

<http://divergences.be/spip.php?article2656>



Christiane Passevant

Tricolores. Une histoire visuelle de la droite et de l'extrême droite en France

- Archives - Archives Générales 2006 - 2022 - 2012 - NÂ° 29. Janvier 2012 - Français - LIVRES, REVUES -

Date de mise en ligne : jeudi 19 janvier 2012

Copyright © Divergences Revue libertaire en ligne - Tous droits réservés



Des livres traitant des affiches, des dessins, des caricatures, des notes, des tracts, des graphs... de propagande, il en existe un nombre important, issus des milieux libertaires et plus généralement de la « gauche ». Qu'il s'agisse de la période révolutionnaire allemande, après la Première Guerre mondiale, des années 1920 en Russie, de la Révolution espagnole de 1936, de mai 1968 très prolifique en images, de la lutte féministe des années 1970, entre autres mouvements sociaux et soulèvements durant lesquels les groupes militants et les activistes se sont surpassés dans le domaine de l'image au service de la contestation, de la lutte et de la subversion. Cette créativité a influencé des courants artistiques et est souvent associée à la gauche révolutionnaire, car l'on aime à considérer que les créations graphiques des droites réactionnaires sont pour la plupart primaires, effrayantes et sans talent.



Or, la droite et l'extrême droite entretiennent leur image, et pas seulement avec une Jeanne d'Arc « raptée » et mise à toutes les sauces du nationalisme. L'utilisation de l'image tient également une place prégnante à droite et à l'extrême droite, s'imposant comme un passage obligé de la propagande : il faut « occuper la rue » ! *Tricolores. Une histoire visuelle de la droite et de*

l'extrême droite en France de Zvonimir Novak fait la démonstration impressionnante de la permanence de cette propagande graphique depuis 1880 dans les mouvements de droite, d'extrême droite, fascistes et néonazis.

Il est remarquable que le recensement des représentations graphiques et des images utilisées par la droite et l'extrême droite soit si rare sous forme d'ouvrages. Les images produites par la gauche et l'extrême gauche occupent depuis longtemps l'espace public et notre imaginaire, faut-il pour autant en déduire que l'image serait par essence émancipatrice ?

Tricolores. Une histoire visuelle de la droite et de l'extrême droite en France de Zvonimir Novak est en quelque sorte un pavé dans la mare de la propagande et des idées préconçues. En plongeant dans les méandres d'une production graphique, l'auteur décrypte l'idéologie des courants politiques et la manipulation, subliminale ou non, qui s'opère sur le public. Xénophobie, nationalisme, populisme, racisme, antisémitisme... Le détournement des codes et des images bat son plein. Analyser la production graphique et confronter les thématiques de ces courants politiques permet de saisir leur idéologie et de comprendre leur histoire. Quels sont les symboles récurrents utilisés, les valeurs défendues ? Quelles sont les représentations de l'opposition, des femmes, de la jeunesse ?



Tricolores. Une histoire visuelle de la droite et de l'extrême droite en France livre également, outre une iconographie phénoménale, une analyse des mouvements, à travers les symboles utilisés, les codes et les images de propagande, et aide ainsi à comprendre la portée de ces images comme autant de « figurations, [de] représentations mentales des combattants de la politique. » Luttres des signes et combats politiques se mêlent inéluctablement.



Les campagnes de soutien au général Boulanger, les relents nationalistes de la Première Guerre mondiale à €” la soi-disant « der-des-der » et celle de la fleur au fusil à €”, la tentative de retour des religieux, la propagande des petits papiers, la montée des ligues dans les années 1930, la multiplication des affiches sous Pétain et son apologie du « Travail Famille Patrie » avec en prime le racisme sanctifié, la virtuosité visuelle du gaullisme à la Libération, la IVe république et l’imagerie gaulliste du RPF, la démocratie chrétienne du MRP, la guerre froide avec Paix et liberté, l’activisme de l’OAS, les tribulations poujadistes, la Chiraquie, le Front national... Tout y passe. *Tricolores. Une histoire visuelle de la droite et de l’extrême droite en France* revient sur cette histoire fort intéressante et cela depuis 1880 jusqu’à aujourd’hui.

