



Propagande, histoire d'un mot disgracié

Fabrice d'Almeida



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/mots/10673>

DOI : [10.4000/mots.10673](https://doi.org/10.4000/mots.10673)

ISSN : 1960-6001

Éditeur

ENS Éditions

Édition imprimée

Date de publication : 1 juillet 2002

Pagination : 137-148

ISBN : 2-84788-011-9

ISSN : 0243-6450

Référence électronique

Fabrice d'Almeida, « *Propagande, histoire d'un mot disgracié* », *Mots. Les langages du politique* [En ligne], 69 | 2002, mis en ligne le 14 mai 2008, consulté le 22 avril 2022. URL : <http://journals.openedition.org/mots/10673> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/mots.10673>

Des mots en politique

Propagande, histoire d'un mot disgracié

Avant la création du mot *propaganda*, par la papauté en 1622, à l'occasion de la fondation de la *Congregatio de propaganda fide*, il existait un ensemble de pratiques considérées comme distinctes et renvoyant chacune à des sphères d'activités séparées. Des stratégies symboliques passaient par la création de types monétaires à l'effigie d'un souverain, le décor d'un palais, des peintures murales ou des stèles votives. S'y ajoutait le vaste champ de la parole avec ses tactiques argumentatives, à l'oral comme à l'écrit. Les registres de vocabulaire, pour évoquer la propagande avant *propagande*, relevaient principalement de l'art militaire ou de l'éloquence, eux-mêmes liés à une conception de l'éducation.

Au cours du 17^e siècle, *propagande* est construit à partir du néologisme *propaganda*, lui-même forgé sur la base d'une étymologie latine technique et simple : le mot *propagare*, c'est-à-dire « propager, répandre, comme un liquide ». La Propagande désigne en langue vulgaire une institution voulue par le Vatican en pleine Contre-Réforme. La fonction de la *Congregatio de propaganda fide* était initialement la reconquête des fidèles dans le monde occidental¹. Mais très rapidement elle s'étend outre-mer et son action inclut la plantation de missions, la définition de leur territoire et de leurs moyens. Dès lors, le mot *propagande* désigne ce ministère. Il recouvre à la fois les moyens de diffuser au loin et le contenu même du message, à savoir la révélation christique, la croyance catholique. Par la propagande, l'Église dépasse ses auditoires restreints pour viser une communication large, ouverte, universelle. Les missions ont donc une double charge de conquête des populations non chrétiennes et de reconquête des chrétiens ayant abandonné le catholicisme. Car la création de la *Congregatio* découle de la confessionnalisation entreprise lors du concile de Trente qui, quelque cinquante ans plus tôt, s'était achevé sur un projet de prédication catholique renouvelé,

1. J.-M. Mayeur, Ch. Pietri, A. Vauchez, M. Venard, 1992, *Histoire du christianisme*, Desclée, tome 8 : *Les confessions 1530-1620*, tome 9 : *L'âge de raison 1620-1750*.

admettant l'usage des images et prônant l'activisme ecclésiastique². L'installation de la *Congregatio* à Rome et sa stricte dépendance par rapport au pape renvoient à l'idée d'un plan conçu au sommet et tourné vers le peuple chrétien et les païens. Au milieu du 17^e siècle, la propagande épouse donc les contours de la stratégie vaticane.

Le passage à la politique tarde à venir. À la fin du 17^e siècle, le mot est encore limité à son acception religieuse et n'est pas admis dans tous les dictionnaires. En revanche, au moment de la Révolution française le terme est reconnu par l'Académie et possède désormais son second sens de propagation des doctrines et des opinions. Le changement produit en un siècle trouve sans doute ses origines dans la sécularisation du politique et la diffusion de la philosophie des Lumières. Le travail de contestation des philosophes et l'œuvre de diffusion des connaissances expliquent cette attention. Les moyens de diffusion plus larges, comme la presse, s'ajoutent à des instruments anciens telle la correspondance. Le mot n'est pourtant pas courant sous la plume des philosophes éclairés. Montesquieu n'utilise pas *propagande*, mais parle de *propagation* pour évoquer les lois sur la croissance de la population³. Il emploie plus loin l'expression « la propagation de la religion » dont il évoque les entraves liées aux diverses formes de gouvernement⁴. À la propagation des habitants répond en quelque sorte la propagation de la foi. Voltaire de son côté n'insère pas *propagande* dans son *Dictionnaire philosophique* ni dans ses romans ou dans sa défense de la tolérance⁵. L'extension du sens de *propagande* à des domaines profanes provient pourtant de la contestation du primat de l'Église et de la propagation en Europe des idées avancées.

