

UNE AFFICHE DE PROPAGANDE :
« SI TU VEUX GAGNER D'AVANTAGE, VIENS TRAVAILLER EN ALLEMAGNE »



1. INSCRIPTION DANS LE PROGRAMME

- Classe de Primaire : Classe de Cycle 3 (CM2) Arts visuels (niveau 1 et 2 d'analyse)
 - Classe de Collège : « Arts, Etats et pouvoir » (niveau 1 et 2 d'analyse)
- Classe de 3^e : le XX^e siècle et notre époque
- Lycée : Arts visuels (niveau 1, 2, 3 d'analyse)
- Inscription dans « Champ historique et social »
Thématique : « Arts et idéologie »
Piste d'étude : « Arts et formes d'expression du pouvoir »

2. DISCIPLINES CONCERNEES

Histoire , Histoire des Arts
Classe de 3^{ème},
Classe de Première

3. CAPACITÉS

1^{er} niveau : décrire

- Décrire l'image

2ème niveau : commenter

- identifier les éléments constitutifs de l'œuvre (plans, composition, symbolique des couleurs, slogan)
- restituer l'œuvre dans son contexte historique
- décrire le message véhiculé par l'affiche

3^{ème} niveau d'analyse : analyser, critiquer.

- mener une analyse critique de l'oeuvre
- mesurer l'impact de l'œuvre sur le destinataire
- réinvestir cette analyse sur d'autres œuvres de propagande datant de la même époque ou d'époques différentes. p

4 . NOTIONS CLES

Repères d'analyse: Message, Propagande, symbole.
Notions historiques : occupation, collaboration, relève

5. PRESENTATION

- **Nature de l'oeuvre** : une affiche de propagande allemande (en Français) dans la France occupée en 1942
Auteur présumé : André DELAN, il a réalisé de nombreuses affiches pour le gouvernement de Vichy et la « *propaganda Abteilung* »

• **Contexte historique :**

1942 : une partie de la France est occupée par les Allemands. Le gouvernement du Maréchal Pétain, installé à Vichy en zone non occupée. Il s'est engagé dans une politique de collaboration d'Etat avec l'Allemagne. Ses lois s'appliquent dans les deux zones, sous contrôle allemand dans la zone occupée.

Sur le front russe, l'armée allemande connaît des difficultés et doit mobiliser de plus en plus de soldats. Pour pallier la pénurie de main-d'œuvre et soutenir l'économie de guerre, les Allemands prévoient de réquisitionner des travailleurs des pays conquis.

Pour éviter les réquisitions forcées de travailleurs Français, le gouvernement de Vichy et son Président du Conseil, Pierre Laval, dans le cadre de la collaboration, propose alors la « **Relève** » : un échange de 3 travailleurs volontaires contre la libération d'1 prisonnier de guerre (ils étaient 1, 5 millions retenus en Allemagne).

• Contexte de la réalisation

Cette affiche est un exemple d'une gigantesque campagne de propagande (affiches, brochures, tracts), lancée à l'été 1942 pour inciter les jeunes Français à la « Relève ». L'affiche est commandée par les services de la propagande allemande (*Propaganda Abteilung*), mais réalisée par un Français pour toucher aux mieux les destinataires.

• Analyse de l'image

La composition de cette image s'articule autour d'une opposition entre un premier plan, très sombre, « fermé » et un arrière plan ouvert, lumineux, qui s'étend à l'infini.

Selon un procédé bien connu des affiches publicitaires ou de propagande, elle oppose une *situation insupportable et dramatique à une situation idéale*.

Le décor du premier plan évoque tant par ses objets symboliques que par ses couleurs la *situation dramatique* à laquelle il faut échapper.

Décor: Un intérieur grisâtre, une maison abandonnée, qui tombe en ruine.

Objets : - peut-être un chaudron à double foyer : symbole des industries en désuétude et donc du chômage.

Ou bien un buffet, garde-manger devenu hors d'usage car on vit au jour le jour et on a plus de réserves à conserver...

Ou bien un miroir brisé, qui peut aussi évoquer la honte, ne plus pouvoir « *se regarder dans la glace* »

L'araignée, qui affectionne les lieux abandonnés, renforce l'idée de misère. L'espace ainsi désigné n'est plus un lieu de *vie*.

Couleurs : Le gris, le noir, évoquent le deuil, renforcent l'idée de mort, de ruine matérielle.

→ Alors que l'horizon est « bouché » en France, que la maison de France tombe en ruine, un avenir radieux est encore possible, en Allemagne.

Le paysage de l'arrière-plan associe lui aussi symboles et couleurs pour évoquer la *situation idéale*

Éléments naturels du paysage :

- Le ciel radieux évoque l'avenir heureux promis en Allemagne.

