



La propagande pendant la Seconde Guerre mondiale

Qu'est-ce que la propagande?

- ◆ La propagande est la diffusion systématique d'informations dans le but d'influencer les pensées, les croyances, les sentiments et les actions des gens.

L'exemple du Canada : comment a-t-on utilisé la propagande au Canada?

- ◆ Au Canada, la propagande du début de la Seconde Guerre mondiale, en majeure partie produite sous la direction du Bureau de l'information publique sous formes d'affiches, était informative et reposait davantage sur des mots que sur des images, ainsi que l'humour pour communiquer ses messages.

Les affiches du début de la guerre

- ◆ Cet éléphant blanc, l'ultime achat superflu, rappelle aux citoyens d'éviter les extravagances et de cultiver l'habitude de dépenser de façon économe.
- ◆ Contrairement à de nombreuses affiches ultérieures, celle-ci privilégie l'humour pour passer son message.



L'humour continue, même plus tard...

- ◆ Cette affiche privilégie l'humour pour passer le message que l'acharnement au travail permettra la victoire. On y voit Hitler réfugié dans un arbre qu'un castor, emblème du Canada, est en train d'abattre.
- ◆ La propagande de tous les camps employait allègrement la caricature et le dessin humoristique pour dénigrer les chefs ennemis.



Un humour plus sombre...

- ◆ Cette affiche de propagande, datant de 1945, se sert de l'humour et de stéréotypes racistes afin d'encourager les Canadiens à poursuivre la guerre contre le Japon.
- ◆ Insiste sur l'union du soldat et de l'ouvrier : seuls leurs efforts conjoints permettront la victoire.
- ◆ Hitler, dont la tête est devenue un trophée de chasse, n'est plus une menace, mais la population doit rester vigilante pour vaincre le Japon.
- ◆ Attendre que les Japonais se fassent hara-kiri ne saurait suffire à assurer la victoire.



Hara-Kiri = mode de suicide particulier au Japon, qui consiste à s'ouvrir le ventre...
Besogne = travail

Comment cette affiche représente-t-elle les japonais?

- ◆ Le dessin accentue les stéréotypes occidentaux à l'endroit des traits physiques des Japonais, notamment les yeux, les dents et les cheveux.
- ◆ Ici, l'empereur japonais Hiro-Hito est présenté sous les traits d'un serpent, créature symbolisant non seulement la lâcheté (*lâche = coward*) et la sournoiserie (*sournois = underhanded, sneaky*), mais également, dans la tradition judéo-chrétienne de la majorité du public canadien, le mal.



Techniques



- ◆ Humour (trophée d'Hitler)
- ◆ Insulte : l'ennemi est dénigré et déshumanisé = accentuer la haine du public contre l'ennemi
- ◆ Slogan fort et simple
- ◆ Emploi de stéréotypes

Poster canadien



- ◆ Deux innocents, une mère et son enfant sont menacés par deux mains non-humaines et monstrueuses portant l'une la swastika nazie et l'autre le drapeau nippon.
- ◆ Cette affiche utilise la peur de l'ennemi comme outil de propagande
- ◆ L'ennemi est encore une fois déshumanisé.

Techniques



- ◆ Valeurs positives : famille et les enfants
- ◆ Peur de l'ennemi
- ◆ Insulte : l'ennemi est diabolisé, déshumanisé, réduit au rang de monstre
- ◆ Slogan simple et accrocheur

Les affiches de propagandes deviennent plus sérieuses

- ◆ Plus tard, les nécessités de la guerre conduisirent à des changements de tactiques.
- ◆ Devenue plus agressive, voire plus sombre, la propagande, axée sur l'image, privilégia le thème de l'unité nationale et le développement d'une énergie collective, tout en dénonçant la nature diabolique des pays ennemis.
- ◆ Elle célébra aussi les prouesses des Canadiens au front et motiva les gens par la promesse d'un monde meilleur après la guerre.