À la fin du siècle, le nouveau sens est courant. Condorcet, dès 1792, en donne une définition canonique : « Action organisée en vue de répandre une opinion ou une doctrine (surtout politique) ». En 1798, le *Dictionnaire de l'Académie* propose le sens congréganiste et le sens politique⁶. La fixation sémantique sous la Révolution n'a rien d'étonnant tant les gouvernements révolutionnaires ont tenté de diffuser leurs idées. La Convention girondine avait ainsi créé un Bureau d'Esprit chargé

2. Sur le concile de Trente voir le classique H. Jedin, 1949-1957, *Geschichte des Konzils von Trient*, Friburg am Brisgau, 2 vol. La question des images et de la prédication fut surtout abordée lors de la dernière session qui s'acheva en 1563.

3. Montesquieu, *De l'esprit des lois*, livre 23.

4. *Idem*, livre 25, chap. 11.

5. Après interrogation de son corpus numérisé à la Voltaire Foundation (Londres). L'étonnant est que le procès Calas aurait pu être l'occasion d'une réflexion sur la diffusion des croyances.

6. *Dictionnaire de l'Académie française*, 1798, 6^e édition, notice « Propagande ».

d'agir sur la presse pour réduire l'opposition au gouvernement et d'orienter l'opinion publique⁷. Elle met en place des Commissaires représentants en mission dont le nom dit l'idée d'aller porter la foi révolutionnaire aux confins de la République, tels les jésuites de la Contre-Réforme.

Ceux qui s'occupent de propagande ne sont pas alors appelés *propagandistes*. Les mots restent collés aux fonctions. S'imposent le vocabulaire des chambres copiées de l'Antiquité et les références à la rhétorique. On parle des « orateurs », on s'insulte en se traitant de « démagogue » ou de « tyran ». Un vocabulaire nouveau intervient dans la référence aux opinions véhiculées. Les « idéologues » sont les savants chargés de réécrire la société suivant un projet politique inédit. Les « doctrinaires » de leur côté développent de grandes idées. En un sens, la notion de propagande n'a pas échappé à la conception religieuse. Elle en est le décalque dans le domaine de la religion patriotique.

Le débat politique tel qu'il se déploie dans les premières années du 19^e siècle ne modifie guère le sens. Destutt de Tracy, pour prendre un libéral, dans son *Idéologie* (1804), ne parle pas de *propagande*, mais utilise le terme *propagation* dans son sens physique. Fourier parmi les socialistes ignore le vocable. Chateaubriand l'utilise en revanche une fois dans son *Essai historique, politique et moral sur les révolutions anciennes et modernes*, texte publié dans une version censurée en 1797, puis complété en 1826. Le passage montre que, dans son esprit, la *propagande* connaît une particulière extension dans les périodes révolutionnaires et qu'elle entretient un rapport aux idées similaires à la contamination des hommes par une maladie :

Les Grecs et les Français, dans une tranquillité profonde, vivaient soumis à des rois qu'une longue suite d'années leur avait appris à respecter. Soudain un vertige de liberté les saisit. Ces monarques, hier encore l'objet de leur amour, ils les précipitent à coups de poignard de leur trône. La fièvre se communique. On dénonce guerre éternelle contre les tyrans. Quel que soit le peuple qui veuille se défaire de ses maîtres, il peut compter sur les régicides. La propagande se répand de proche en proche. Bientôt il ne reste pas un seul prince dans la Grèce, et les Français de notre âge jurent de briser tous les sceptres⁸.