- Les prairies vertes : symbole d'espoir, d'abondance, de quiétude, de paix, de bonheur

- le Rhin, autrefois frontière, est vu ici comme une source de vie qui va régénérer celle de l'ouvrier français.

Objets : les usines fumantes évoquent un pays où le travail abonde, où le chômage n'existe pas.

Couleur : le vert, symbole d'espérance est associé au blanc de la pureté, au jaune de l'abondance (soleil), et au bleu du bonheur.

Objets et couleurs se répondent donc pour diffuser un message d'une simplicité et d'une évidence extrême : le bonheur est en Allemagne.

Le personnage : L'ouvrier, qui appartient au premier plan, donc à la France, regarde vers la droite. Il tourne le dos au spectateur, c'est qu'il a déjà le projet de partir, il est sur le seuil de

la maison, adossé, prêt à l'abandonner et n'est pas en situation d'abatement mais offre plutôt une attitude d'espoir, la tête légèrement levée vers l'horizon prometteur.

Il fait le lien, par ce regard et sa position, entre ce premier plan très sombre et l'arrière-plan radieux.

Le slogan : apporte la résolution du problème, promise par la forme au conditionnel « *si tu veux gagner davantage* ». Il s'agit bien évidemment là d'interpeller le passant, nul ne peut être indifférent à ce genre d'« appât », surtout en ces temps de crises où la situation des Français est catastrophique et où le système D fait office de viatique de survie.

Pour échapper à la situation dramatique du premier plan et rejoindre la situation idéale de l'arrière-plan, la solution est donnée, elle est simple : « *viens travailler en Allemagne* ». Partir en Allemagne sera donc le moyen de gagner en bonheur, en prospérité, de rejoindre un avenir radieux loin des tracas de la France.

Le slogan se présente à la forme impérative : « *VIENS* », incitation très forte. On peut noter la nuance de sens dans le choix du terme « *viens* » par opposition à « *va* ».

Cela peut être un moyen de personnifier le message, comme si cet ouvrier Français était *invité* par un camarade Allemand (ce que l'on retrouve sur des affiches abordant le même thème) ou d'autres ouvriers Français déjà partis. Ce peut être ainsi le moyen de dédramatiser le départ : on se sent moins seul si on nous dit « *viens* » (on a le sentiment que quelqu'un nous y attend) que si on dit « *va* », qui évoque un départ, une rupture beaucoup plus nette avec son univers quotidien, familial. « *Viens* » est une invitation, « *va* » serait une injonction à laquelle on aurait peut-être plus peur de souscrire.

Mais on peut aussi lire dans ce « *viens* » l'origine allemande de l'affiche : l'ordonnateur du slogan se situe en Allemagne.

5. INTERPRÉTATION

Message de l'oeuvre

L'ouvrier français est invité à quitter sa misère et son délabrement quotidien, celui d'une France en crise (carreaux cassés) pour rejoindre radieux.

Le Rhin n'est plus considéré comme une frontière séparant les deux peuples, l'Allemagne est vue comme un horizon radieux, coloré où le travail abonde (des usines, donc du travail, donc un niveau de vie correct)

Paradoxe contenu dans cette oeuvre : la France est dénigrée

Elle est présentée comme un pays ruinée alors que tous les efforts de Vichy visent au contraire à faire croire en une « Révolution Nationale » qui aurait relevé la France de ses cendres après la défaite.

De plus, il n'y a pas d'allusion à la libération des prisonniers, alors qu'il s'agissait de l'objectif premier du gouvernement de Vichy. C'est donc la dimension individualiste qui est mise en avant par la propagande allemande et non la dimension civique fer de lance de la politique de Vichy (cf : slogan d'une autre affiche sur le même thème mais Française : « vous avez la clé des camps »).

C'est donc une vision allemande de la situation, la France est brisée, tout comme le sont les carreaux.

6. PORTÉE DE L'ŒUVRE

au niveau historique :

Cette oeuvre met en exergue deux aspects de la Collaboration :

- sur le plan politique : c'est un exemple typique de la politique de collaboration d'Etat sur le fond : la Relève, et les méthodes de propagande.

- Sur la forme : on peut parler d'une « collaboration artistique » entre les services de propagande allemands et Français. Les Allemands gardant toujours la mainmise, notamment en contrôlant la fourniture du papier (ils ont parfois empêché la publication d' affiches qui ne leur convenaient pas vraiment en ne fournissant pas la papier nécessaire à leurs réalisations)
- C'est aussi un exemple de collaboration artistique. De nombreux artistes, acteurs, chanteurs, ont continué leur carrière pendant l'occupation, devant un public d'officiers allemands et parfois au service de l'Allemagne.

- au niveau artistique :

Cette affiche n'a pas forcément une grande valeur artistique mais c'est un vecteur essentiel de la propagande. Elle reprend les codes des affiches de propagande : dichotomie de la situation, message simple pour être compris de tous.