Protéger le pays

- ◆ L'affiche évoque des qualités d'innocence et de pureté. Elle exprime aussi les valeurs que les Canadiens et Canadiennes doivent être prêts à protéger, comme le foyer, la famille et l'avenir des enfants.
- ◆ La carte du Canada, à l'arrière-plan, renforce l'idée que toute la population doit contribuer à la fin de la guerre.



Poster canadien réalisé par Franklin Arbuckle.

Techniques



- ◆ Utilisation de valeurs positives : famille, enfant, l'amour...
- ◆ Utilisation de la peur (votre famille est en danger)
- ◆ Mouvement de masse (effet moutonnier) : tout le Canada participe à la campagne, donc toi aussi tu devrais le faire
- ◆ Slogan accrocheur

Être prudent

- ◆ Cette affiche décrit une chaîne de conversations indiscrètes qui entraînera la destruction d'un train.
- ◆ Le soldat avait dit à sa fiancée l'heure à laquelle le convoi partirait. À son tour, elle en a informé son père, qui rapporta la nouvelle à son club où se trouvait un espion. Celui-ci donna le renseignement au saboteur.



L'espionnage

- ◆ On sait que quelques espions allemands furent actifs au Canada pendant la guerre et, même s'il n'y eut aucun acte de sabotage, le risque fut réel.
- ◆ Des sous-marins allemands naviguèrent dans les eaux canadiennes, déposant une station météorologique et laissant, au moins à une occasion, un espion sur la côte est.



Le front intérieur



- ◆ **Poster canadien, L.J. Trevor.**
- ◆ Ce poster compare les cheminées d'une usine à des canons.
- ◆ L'effort industriel est vital pour la victoire
- ◆ Techniques : slogan accrocheur, jeu d'image avec les cheminées qui ressemblent à des canons

La générosité des gens

Touchés par un appel comme celui-ci, les Canadiens et Canadiennes donnèrent 90 \$ millions à la Croix-Rouge pendant la Seconde Guerre mondiale.

Autant dans le personnage de la femme âgée en prière que celui de la jeune infirmière sollicitant de l'aide, on trouve des références à une variété de caractéristiques perçues traditionnellement comme « féminines » : sagesse, spiritualité, affection et maternité.



Techniques



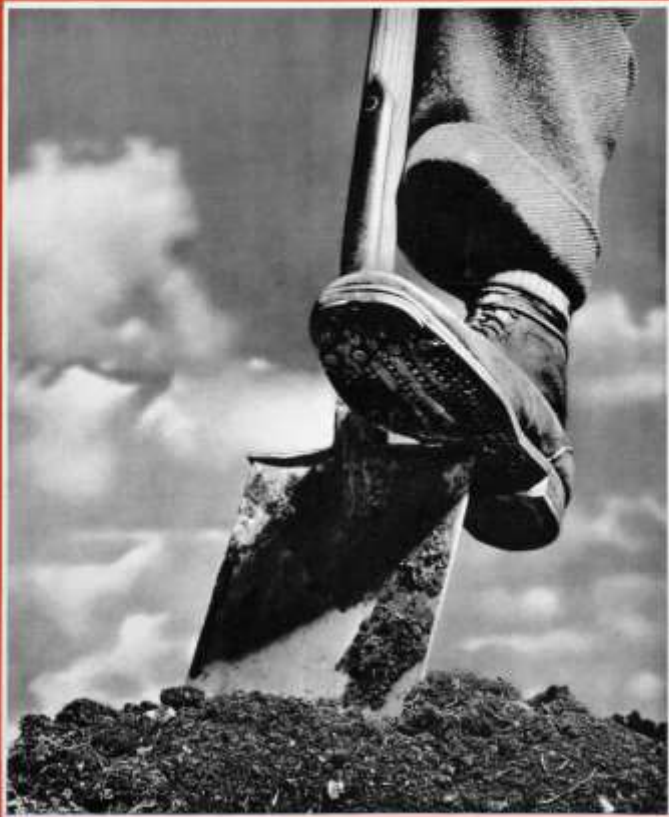
- ◆ Utilisation de valeurs positives comme ici la générosité et la compassion
- ◆ Les connotations positives de ces valeurs sont associées au message du propagandiste qui est ainsi perçu comme juste et vertueux.
- ◆ On fait appel aux émotions du spectateur.