Sans doute reflète-t-il la pensée inquiète d'un catholique face à la progression des idées modernes. Le religieux, en effet, recule parallèlement à la montée de « l'indifférence » (Lamennais, 1817). La déchristianisation favorise l'émergence de nouvelles organisations qui recrutent autour de leurs idées. *Propagande* apparaît ainsi dans les textes de répu-

7. J. Ellul, 1967, *Histoire de la propagande*, PUF.

8. Premières lignes du chapitre 25.

blicains et de socialistes comme une sorte de levier de transformation du monde. Ainsi en va-t-il de la Ligue de l'enseignement dont l'une des premières appellations fut en 1868 « Cercle parisien pour la propagande de l'instruction dans les départements »⁹. C'est d'ailleurs sous le Second Empire qu'est attesté un premier usage du verbe issu de cette racine : *propagander*¹⁰. Le nouveau terme n'est alors aucunement victime d'une connotation négative. Il manifeste un glissement des activités recouvertes par le mot. Une dimension éducative le renforce. Il ne s'agit plus seulement de planter des missions mais d'établir une éducation doctrinale pérenne. La propagande s'accroche d'autant mieux à l'idée d'éducation que ce sont les républicains qui après leur accession au pouvoir décident une importante réforme scolaire pour répandre le patriotisme et unifier la culture nationale. L'administration républicaine utilise le terme pour évoquer l'ardeur à convaincre de la presse partisane¹¹.

Popularisé, *propagande* devient d'une utilisation fréquente et d'autres associations se l'approprient pour définir leurs activités de diffusion d'information. Commence ainsi une propagande sanitaire. L'emploi de « la propagande médicale » caractérise les actions de comités de lutte contre l'alcoolisme ou la tuberculose. Le mot recouvre dans ce cas une activité de vulgarisation par le biais de textes illustrés ou non et de conférences. Cette activité philanthropique décale l'implicite de la propagande du terrain spirituel vers des préoccupations plus matérielles. Faire de la propagande devient un moyen d'agir sur les esprits pour changer des situations sociales pour réformer la société en profondeur.

Dès les années 1880, les socialistes utilisent fortement le terme, au point qu'il est l'objet de polémiques dans plusieurs partis de la II^e Internationale, en Italie, en Allemagne, en Russie et dans une moindre mesure en France¹². L'emploi du mot dit, par-delà les écarts tactiques et techniques entre les stratèges partisans, l'importance accordée au travail de diffusion dont on pressent qu'il nécessite désormais

9. Les statuts prirent finalement le nom de « Cercle parisien de la Ligue de l'enseignement » et l'article 2 disait « elle a pour but de propager l'instruction », voir le *Bulletin du Cercle parisien de la Ligue de l'enseignement*, 2, 1869.

10. Première occurrence en 1862 selon le *TLF*.

11. Par exemple rapport du commissaire spécial de la gare de Dijon au préfet, novembre 1886, dans C. Farenc (dir.), 1996, *La presse en Côte d'Or à l'âge des journaux (1881-1940)*, *Cahiers du service éducatif des archives*, 9, Dijon, sect. 2b.

12. Le terme est déjà employé dans l'œuvre de Marx et d'Engels, au sens de diffusion politique. Les deux penseurs évoquent l'agitation pour signifier les mouvements de rues, les émotions populaires aurait-on dit sous l'Ancien Régime. Voir S. Pey, 1976, *Structures internes et rythmes de développement de la section d'agitation et de propagande du Parti communiste français entre les deux guerres*, thèse, Université de Toulouse-le Mirail, sous la dir. de R. Treppe, vol. 1 : *L'héritage de la social-démocratie et les interventions de l'internationale*, p. 3.

des qualités particulières. Émerge la figure du propagandiste qui assume deux tâches distinctes. La première est celle d'orateur itinérant et de planteur de sections. Elle est fort bien illustrée par Zola dans *Germinal*. L'auteur des *Rougon-Macquart* transpose le mot parmi les mineurs avec le modèle catholique pour implicite :

Dès que leur société fut assise autour d'une petite table, Étienne s'empara de Levaque, pour lui expliquer son idée d'une caisse de prévoyance. Il avait la propagande obstinée des nouveaux convertis, qui se créent une mission (*Germinal*, Livre 3, chap. 2).