C'est vrai, certaines des images sont difficiles à accepter, mais cela ne doit faire oublier que l’imagerie nationaliste, raciste, ça marche ! *La Marseillaise* n’est pas la seule à vanter le sang impur abreuvant les sillons et à enthousiasmer les foules, enfin certaines... *Tricolores. Une histoire visuelle de la droite et de l’extrême droite en France* de Zvonimir Novak est un ouvrage passionnant, magistralement documenté, et certainement d’une actualité brûlante.

Sommaire

- [Tricolores. Une histoire visuelle de la droite et de l’extrême droite en France de Zvonimir Novak \(L’échappée\)](#)

<http://divergences.be/sites/divergences.be/local/cache-vignettes/L263xH192/Unknown-3-2-baadb.jpg>

Zvonimir Novak [1] : Au début des années 1940, sous Pétain, la devise

« Liberté Égalité Fraternité » a disparu des frontons des bâtiments officiels et le slogan de l'époque, « Travail Famille Patrie », a été repris du colonel de La Roque, des Croix-de-Feu. Il faut dire que les slogans des ligues des années 1930 sont alors quasiment tous repris par Pétain et son entourage. Mais l'on peut revenir à la Première Guerre mondiale qui est moment extrêmement intéressant puisque les radicaux â€” ces mêmes radicaux qui ont écarté l'Église catholique en 1905 â€” sont au pouvoir. Au début de la guerre sont confrontées deux types de propagande de petits papiers qui étaient distribués, vendus un peu partout en solidarité avec les poilus. Cela se présentait comme des insignes en carton qui étaient très populaires. Les thèmes étaient divers et allaient de la solidarité aux victimes de guerre, aux orphelins, au canon de 75 (!). Cette propagande a été importante, au niveau patriotique mais aussi commercial, et a réuni les plus grands illustrateurs de l'époque. Certaines de ces représentations comportaient des devises et c'est à ce moment qu'a commencé une bataille idéologique car les religieux ont tenté un retour par le biais des victimes et des souffrances engendrées par la guerre disons dans le cœur des Français.

Le gouvernement, lui, opposait à la barbarie allemande l'universalisme républicain. Et c'est toute l'ambiguïté qui vient en France de la Révolution française avec cette idée de libérer les peuples, que l'on a retrouvé d'ailleurs depuis les campagnes de Napoléon. [...] Le retour des religieux est notamment représenté avec l'image du cœur de Jésus, un cœur saignant qui reste un symbole de la droite catholique qui cherchera d'ailleurs à l'imposer sur le drapeau tricolore. Avec la révolution de 1917, la propagande s'emballa et commence alors une propagande que j'appelle du triple A â€” c'est d'actualité â€”, anticommunisme, antimaçonnisme, antijudaïsme. Entre temps a disparu l'antiprottestantisme, cela vient des milieux catholiques les plus conservateurs. Ce triple A a malheureusement conditionné la France jusqu'à la Libération, la propagande n'a pas cessé, que ce soit par le tract, l'affiche et l'image pour dénoncer les francs-maçons, les juifs et les bolcheviques d'abord puis les communistes. Les tracts antibolcheviques, notamment de l'Action française, les accusaient d'être les alliés de l'Allemagne pour casser la France. Cela a conditionné la première moitié du XXe siècle et il a fallu attendre la Libération pour se débarrasser de ces schémas. Mais cela revient avec un *revival* antisémite, évidemment pas aussi franc, plutôt masqué. Quant à l'anticommunisme, il a été remplacé par l'anti-islamisme.

<http://divergences.be/sites/divergences.be/local/cache-vignettes/L265xH190/images-37-1696a.jpg>

Christiane Passevant : *Ce qui est caractéristique de cette propagande, c'est la permanence du racisme depuis la fin du XIXe siècle. Cela paraît être la base de l'idéologie des mouvements de droite et d'extrême droite avec bien entendu des nuances dans le discours, mais le racisme perdure depuis plus d'un siècle.*

http://divergences.be/sites/divergences.be/local/cache-vignettes/L230xH308/regarde_en_face-06741.jpg

Zvonimir Novak : C'est leur raison d'être, sinon ces mouvements n'existent pas. Il faut des ennemis. C'est un moteur. Ma théorie est que ce triple A s'est développé à partir de l'époque du général Boulanger et surtout la ligue des patriotes de Déroulède, et que c'est une façon de répliquer à un autre triple A, l'anticléricisme, l'anticapitalisme et l'antimilitarisme.