Le recyclage

- ◆ La propagande encourageait constamment les Canadiens et Canadiennes à la réutilisation et au recyclage afin de transformer les objets conservés en matériel de guerre y compris des explosifs.
- ◆ Ici, on leur demande de garder les restes d'os à cuire que l'on peut traiter pour en faire de la colle pour les avions comme le bombardier Wellington de l'affiche.



DIG FOR VICTORY



- ◆ **Poster britannique.**
- ◆ Le gouvernement encourage tout le monde à cultiver ses propres légumes :
 - Avant la guerre, la Grande-Bretagne importait 56 millions de tonnes de nourriture depuis les États-Unis et le Canada
 - Protéger l'approvisionnement de la population (menace des U-Boat allemands)
 - Libérer les navires pour le transport des troupes et des munitions

Techniques



- ◆ Slogan accrocheur
- ◆ Simplicité de l'affiche

Pause-réflexion

- ◆ Écris trois choses qui t'ont surprises à propos de la propagande au Canada. (2 minutes)
- ◆ Discute de ces trois choses avec un partenaire. (3 minutes)

Quelques affiches d'autres pays en guerre



- ◆ **Poster américain**
- ◆ Ce poster montre le caractère raciste du conflit : les Japonais sont des rats sanguinaires qu'il faut donc exterminés de la même manière.
- ◆ L'ennemi est moins qu'humain ce qui rend son élimination plus facile

Techniques



- ◆ Insulte pour inciter la haine contre l'ennemi
- ◆ Peur (d'une attaque sur le sol américain)
- ◆ Slogan simple et accrocheur
- ◆ Stéréotypes (yeux, dents) et symboles (chapeau, drapeau, couleurs américaines...)

Poster russe.

« Nous combattons avec force et attaquerons sans relâche -
petits-fils de Suvorov et enfants de Chapaev »



Techniques :

- Appel à l'histoire et aux héros du passé
- Appel au nationalisme russe

- ◆ Derrière les tanks et les soldats russes, se dressent de grands héros russes:
 - Alexandre Nevsky, prince russe du 13^e s. qui a combattu les Suédois et les Teutoniques
 - Alexandre Suvorov (1729-1800) qui a combattu les Polonais, les Turcs et les Français sans jamais perdre de bataille.
 - Vasily Chapaev (1887-1919), héros de la Révolution mort face aux Blancs.



Techniques :