La seconde, celle d'éducateur, provient du travail d'éducation populaire. Car il y a une conception de la Noria derrière cette envie fiévreuse de former des ouvriers pour en faire des propagandistes qui, à leur tour, engendreront de nouveaux propagandistes. Jaurès veut ainsi parvenir à gagner toute la nation : « Aucun artifice, aucun mécanisme à surprise ne dispense le socialisme de conquérir par la propagande et la loi la majorité de la nation »¹³. L'*Encyclopédie socialiste* de Compère-Morel contient dès 1912 un article *propagande* où sont exposés les buts et les moyens de la « propagande socialiste ». Le texte didactique donne une connotation positive au mot. Il commence par une phrase emblématique de la social-démocratie : « être socialiste, c'est propager¹⁴ ». Il y a de la noblesse à diffuser la bonne nouvelle prolétarienne au sein des masses. La SFIO d'ailleurs a créé un groupe de propagandistes dont la tâche est de répandre la doctrine par les discours. Ils répondent aux orateurs républicains qui, chacun dans leur circonscription, préparent les élections et entretiennent la flamme des patriotes. Tous sont concurrencés par l'autre puissant courant critique de la fin du 19^e siècle, le nationalisme. Les ligues antisémites comme les groupements nationalistes aiment la modernité du terme et l'emploi.

Au début du siècle donc *propagande* est devenu d'usage extrêmement courant, mais son contenu varie encore suivant les écoles politiques. Lénine dans *Que faire ?* paru en 1902 revient sur une distinction établie par Plekhanov au milieu des années 1880 : « Le propagandiste inculque beaucoup d'idées à une seule personne ou à un très petit nombre de personnes ; l'agitateur n'inculque qu'une seule ou un très petit nombre d'idées mais à une masse de personnes¹⁵ ». Il amplifie cette hypothèse et rend canonique la distinction entre deux activités. L'une, la *propagande*, consiste en un travail logique et détaillé de divulgation d'une doctrine complexe, qui peut s'effectuer dans des « écrits » ou de longues

13. J. Jaurès, 1901, *Études socialistes*, p. 119.

14. Adéodat Compère-Morel, 1913, *Encyclopédie socialiste*, Quillet, p. 213.

15. Lénine, 1925, *Que faire ?*, Librairie de l'Humanité, p. 71.

séances « d'éducation politique ». La seconde, l'*agitation*, dispense aux masses (« à toutes les classes »), par des procédés variés, un savoir simple, relevant du « discours ». Sa définition renvoie par ses origines lointaines au travail des populistes et des anarchistes russes dans leur quête pour secouer le peuple. Pourtant, Lénine refuse d'établir un lien exclusif entre terreur et agitation. Le terrorisme lui semble insuffisant et inadapté dans la conquête du pouvoir. L'agitation n'est cependant pas un simple travail d'information. Elle recouvre aussi ce que d'autres, comme Lavrov, qualifiaient un peu plus tôt de « propagande par le fait », par opposition à la « propagande par la parole »¹⁶. Il s'agit, par l'intermédiaire de révolutionnaires professionnels, d'établir des foyers de conscience, de divulgation et de résistance à l'oppression : jouer sur les émotions collectives. *Propagande, agitation* et *organisation* forment ainsi le triptyque favorisant les chances de réussite de la révolution prolétarienne.

Ce faisant, Lénine étend les compétences du révolutionnaire dont il conçoit qu'il puisse, selon les occasions, se faire agitateur ou propagandiste. La question de la diffusion ne relève plus uniquement de la raison supérieure, du bien-fondé de la doctrine. Elle dépend de tactiques de séduction et d'une psychologie sociale qui assurent à l'agitateur la compréhension du peuple. En ce sens, Lénine est bien le lecteur des œuvres de son temps qui pensent le discours aux masses comme nécessairement simpliste¹⁷. Il vante par exemple les qualités de « tribun populaire » de Liebknecht et définit les « démagogues » non par la technique mais par la doctrine¹⁸.

Dès lors la propagande devient le lieu où se synthétise une certaine représentation des élites politiques comme savantes et éducatrices et des masses comme démunies de connaissances et dans l'attente d'une révélation.

À la veille de la Première Guerre mondiale, loin d'avoir une connotation négative, le terme a l'aura d'une technique utile, dont toutes les forces sont prêtes à disposer. L'explosion belliciste est l'occasion d'étendre la légitimité de ces pratiques et de cette terminologie. Des « Services de propagande » sont créés, dans la diplomatie et dans les armées, dès 1914, en France. Les autres pays en guerre font de même¹⁹. Au Royaume-Uni, cependant, le mot est repoussé car le Gouvernement

16. P. Lavroff, 1897, *La propagande*, Temps nouveaux, 24 p.

17. La conception de la simplification des discours à mesure que le public s'étend est notamment exposée dans G. Le Bon, 1895, *La psychologie des foules*.

18. *Ibid.*, p. 89, 138.

19. Foch évoque, par exemple, le « Service de propagande » du Quai d'Orsay dans sa circulaire sur les canards de tranchée de 1915.

préfère garder l'illusion qu'il sert l'information. Les services effectuant ce travail prennent donc l'étiquette de « Psychological Warfare »²⁰. Cette notion d'action psychologique montre la continuité avec la perception de la propagande depuis la Belle Époque. La censure, la diffusion de fausses nouvelles et l'existence de rumeurs conduit la population à imaginer un vocabulaire imagé pour signifier l'effet de la propagande : le « bourrage de crâne ». L'argot passe dans le langage courant en la matière et le mot *bobards* est dans toutes les bouches. L'étonnant est que les excès dus à la culture de guerre n'entament que partiellement la connotation positive de *propagande*. Le mot même y gagne le prestige terrible des usages patriotiques. La propagation de *propagande* s'accroît donc, illustrant la recomposition de l'espace public autour d'une professionnalisation de l'expression doctrinale.

L'après-guerre s'ouvre sur une tension entre deux modèles de diffusion. Lors du congrès de Tours, en 1920, Léon Blum fait écho à une opposition entre deux types de propagande en concurrence dans l'entre-deux-guerres. Le premier retrouve un idéal de raison et d'éducation dans la droite ligne des expressions républicaines. Le second, désapprouvé par Blum, fait de la propagande un outil de confusion que veulent exploiter les partisans français de l'adhésion à la III^e Internationale :

Vous pensez, profitant d'une circonstance favorable, entrainer derrière vos avant-gardes les masses populaires non communistes, non averties de l'objet exact du mouvement, mais entretenues par votre propagande dans un état de tension passionnelle suffisamment intense. C'est bien là votre conception [...]. Nous pensons que tout mouvement de prise du pouvoir qui s'appuierait sur l'espèce de passion instinctive, sur la violence moutonnaire des masses profondes et inorganiques, reposerait sur un fondement bien fragile et serait exposé à de bien dangereux retours²¹.

Cette réserve est cependant balayée par la marche des concurrences partisans en France. Entre 1919 et 1939, la plupart des partis politiques se dotent d'organes de propagande et créent des lignes de compte portant ces chapitres dans leurs dépenses. *Propagande* prend dans ce milieu le sens de produit imprimé à destination du public. Seuls les communistes essayent de maintenir la distinction entre *agitation* et *propagande* et utilisent le mot d'*agit-prop* pour désigner ce qui ailleurs est simplement dénommé *propagande*. Le terme vient sans doute de l'organisation du gouvernement soviétique pendant la guerre civile et fut importé en France par la fraction communiste. La naissance du PCF entraîne la

20. Ph. Taylor, 1990, *British Propaganda in the Twentieth Century : selling Democracy*, Edinburgh, University Press.

21. L. Blum, nov.1969, « Pour la vieille maison », *Cahier de l'OURS*, 4, p. 25.

création d'une section portant ce nom. Pendant la phase de bolchevisation, les communistes durcissent la distinction²². Ils affirment même que la *propagande* est exclusivement destinée au militant et l'*agitation* au reste du peuple, suivant en cela les prescriptions du Komintern.

À droite, le Centre de propagande des républicains nationaux créé en 1927 à l'initiative d'Henri de Kérillis, directeur du journal conservateur *L'Écho de Paris*, remplit une fonction d'organe transpartisan et diffuse une thématique assez largement réactionnaire, par le discours et par l'affiche²³. Cette propagande se veut un appel à la raison, mais manie les émotions pour parvenir à ses fins. Elle est collée sur les murs par des équipes de jeunes bénévoles que le centre envoie au candidat désigné. Ces propagandistes servent aussi de force d'appoint pour le maintien de l'ordre dans les meetings.

À l'extrême droite, deux modèles venus de l'étranger décalent la propagande vers l'irrationnel. Pour Mussolini, elle relève de l'art et de la religion ; pour Hitler de la séduction pure et mécanique. En France, ce modèle n'est pas tout à fait repris tel quel. Il inspire dans sa forme, mais les orateurs prétendent encore trouver un fondement rationnel à leurs discours même les plus obsessionnels. La prose d'un Doriot dans sa période du PPF éclaire son incapacité à aligner des phrases sans lien logique. D'autres organisations comme la Ligue des Croix de feu, créée en 1927, nomment un responsable à la propagande, mais leur chef, ici le Colonel de La Rocque, joue sur « le bon sens » et le pragmatisme pour s'attirer des sympathisants.

Les pratiques s'homogénéisent. Les rituels, les symboles, les discours, se répètent tandis que les méthodes efficaces pour les uns sont empruntées par d'autres. Désormais, il existe de véritables spécialistes de la propagande et dans une certaine mesure la propagande devient un peu plus qu'un savoir-faire, une sorte de science. Aux États-Unis, Harold Lasswell crée le premier centre de recherche consacré à ce thème. En Europe, des savants comme Serge Tchakhotine, disciple de Pavlov, mettent en pratique une lecture de la propagande dérivée du réflexe conditionné. D'abord comme responsable de l'Oswag, le ministère de l'information soviétique, puis au service du Front d'Airain, en Allemagne, après avoir quitté la Russie. Réfugié en France, en 1933, il est utilisé par la SFIO pour sa propagande antifasciste et transforme la symbolique (création des trois flèches) et la scénographie. La théorie qu'il conçoit

22. S. Pey, vol. 2 : *Mise en œuvre de la nouvelle agitation et propagande sous la politique de bolchevisation*.

23. Voir les affiches conservées au Musée d'histoire contemporaine-BDIC, section entre-deux-guerres.

dans ces années est rédigée dans un volume qui devait paraître en 1939, mais qui est censuré pour cause de guerre. Il doit attendre 1952 pour paraître.

L'ouvrage synthétise le sens de *propagande* en France jusque dans les années 1970²⁴. Elle est un instrument efficace et dangereux de conquête et d'asservissement des opinions publiques. D'ailleurs sa définition du mot est comportementale : « elle est un viol de masse »²⁵. Tchakhotine s'inscrit dans une lecture exprimée, plus schématiquement encore, dans un livre paru en 1950 sous la plume de Jean-Marie Domenach. Pour lui, la propagande est le moyen pour un groupe ou un État d'obtenir qu'un individu ou un groupe effectue l'action que l'on attend de lui. La propagande revient ainsi à une manipulation de masse²⁶. Pour cette raison, selon le militant du groupe Esprit, la propagande est par excellence l'arme des régimes totalitaires et il va jusqu'à affirmer que l'expression « propagande totalitaire » est un pléonasme. La publication de ce livre dans la collection « Que sais-je ? », à la fois populaire et sérieuse, explique la longévité de cette définition qui gommait l'extraordinaire effort de rationalisation de la politique qui s'était joué autour de cette notion entre la fin du 18^e siècle et la Première Guerre mondiale. Le monde savant observant la démocratie préférait le mot de *persuasion* rendu célèbre par le livre d'un publicitaire, Vance Packard²⁷. Monica Charlot consacrait en France cette terminologie affirmant que la propagande était monopolistique (donc totalitaire) alors que la persuasion admettait la concurrence démocratique²⁸. La différence tenait au système politique, non aux pratiques et aux techniques.

Le monde partisan n'entendit guère ces critiques si l'on en juge par le maintien de secteurs de propagande dans tous les partis : PCF, SFIO, Radicaux, MRP, RPF, Indépendants puis leur descendance sous la Ve République. Les brochures partisans établissaient un autre distinguo. D'un côté existait la *publicité* à usage commercial, de l'autre la *propagande* à usage politique²⁹. Les dirigeants publiaient des manuels de propagande ou des instructions aux propagandistes qui tenaient compte, comme déjà dans l'entre-deux-guerres, de l'évolution des médias et des conditions d'expression.

