1930. **Martyrisé, enchaîné, le colonisé est esclave d'un système d'exploitation.** Un renversement des situations peut alors s'opérer : participant aux répressions sous l'uniforme tricolore, il devient par là même ennemi du prolétariat ; cette idée a longtemps nourri un racisme des « antis ».

La participation de l'extrême-gauche à la vie politique française impose cependant, après le printemps 1936 où les communistes intègrent le

gouvernement, une moindre remise en cause des institutions donc de l'empire colonial. Si l'on peut expliquer l'absence, d'après des recherches, d'iconographie anticolonialiste pendant la Seconde Guerre mondiale par la participation des communistes au pôle résistant, **comment comprendre le silence de l'image anticolonialiste au moment des décolonisations ?** Il semble que le refus d'admettre la nécessité de prendre en compte les perspectives politiques d'un processus de décolonisation ne se limite pas aux partisans de l'empire, car **elle concerne un vaste ensemble d'une population influencée par trente années de culture impériale, voire de propagande impérialiste.**

En ce sens, il est logique que l'extrême gauche, si virulente avant 1936, affadisse son propos après 1945, pour se limiter à des dénonciations générales et à un désir de paix universelle : **une affiche produite en 1953 pour la 5^e journée nationale contre le racisme, l'antisémitisme et pour la paix** (J. Amblard) **constitue une référence directe aux affiches tricolores de Vichy et d'avant-guerre. Les trois personnages types sont cependant nus, donc libérés de la lourde symbolique ornementale qui distinguait, en plus des traits outrés, le Noir, l'Arabe et l'Asiatique.** Cette scène fraternelle et égalitaire donne à voir une évolution flagrante de la perception de l'outre-mer : l'extrême-gauche **évacue les clichés ridicules que l'affiche coloniale de l'époque continue d'étaler.** Il n'est pourtant pas de place pour un discours indépendantiste. **Un affadissement de l'image a eu lieu depuis les années 1930.** La guerre d'Algérie, qui focalise les débats dès 1958, est révélatrice de l'attitude de la gauche anti-impérialiste : les «événements» sont surtout montrés dans le dessin de presse, et non dans l'affiche murale. Le refus de percevoir et de montrer la dure réalité de la crise de sécession politique semble, avec la censure, expliquer l'atténuation du propos.

Impérialistes et anticolonialistes puisent à un imaginaire commun

Malgré les événements politiques du XX^e siècle, qui opèrent des changements distincts dans **les iconographies coloniales et anticolonialistes, toutes deux puisent à un fond de références commun.** **Ce paradoxe s'explique par la nature de l'affiche politique, sur laquelle le spectateur doit reconnaître immédiatement les protagonistes ; des personnages types sont donc présents sur les deux productions, et l'on peut ainsi affirmer que l'image coloniale constitue un ensemble plutôt homogène, qu'il s'agisse des anticolonialistes ou des partisans de l'empire.** Si les styles, comme nous venons de le voir, sont très différents, si les deux visions de la colonisation apparaissent, bien entendu,

opposées, il faut garder à l'esprit que **la perception des indigènes s'appuie souvent sur des idées reçues issues du racisme** ou du « racialisme » ; **on attribue ainsi à chaque « race » ses objets caractéristiques**, tels le chapeau conique pour l'Indochinois, ou la coiffe rouge pour le Maghrébin ; surtout, **les traits physiques sont outrés de part et d'autre : c'est l'image de l'Africain qui justifie le mieux cette unité des clichés « racistes », avec sa bouche épaisse et sanguinaire ouverte sous le roulement des yeux naïfs.**

Il est donc **impossible d'opposer**, comme nous le ferions volontiers selon nos références actuelles, **un racisme colonial avec un antiracisme anticolonialiste** : **les deux camps partagent souvent, malgré quelques nuances à apporter, une imagerie similaire des personnages.** L'idée d'un ensemble commun de références pour ces deux propagandes reste, d'après des recherches, simplement évoqué par les chercheurs : si Claude Liauzu note dans *Images et colonies* qu'« une recherche plus fouillée de l'iconographie française permettrait de mieux cerner certaines ambiguïtés de l'anticolonialisme français » (notamment l'image du colonisé comme oppresseur du peuple français puisque soldat des troupes coloniales), ce sujet reste peu abordé, et participe du travail universitaire relativement récent sur le passé colonial français.

Ces clichés de propagande sont-ils ensuite partagés par la population ?