[...] Cette propagande joue sur la peur et on arrive à des excès. Par exemple, des tracts de 1906 qui accusaient la loi pour le divorce d'être une loi juive. Les accusations sont délirantes et vont dans tous les sens. C'est une machine à fantasmes en fait.

Christiane Passevant : *1940 marque un emballage de la propagande de droite avec l'entrée dans la Collaboration. C'est la « révolution nationale » de Pétain, il faut collaborer et les « terroristes » du moment â€” ceux qui résistent â€” sont les traîtres.*

Zvonimir Novak : Comment faire passer la pilule, c'est-à-dire envoyer les jeunes Français travailler en Allemagne dans le cadre du STO (travail obligatoire) et vider la France de ses travailleurs ? Comment faire accepter à la population française de payer des dommages et intérêts considérables ?

Comment faire accepter le découpage du pays ? Par une propagande raffinée et qui reprenait tout ce qui avait été développé depuis la fin du XIXe siècle, avec le triple A : l'anticommunisme, l'antimaçonnisme et l'antijudaïsme. Bref,

il fallait vaincre les ennemis, faire accepter le *leadership* des vainqueurs et la population devait être punie puisque vaincue.

Christiane Passevant : *Et la « France aux Français » dans tout ça ?*

Zvonimir Novak : C'est l'énorme contradiction qu'il est difficile d'expliquer qui va tout à fait à l'encontre du nationalisme. Et pourtant le discours fonctionne. D'ailleurs, on en revient encore au même slogan « la France aux Français » ! Le drapeau fonctionne aussi d'ailleurs, il suffit de le sortir pour que ça suive, aussi invraisemblable que cela paraisse, après des bilans abominables et des mois de guerre supplémentaires. Il faut dire que la propagande était très bien faite et la population était prise en tenaille, écrasée par les publicitaires de Pétain. [...] Les images du pétainisme est un mélange curieux de national catholicisme, royalisme ultra réactionnaire et de fascisme.

<http://divergences.be/sites/divergences.be/local/cache-vignettes/L190xH240/Unknown-3-bd42e.jpg>

Christiane Passevant : *Tu as largement souligné les liens qui existent en hier et aujourd'hui. Or depuis les années 1960-1970, il y a une rémanence raciste de slogans odieux et inacceptables qui étaient courants avant la Seconde Guerre mondiale... Les publicitaires se renouvellent dans la forme, mais pas dans le fond.*

Zvonimir Novak : Les slogans racistes, antisémites ont fait sans doute l'objet du matraquage le plus fort dans les rues. En fait, cela n'a jamais cessé depuis les campagnes de l'Action française. L'idée du complot judéo-maçonnique date de l'affaire Dreyfus à la fin du XIXe siècle et perdure plus d'un siècle après. Étonnement, il prend des formes à peine différentes aujourd'hui, notamment avec le mouvement Égalité et Réconciliation de Soral. C'est exactement le même système idéologique qu'à la fin du XIXe siècle, sur une affiche est représenté un dragon avec les yeux en forme d'étoile de David et les écailles remplacées par des dollars. C'est à l'identique de ce que l'on voyait en 1895, mais utilisé alors par d'autres réseaux.

Soral et Dieudonné renouent avec des traditions qui ont été en leur temps le ferment de l'arrivée du fascisme. Et le fascisme a produit des images.[...]

<http://divergences.be/sites/divergences.be/local/cache-vignettes/L260xH194/Unknown-1-e1620.jpg>

Christiane Passevant : *Et pendant les trente ans de chiraquie ?*

Zvonimir Novak : C'est le prototype du marketing politique qui s'est développé dans les années 1970 [2], avec les grandes affiches 4x3 qui ont disparu, elles sont à présent interdites. Les routes, les villes étaient envahies de ces immenses affiches au moment des campagnes électorales. C'était une bataille publicitaire, par des grands panneaux publicitaires

avec la tête en gros plan des acteurs politiques de l'époque, Jacques Chirac, François Mitterrand, Le Pen... Et ce qui était curieux, c'est qu'à deux mots les formules étaient les mêmes. En marketing politique, les images sont créées par rapport aux sondages et, finalement, on se retrouve avec les mêmes images, voire les mêmes postures et les mêmes formules pour les candidats de gauche ou de droite. C'est curieux. Chirac a été très fort dans ce domaine, il avait les moyens financiers de la mairie de Paris et il a inondé la France de campagnes publicitaires, par exemple celle 1986 qui était basée sur la modernité. Il a toujours aimé montrer des sportifs, « la France qui gagne » (p. 221). Il avait un fond de populisme authentique et il en a usé. [...] Il avait compris qu'il fallait s'appuyer sur des personnages connus et populaires. [...]

Ce livre représente des années de recherche de documents, j'ai été aidé par des associations et des collectionneurs (je le suis moi-même). J'ai voulu souligner ce qu'était l'outil militant, mais je n'ai pas voulu faire un livre d'affiches, parce que pour moi l'affiche est fichue. On le voit avec cette nouvelle campagne électorale qui tient plus du match de football que du débat politique, l'affiche représente un coût et on est passé sur Internet. En revanche, la petite imagerie continue, que ce soit les auto-collants ou les tracts.

[http://divergences.be/sites/divergences.be/local/cache-vignettes/L400xH252/Zvonomir Maurice Serge 1265-703d7.jpg](http://divergences.be/sites/divergences.be/local/cache-vignettes/L400xH252/Zvonomir_Maurice_Serge_1265-703d7.jpg)

Dans le studio de Radio libertaire en compagnie de Maurice Rajsfus et de Serge.

Tricolores. Une histoire visuelle de la droite et de l'extrême droite en France de Zvonomir Novak (L'échappée)

(extrait).

Ce poids historique du graphisme d'extrême droite et son dynamisme actuel justifie la place accordée dans ce livre à ses représentations.

Trop présente peut-on objecter ? Force est de constater qu'elle occupe un terrain souvent délaissé par les Libéraux et les Conservateurs. Ce livre ne fait que refléter le rapport déséquilibré entre graphisme de droite et d'extrême droite. Autre problème, la droite absolue n'existe pas. Tant de courants idéologiques composent cette famille aux rameaux entremêlés et concurrents. Simone de Beauvoir écrivait perfidement : « la vérité est une seule, l'erreur est multiple. Ce n'est pas un hasard si la droite est pluraliste. » Libéraux, Radicaux, Démocrates-Chrétiens, Conservateurs, Souverainistes se côtoient dans un milieu commun, tout en conservant leur histoire et leur propre culture.

Qui allons-nous étudier et pourquoi ?

Le tri se fait très simplement entre ceux qui ont eu une activité visuelle et ont produit des images et les autres. Le gaullisme, par exemple, fut un exceptionnel créateur de signes originaux, il a ainsi influencé tout le graphisme de la droite pendant quarante ans. Tant que les Gaullistes agissent pour renverser l'ordre établi, ils sécrètent des images fortes. Lorsqu'ils instaurent la cinquième république, combattent l'OAS et se battent seuls pour imposer l'élection du président de la république aux suffrages universels, leur graphisme se montre mordant. Une fois les combats gagnés, l'imagerie gaulliste s'avachit sous l'affairisme pompidolien.

Conclusion : l'action graphique signifie le combat et la contestation stimule toujours l'image. C'est dans ces moments de l'histoire où ces droites se trouvent en situation d'opposition, qu'elles se montrent débordantes d'imagination. A l'opposé, vouloir conserver une position acquise implique de ne pas agir par l'image. Ainsi Modérés, Opportunistes et Radicaux, partis de notables sans militants sous la troisième république, n'ont pas d'existence visuelle, excepté pendant les élections. Le phénomène se manifeste aussi à gauche. Sous le règne de François Mitterrand, le Parti Socialiste n'apparaît graphiquement plus dans les rues, il n'a rien à contester et tout à gérer.

Pourtant dans les périodes de crises ouvertes, même les gentils centristes peuvent se montrer féroces : grabuges graphiques lorsque les Libéraux se révoltent contre l'état avaleur d'impôts, insurrection visuelle quand les Ligues des années trente réagissent à la montée des gauches, combat graphique des Radicaux et des modérés en pleine guerre froide contre les Communistes et enfin duel par images interposées entre Orléanistes et Bonapartistes quand la Chiraquie part à l'assaut de la Giscardie.

Qu'elles soient modérées ou radicales, ces droites manient bien l'image quand elles se rebellent.

[1] Extrait d'un entretien avec Zvonimir Novak sur Radio Libertaire, dans les Chroniques rebelles, le samedi 14 janvier 2012.

[2] Le marketing politique a vraiment commencé en 1965, avec la campagne de Jean Lecanuet (Mr dentifrice) qui s'était adjoint une aide étatsunienne en matière de de communication publicitaire.