- Humour
- Ennemi tourné en dérision et ridiculisé

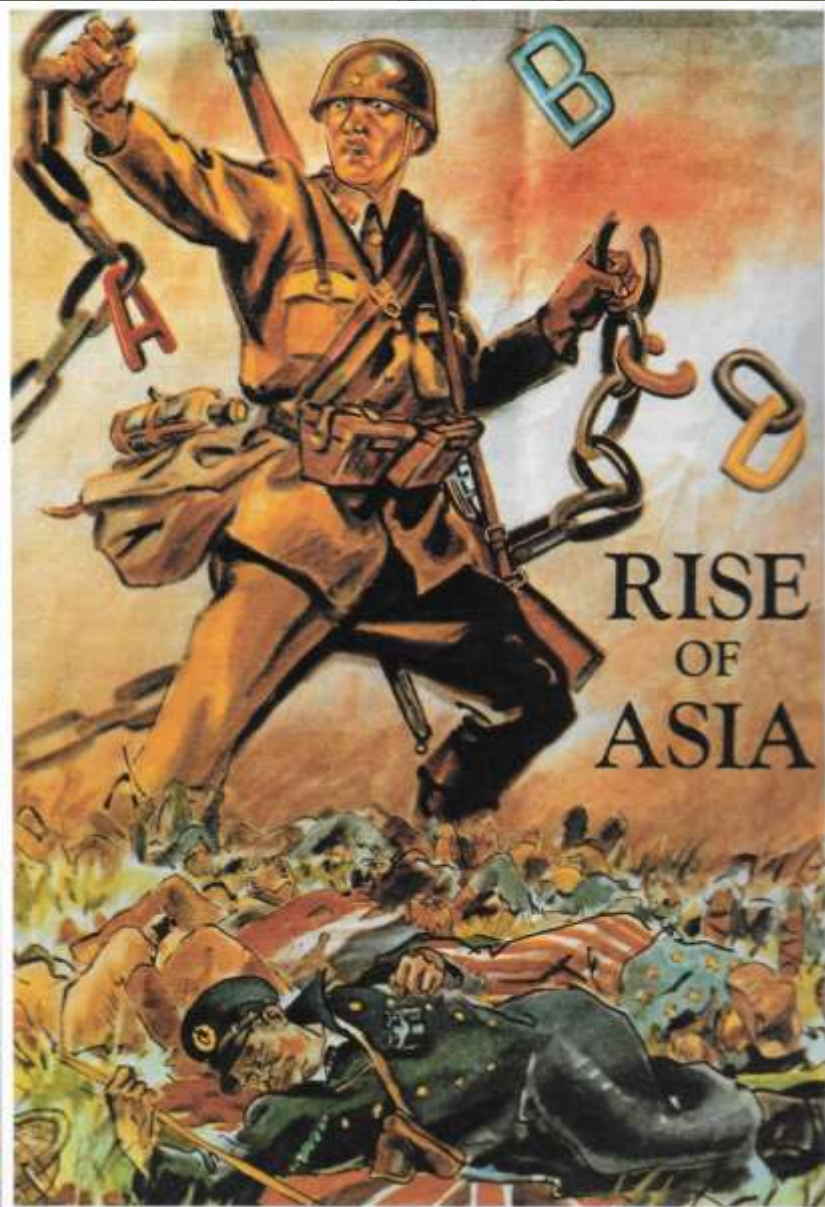
- ◆ **Poster russe, Viktor Deni, fin 1941.**
- ◆ « A Moscou ! Ho ! ; De Moscou : oh ! »
- ◆ Le tambour montrant le Blitzkrieg explose.

Poster allemand, été 1943, « Produisez des armes pour le front »



- ◆ Besoin de reconstruire les forces de l'armée allemande après la défaite de Stalingrad et en préparation de l'offensive de Kursk
- ◆ L'industrie de guerre allemande produit 17 300 chars et 27 000 canons en 1943.
- ◆ Techniques :
 - Slogan simple et accrocheur
 - Des images efficaces : l'ouvrier aide directement les soldats qui combattent sur le front.
 - La vie des soldats et la victoire dépendent du travail des ouvriers dans les usines.

Poster japonais



- ◆ Thèmes fréquents de la propagande japonaise :
 - Faiblesse des occidentaux (drapeaux britannique, américain, hollandais piétinés)
 - La force des soldats japonais
 - Le Japon libérateur qui chasse d'Asie les colonisateurs occidentaux

Pause-réflexion

- ◆ Selon toi, quelle technique de propagande est la plus efficace ? Pourquoi ?
- ◆ Discute de ton point de vue avec un partenaire.
- ◆ Partage avec la classe.

Projet : créez votre propre affiche de propagande !

- ◆ Vous devez créer une affiche de propagande qui aurait été appropriée au Canada pendant la Seconde Guerre mondiale.
- ◆ Votre affiche doit être en français.
- ◆ Pour votre affiche, vous devrez utiliser les techniques propagande vues en classe :
 - Pensez au public visé, au but de l'affiche, aux stéréotypes etc.
- ◆ Vous devrez également écrire un paragraphe qui va expliquer votre travail.
- ◆ Le travail est dû le / 25 pts

La propagande dans les dessins animés

- ◆ Der Fuehrer's Face, Walt Disney, 1943
 - <https://www.youtube.com/watch?v=bn20oXFrxxg>
 - Comment le dessin animé se moque-t-il du régime nazi ?
- ◆ Blitz Wolf, Tex Avery, 1942.
 - <https://vimeo.com/63467857>