Notre étude se limite à l'amont du **discours propagandiste** ; une recherche plus élaborée qui prendrait en compte l'aval du discours (la réception de la propagande) souffrirait du manque de données précises quant à cet impact. Il reste que **toute propagande par l'affiche s'appuie sur des personnages types** : en ce sens, **l'iconographie coloniale n'inventerait rien, et ses indigènes représenteraient simplement un système de références commun aux Français, évoluant cependant au gré des circonstances politiques.** Une étude de l'aval du discours semble dès lors inutile. **Le paradoxe des clichés communs s'explique également par une attitude générale de la métropole, couvrant toutes les forces politiques, qui projette ses propres représentations sur les colonies: les propagandes les utilisent comme simple argument de leur idéologie.**

Pourquoi un système commun de clichés racistes et racialistes unit-il paradoxalement deux propagandes opposées ? **La particularité d'un support tel que l'affiche politique, qui nécessite l'identification immédiate des personnages, n'explique pas l'origine de ces personnages.** Des recherches mènent à **une conclusion simple** : **les relations entre la métropole et ses colonies n'intègrent aucunement la « décentration »,**

c'est à dire la prise de conscience de l'altérité. Qu'il s'agisse de l'État impérial ou de ses adversaires, **l'iconographie montre l'utilisation de l'outre-mer comme un argument qui vient étayer le discours habituel : ainsi, l'apologie coloniale cherche à reconforter la population dans la guerre, valoriser le régime vichyste, ou bien la modernité économique française, et la dénonciation de la colonisation revient en fait à critiquer le militarisme, le capitalisme, ou l'impérialisme.** Les chercheurs insistent surtout sur le **narcissisme colonial**, oubliant qu'il s'exerce aussi du côté des **anticolonialistes** ; en effet, ces derniers **ne s'intéressent jamais, dans leur iconographie, aux colonies pour elles-mêmes.** Réunir sous la notion d'anticolonialisme les courants politiques d'extrême-gauche se révèle donc abusif ; en fait, aucun courant politique important, producteur d'affiches, ne peut légitimement s'attribuer cette qualité. Force est de constater **qu'un véritable anticolonialisme français ne prend pas forme au XX^e siècle, alors qu'une culture pro-coloniale a fortement et durablement imprégné les mentalités** : réduit à la qualité d'argument complémentaire pour les idéologies de gauche, l'anticolonialisme n'existe pas en soi ; telle est du moins la conclusion que nous pouvons tirer de notre **analyse des « images »** que nous avons déployée dans le cadre de notre recherche.

Bibliographie :

- Pierre Lyautey, *L'Empire colonial français*, Paris, Editions de France, 1931.
- Gabriel Hanotaux, *Histoire des colonies françaises et de l'expansion de la France dans le monde*, Paris, Pion, 1931.
- Pascal Blanchard et Sandrine Lemaire (dir.), *Culture impériale, 1931-1961. Les colonies au cœur de la République*, Paris, éditions Autrement, 2004.
- Pascal Blanchard et Nicolas Bancel, *De l'indigène à l'immigré*, Paris, Découvertes Gallimard, 1998.
- Fabrice d'Almeida, *Images et propagande*, Paris, Casterman Giunti, 1995.
- Laurent Gervereau, *Histoire mondiale de l'affiche politique*, Paris, France Loisirs, 1996
- Charles-Robert Ageron, « *L'empire et ses mythes* », in *Images et colonies*, ACHAC- BDEC, 1993.
- Charles-Robert Ageron, « *L'Exposition coloniale de 1931 : mythe républicain ou mythe national ?* », in Pierre Nora (dir.) *Les lieux de mémoire*, tome 1 : La République, Gallimard, 1984.
- Léon Archimbaud, *La plus grande France*, Paris, Hachette, 1928.

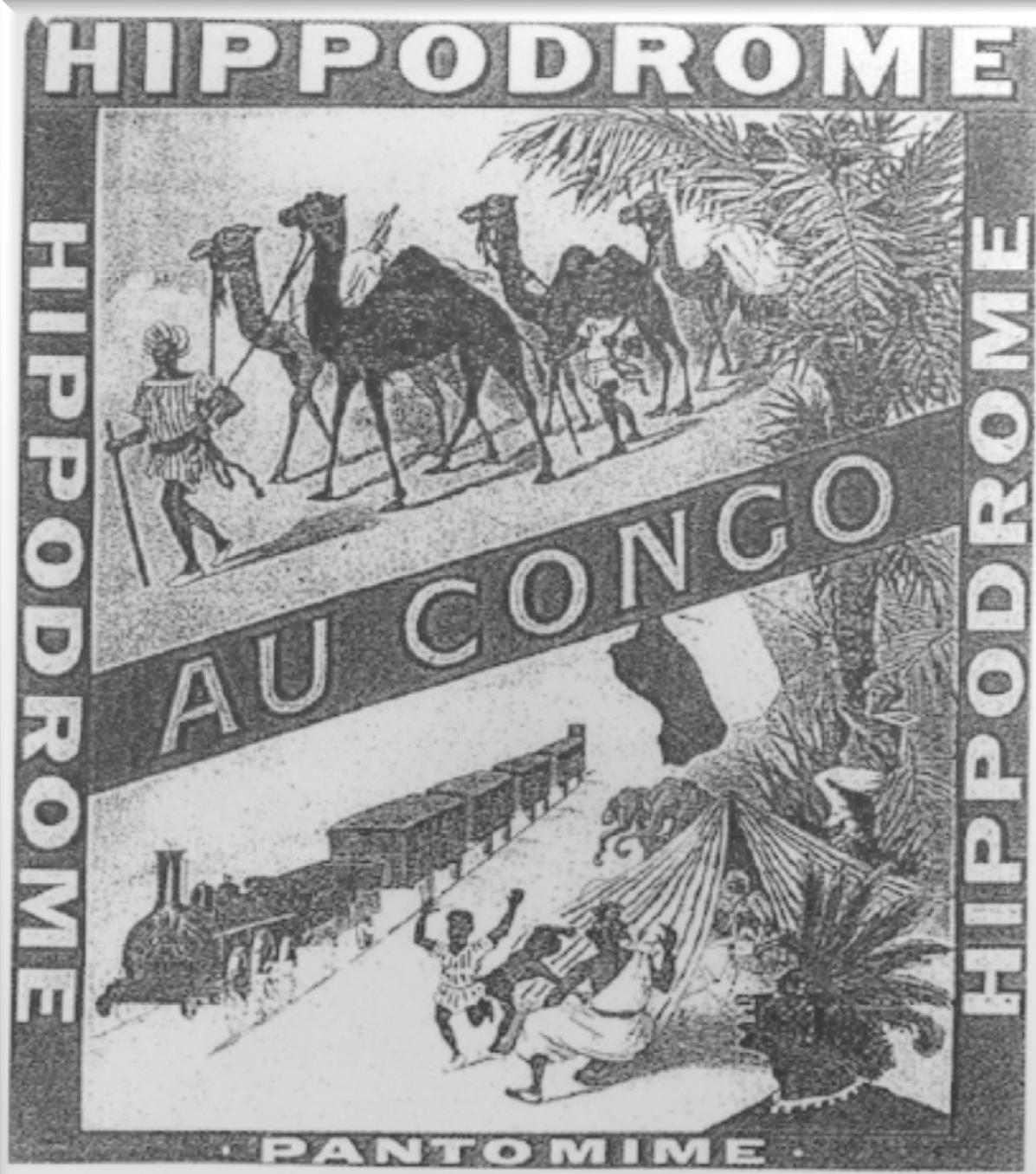
Bdic (dir.) *La propagande sous Vichy, Catalogue d'exposition*, Paris, Bdic, 1992.

Stéphane Marchetti, *Affiches 1939-1945. Images d'une certaine France*, Paris, France Plus, 1982.

Henri Labouret, *Colonisation, colonialisme, décolonisation*, Paris, Gallimard et Larose, 1952.

Claude Liauzu, *Aux origines du tiers-mondisme, colonisés et anticolonialistes en France, 1919-1939*, Paris, L'Harmattan, 1982.

Gilbert Meynier, « *Les communistes français entre l'Internationale et l'insertion dans la communauté nationale de 1920 aux années cinquante* », *Epoque*, n° 5, Paris, mai 1988.