Portée de l'œuvre :

Cette affiche, tout comme les nombreuses autres et malgré l' « invasion visuelle » qu'elles ont constituée à l'époque dans l'espace vécu des Français (les rues en étaient couvertes) est restée en grande partie inefficace.

En effet, il n'y a eu que 17000 volontaires pour la Relève sur les 150 000 volontaires espérés. Pourtant, les conditions étaient avantageuses : alors que les salaires d'un ouvrier français oscillent entre 25 et 30 francs par jour, l'Allemagne propose des salaires trois fois plus élevés allant jusqu'à 90 francs journaliers pour un ouvrier spécialisé et des prestations sociales.

D'autre part, le « marché » proposé par Vichy aux Allemand n'a pas été respecté : alors que Vichy escomptait e céder « que » 3 travailleurs volontaires pour 1 prisonnier libéré, les Allemands ne « rendront » les prisonniers que contre 7 travailleurs Français.

La Relève restera ainsi un échec et début 1943 les Allemands imposent le travail forcé. Le gouvernement de Vichy instaure donc le S.T.O. Service du Travail Obligatoire pour « *tous Français entre dix-huit et cinquante ans, toutes Française célibataire entre vingt et trente-cinq ans.* »

Ainsi, la propagande n'a pas suffi à provoquer un mouvement volontaire qui doit être relayé par une politique autoritaire et des « rafles » de travailleurs. Cela montre aussi l'évolution de l'opinion publique française, majoritairement fidèle à la personne de Pétain, (c'est le "maréchalisme" mais pas forcément à sa politique: le sentiment patriotique, anti-allemand domine dans le refus d'aller travailler en et pour l'Allemagne.

PROPOSITION DE QUESTIONNAIRES :

• Proposition de questionnaire pour le Cycle 3:

1. Relève les éléments au premier plan qui montrent que la France est ruinée :

- un objet :
- un insecte :
- une couleur :

2. Relève les éléments de l'arrière-plan qui montrent que l'Allemagne est un pays agréable :

- des couleurs :
- un élément du ciel :

3. Le slogan

- Selon l'affiche, que faut-il faire pour gagner plus d'argent :

4. L'attitude du personnage

Que fait le personnage ?

Penses-tu qu'il a envie de partir ?

Qu'est-ce qui peut le montrer ?

5. En conclusion, explique à quoi incite (invite) cette affiche :

.....

A l'aide des personnes du musée ou de ton professeur, explique pourquoi les gouvernements français et allemand ont fabriqué une telle affiche en 1942 ?

.....

Proposition de questionnaire pour classes de 3eme / Collège :

1. Description de l'affiche :

	Premier plan : la France	Arrière plan : l'Allemagne
Les objets		
Le décor		
Les couleurs		

2. Analyse de l'affiche

a. l'image

	Situation de la France	Situation de l'Allemagne
Que symbolisent les objets ?		
Que symbolise le décor ?		
Que symbolisent les couleurs ?		
Bilan : quelle est la situation dans chacun des pays ?		

b. Le slogan

- Relève la partie du slogan au conditionnel :
- Pourquoi ce temps est-il utilisé ici ?
- Que promet-on ?

- Relève la partie du slogan à l'impératif :
- Pourquoi ce temps est utilisé ici ?
- Qu'ordonne-t-on ?
- D'après toi qui parle ainsi à la forme impérative ?

3. *Interprétation de l'affiche*

- Quel est le but de cette affiche?

4. *contextualisation*

A l'issue de cette analyse, qui sont d'après toi les auteurs de l'Affiche ?

.....

Quel est le but de ses auteurs ?

Quels sont les destinataires de cette affiche ?

5/ *production écrite* :

Présente l'affiche en une dizaine de lignes pour d'autres élèves : décris le contexte, le but de l'affiche et les moyens que l'auteur a utilisés. Cherche sur ton livre ou interroge ton professeur pour savoir si l'objectif de l'affiche a été atteint.

Proposition de questionnaire pour le Lycée:

1 : l'affiche date de 1942 : quelle était la situation de la France et de l'Allemagne à cette époque?

.....
.....
.....

2 : Quel est l'objectif des commanditaires de l'affiche?

.....
.....

3 : Quelles moyens (graphisme, choix des couleurs, des objets, des symboles) ont été utilisés?

.....
.....
.....

4 : Qui est le commanditaire de l'affiche? Le gouvernement de Vichy ou les Allemands? Repérez les éléments qui permettent de le deviner.

.....
.....

5 : ce type d'affiche a-t-il atteint son objectif? Quels éléments historiques de 1943 permettent de répondre? En quoi l'affiche est-elle révélatrice de la période ?

autres exemples d'affiches sur le même thème:



