

## **Modèles d'analyses de documents iconographiques proposés aux élèves**

### **Étapes de l'analyse.**

1.- On présente aux élèves des images de propagande. Il s'agit de plusieurs affiches publicitaires, datées vers 1910 pendant le colonialisme. Cette présentation peut se réaliser au moyen la lecture du texte ci-dessous :

#### **Introduction**

« La publicité est un révélateur de la société qui la produit ». Dans ce cas ces affiches évoquent à la fois les Occidentaux (colonisateurs) avec les images qu'ils ont des colonisés qu'ils veulent représenter. Par rapport à la propagande politique n'oublions pas que la publicité commerciale a, pour fonction première, de vendre... mais l'une et l'autre utilise de nombreuses « règles » communes. Une de ses règles est celle d'utiliser les colonisés pour attirer l'œil et de ce fait les ancrer dans les mémoires

2.- On leur indique qu'il s'agit d'affiches publicitaires : mettant en scène des noirs (colonisés) au moment (1910) où l'empire colonial français est très étendu, particulièrement en Afrique Noire. L'illustrateur (Gus Bofa) nous donne ainsi l'idée que la société française se fait des noirs au début du XIX<sup>e</sup> siècle.

3.- Indiquez-leur qu'ils doivent réaliser des Descriptions/interprétations Pour les aider dans leur analyse proposez-leur :

- une liste de mots-clefs qu'il serait souhaitable de retrouver dans leur analyse : STEREOTYPE ; EXAGERATION ; IMAGE DU NOIR ;
- d'autre part posez leur, entre autre les questions suivantes : le savon est censé ôter la saleté : or, le garçon noir ressort blanc qu'en pensez-vous ? Le garçon a-t-il perdu ses caractères de race noire ? Qu'en pensez-vous ? Il sourit largement qu'en pensez-vous ? Que pensez-vous de la tenue vestimentaire des personnages?

#### **4.- Conclusion : Synthèse et portée**

Demandez-leur de rédiger une synthèse et d'analyser la portée de ces documents. Pour cela ils doivent rédiger 2 paragraphes :

- le premier en répondant à ces questions : quelle image ces affiches donnent-t-elles à l'opinion publique française des noirs, du monde et de la colonisation ? S'agit-il, selon vous, de racisme ?

- le second en comparant ce que vous avez appris avec d'autres documents: lesquels montrent une vision proche ? Opposée ? Qu'en conclure ?

### Éléments de correction :

Ces publicités contribuent à créer une image raciale du monde dans lequel les noirs restent peu connus sinon comme des gens quasi «sauvages» et rêvant, sans y parvenir, d'imiter le blanc. Cette vision justifie la colonisation en donnant bonne conscience aux français (et aux européens) censés apporter les bienfaits de la civilisation (le savon !) aux indigènes.

Cette vision est construite par de multiples moyens (écrits, affiches, films... comme dans les documents suivants .../...) et même par des héros, pourtant très positifs, comme Tintin ! Seule une minorité lutte contre cette vision raciale et contre l'oppression des colonies par les métropoles (le plus souvent des communistes).

### Description Document 1 : Affiche publicitaire Banania



Nous nous trouvons en présence d'un tirailleur sénégalais\* durant la première Guerre Mondiale.

Celui-ci est assis sur une caisse, à proximité d'un arbre, sur laquelle il est écrit « Aliments délicieux pour les estomacs délicats ». Le soldat tient dans sa main une gamelle et sourit de toutes ses dents blanches. L'inscription en bas de l'affiche : « y a bon » vient compléter la marque du chocolat vanté ici, c'est à dire Banania. Cet accent ; « y a bon » fait référence à l'accent africain du bon p'tit nègre. Cette inscription contribue à mettre en avant l'aspect « bon sauvage » du soldat nègre. Nous le voyons souriant comme s'il était content de son sort de soldat africain. Cette affiche participe à l'intégration dans les esprits de l'image du bon.

Cette affiche parue en 1915 met en avant, d'une part le loyalisme des soldats Sénégalais durant la Première Guerre Mondiale, et d'autre part elle grave dans les esprits le fait que tout l'empire français se bat pour la mère patrie et que la France dû faire appel à ses réservoirs d'hommes des colonies.

Cet aspect de la guerre, soit d'aller chercher des hommes dans les colonies, largement utilisé, mais on préfère ensuite les laisser de côté, car n'oublions pas qu'à l'époque la population noire est considérée comme inférieure par rapport aux Européens, ou la race blanche dite supérieure. Aujourd'hui encore le slogan « y a bon Banania » est utilisé par la marque de chocolat mais nous savons qu'actuellement des pétitions ont été signées pour que ce message soit finalement aboli et soit remplacé sur les produits alimentaires et sur les campagnes publicitaires de Banania car jugé raciste et ségrégationniste.

### Description Document 2 : Affiche publicitaire pour le savon DIRTOFF

Une affiche publicitaire pour un savon

Cette affiche publicitaire pour une marque de savon met en avant un nègre vantant les mérites du produit. Cette affiche comporte également un slogan facile à retenir et humoristique : « Le savon DIRTOFF me blanchit ! ». Ce slogan vante son savon en lui attribuant soi-disant la qualité de blanchir les nègres. Bien sûr cela est impossible mais la marque a fait son travail : puisqu'elle met en avant un slogan simple et efficace et une affiche de couleur pimpante pour qu'elle soit visible. De nombreux produits sont vantés via cette solution : utiliser les colonisés soit les nègres pour attirer l'œil et dégager du produit une certaine notion d'exotisme et rendre ainsi le produit plus attractif. Sur cette affiche nous pouvons voir donc un nègre se lavant les mains au-dessus d'un évier avec tout près de



lui une boîte de savon Dirtoff. Puis dans la partie inférieure de l'image on lit : « pour mécaniciens automobilistes et ménagères suivi de NETTOIE TOUT ; mais pourtant le nègre ici ne porte aucun des trois équipements requis pour les professions où le savon peut s'avérer réellement utile. Il est plutôt en tenue soit de garçon de restaurant ou de garçon de foire : il est vêtu d'une chemise blanche retroussée aux manches ; pourvue d'une cravate fine rouge puis d'une ceinture apparemment en tissu jaune ocre et pour finir un pantalon à rayures rouges et blanches. Le nègre a donc plus une position de figurants sur cette affiche et n'est certainement pas représentatif des professions citées sur l'affiche. La chemise blanche n'a

pas été choisie innocemment elle sert à augmenter le contraste qui s'opère entre la couleur jaune or du fond de l'affiche et de la couleur marron foncée de la peau du nègre. Ce qui rend l'affiche d'autant plus tape-à-l'œil et joue son rôle d'attirer le regard du passant.

Ces hommes noirs sont très STEREOTYPES (lèvres épaisses, noirceur total). Ils sont utilisés dans une publicité pour un savon qui en EXAGERE l'efficacité puisque son pouvoir de blancheur est tel que l'enfant noir ressort blanc ! Mais ce jeune garçon, même heureux de devenir blanc (il sourit largement) n'en reste pas moins un noir car ses cheveux restent crépus et ses traits caractéristiques. Cela montre l'IMAGE d'un NOIR imitant le blanc... sans y réussir.

### Description Document 3 : Affiche publicitaire pour le chocolat FELIX POTIN



De nombreuses images furent donc ainsi créées à partir de ce procédé comme nous le montre de nouveau cette affiche non pas pour une marque de savon mais pour une marque alimentaire qu'est le chocolat Félix Potin. Elles suivent toutes le même cheminement pour attirer l'œil du lecteur : un nègre souriant, un bon slogan simple, humoristique mais frappant et des couleurs contrastées. Sur celle-ci on voit un nègre dansant un bol avec du chocolat dans la main gauche et dans la main droite un fouet pour battre le chocolat ; en accord avec le slogan : « Battu et content » qui est ici à double langage car il désigne à la fois le chocolat mais également la manière dont il faut traiter les nègres. Mais pour éviter une trop grande confusion quant au destinataire du slogan, il est également marqué sur l'affiche: « sans lait son chocolat

est exquis à l'eau », puis pour tirer une fois de plus de la confusion cette affiche il est de nouveau mentionné juste en-dessous « battez-le avec la chocolette FELIX POTIN ». Ca y est la confusion n'est plus possible c'est du chocolat que l'on parle ! Ce petit jeu de mots raciste face à la situation rejoint le côté humoristique présent déjà dans l'affiche pour le savon permettant une meilleure mémorisation de la marque en question et donc du produit lui-même.

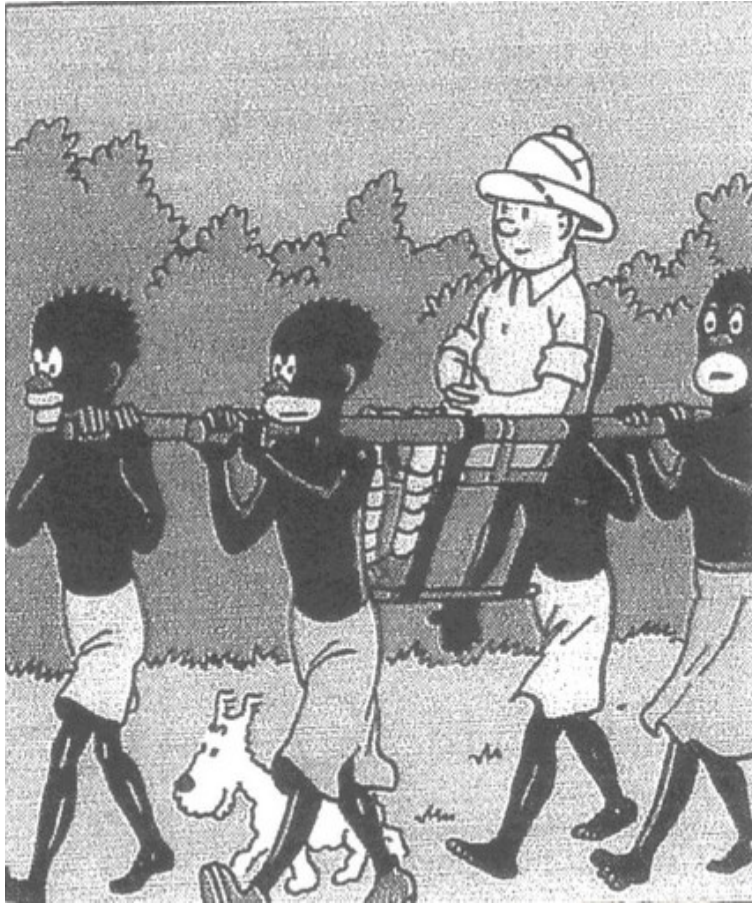
## Description Document 4 : Bande dessinée Tintin au Congo

L'image du nègre est à jamais ancrée dans les mémoires avec l'immortalisation de la colonisation qu'en a fait cet auteur de Bandes dessinées mondialement connu qu'est Hergé. Dans l'épisode de Tintin au Congo le jeune reporter évolue dans le décor sauvage et singulier du Congo. Il rencontre au fil du récit, différentes peuplades, des missionnaires et des ennemis. Mais l'un des extraits, décomposé en deux bulles, les plus représentatifs de cette BD est celui que l'on nous propose de regarder sur cette planche. Dans la première bulle nous voyons un décor traditionnel comportant toutefois quelques anomalies dues à la colonisation. La présence d'une hutte est tout ce qu'il y a de plus normal ; mais l'apparition d'une ligne de chemin de fer représentée en bas à gauche stipule la présence de colons sur le sol congolais bien sur conforté par la présence du héros et qui est de surcroît dans une automobile.



L'influence européenne se fait ressentir dans la tenue vestimentaire des noirs dont l'un est vêtu comme un jeune boy américain un autre en chemise et short, une femme en manteau de fourrure et chapeau à plume, un autre en veste avec épaulettes, un short et des bottes ? Ils portent tous un chapeau différent. L'impact colonial est présent également dans le fait qu'ils parlent français mais avec l'accent nègre : ce qui accentue l'aspect comique de la scène.

Dans la bulle suivante Tintin est assis dans une chaise à porteurs.



Il est véhiculé par quatre p'tits noirs qui cette fois-ci ont troqué leurs habits européens contre une simple tunique ne couvrant que leurs jambes plus seyantes pour la tâche qu'ils accomplissent : la marche. Alors que Tintin en bon européen préfère la chemise claire et le chapeau colonial. Cet extrait de BD marque bien le fait que le nègre est utilisé à des fins humoristiques commerciales dans le but de satisfaire et d'attirer le consommateur européen.

Mais il résume également remarquablement la situation du colon en Afrique c'est à dire en position dominatrice. La fierté des noirs à participer à la colonisation est représentée par le fait que les noirs invitent Tintin et de plus le transportent en chaise.