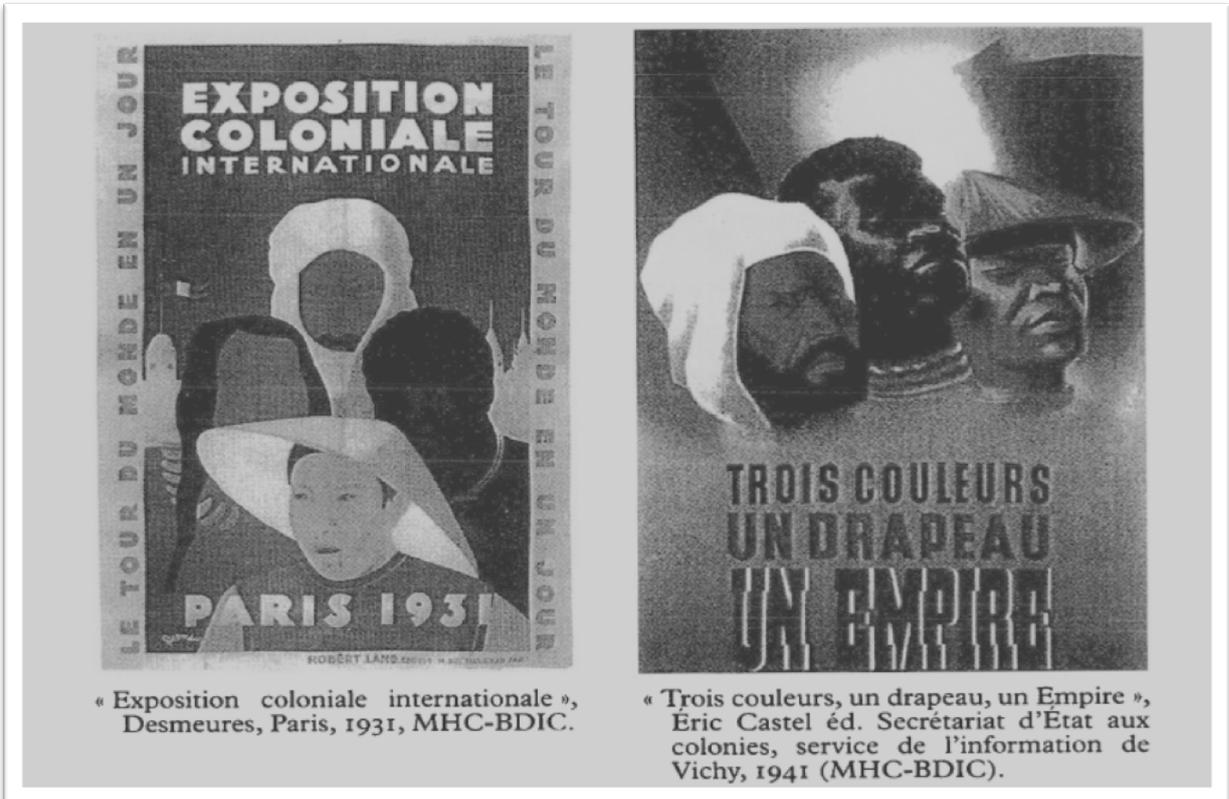
« Au Congo », Chéret imprimerie Chaix, 1895, ACHAC.

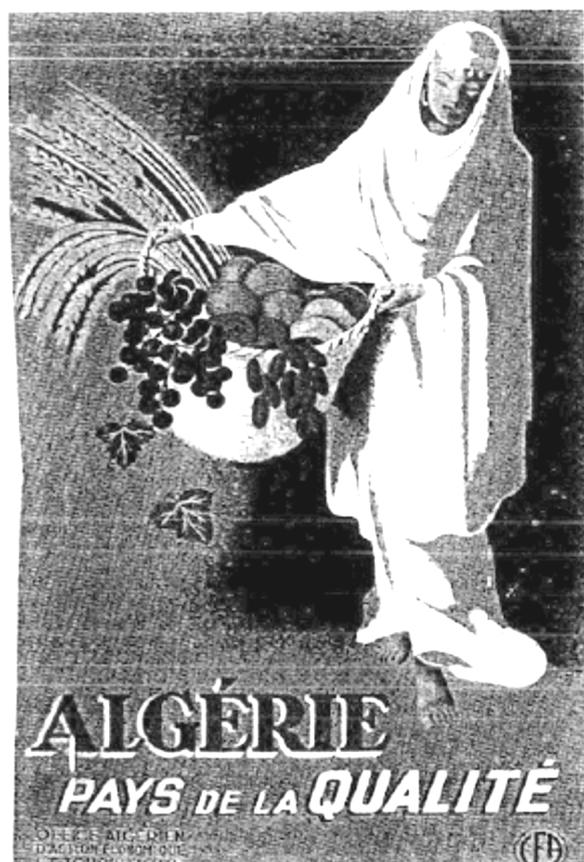


JOURNÉE DE L'ARMÉE D'AFRIQUE ET DES TROUPES COLONIALES

DEVAMBEZ, PARIS

Journée de l'armée d'Afrique et des troupes coloniales », éditions Devambez, 1917, MHC-BDIC.





« Algérie, pays de la qualité », A.L. Mercier, Office algérien d'action économique XI et touristique, Gouvernement général de l'Algérie, 1950, MHC-BDIC.



« Terre à galons », dessin, Delaunoy, *L'assiette au beurre*, 1902, MHC-BDIC.



« 5^e journée nationale contre le racisme, l'antisémitisme et pour la paix », J. Amblard, imp. Schuster, 1953, MHC-BDIC.



« Parti communiste SFIC », Parti communiste, 1932, MHC-BDIC.



« Algérie, pays de la qualité », A.L. Mercier, Office algérien d'action économique XI et touristique, Gouvernement général de l'Algérie, 1950, MHC-BDIC.



« Terre à galons », dessin, Delaunoy, L'assiette au beurre, 1902, MHC-BDIC.