24. S. Tchakhotine, *Le viol des foules par la propagande politique*, Gallimard, 1952.

25. *Idem*, p. 17.

26. J.-M. Domenach, 1950, *La propagande politique*, PUF.

27. V. Packard, 1958, *La persuasion clandestine*, Calmann-Lévy.

28. M. Charlot, 1970, *La persuasion politique*, Colin.

29. Manuel de propagande, directive de M. Bon, responsable de la propagande de la région parisienne du RPF, AP, institut Charles de Gaulle, BO région parisienne, dossier propagande.

Dans ce contexte organisationnel, le sens de *propagande* peut être affiné. Le mot ne désigne pas la formation, qui a ses propres lieux et moyens d'action ; ni les relations avec la presse, qui ont aussi un personnel spécifique. Il recouvre tout le reste : les rassemblements de masse, les impressions de journaux, de brochures, d'illustrés, la vente d'objets, les fêtes et surtout la communication populaire directe, par les affiches ou les films, la radio...

Les États, en revanche, s'ils utilisent les méthodes, ont rejeté ce vocabulaire et préfèrent parler d'*information*. Il existe des ministères portant ce titre, comme s'ils détenaient une forme d'objectivité supérieure alors même que c'est un État, l'Union soviétique, qui crée en 1945 le mot *désinformation*. Les services d'actions psychologiques sont créés dans toutes les armées après la Seconde Guerre mondiale. La subversion passe aussi par le travail des services de renseignements. La CIA américaine crée ainsi des réseaux d'*influence* en finançant des organisations qui doivent peser sur le débat public³⁰. Ils poussent leurs affidés à publier des affiches et à organiser des congrès pour contrer la propagande communiste. Déjà ancien (fin 19^e siècle), le terme *contre-propagande* manifeste le jeu d'opposition entre les producteurs d'opinions et la course à la conquête de l'opinion publique mondiale.

La contestation, qui débouche sur les événements de 1968 dans le monde, refuse la distinction jugée factice entre *information* et *propagande*. Les étudiants dénoncent l'usage des médias par des gouvernements et de grandes entreprises à des fins de manipulation de masse. Les affiches de l'atelier populaire des Beaux-Arts critiquent ainsi l'emprise du pouvoir sur la radio et la télévision³¹. Elles réclament une véritable information du peuple par le peuple, retrouvant une forme actualisée de *divulgarion* léniniste. La notion de propagande subit un discrédit en tant qu'instrument d'oppression au service des groupes dominants. L'anti-autoritarisme se nourrit d'une nouvelle approche de l'échange de messages dans les espaces publics. La théorie de la communication arrive alors en Europe. Elle avait été fondée dans les années 1930 par des théoriciens antifascistes réfugiés aux États-Unis. Elle postule l'égalité entre les participants au processus de communication. Son caractère démocratique explique son succès dans les milieux intellectuels contestataires et la diffusion de ce paradigme dans tous les secteurs de la société.

Le premier, le parti socialiste issu des congrès d'Issy-les-Moulineaux et d'Épinay décide en 1977 de modifier l'intitulé de son secrétariat à la Propagande pour y ajouter le mot de *communication politique*. Les deux

30. W. Colby, 1978, *Trente ans de CIA*, UGE.

31. *Affiches de l'Atelier populaire des Beaux Arts*, UUU, 1968.

appellations cohabitent quelques années avant que s'impose l'étiquette « Secrétariat national à la Communication » au milieu des années 1980. Les dirigeants ont expliqué les raisons de ce changement en donnant une définition concurrente des deux termes.

La démarche engagée pour faire connaître et populariser ses idées, opinions et actions est inhérente à tout mouvement politique [...]. Cette activité porte le nom de propagande [...]. Traditionnellement, on distingue soigneusement la propagande de l'information, considérée comme « plus objective » et « plus respectable » [...]. Il existe pourtant un point commun entre l'information et la propagande : l'une et l'autre s'exercent à sens unique [...]. Un émetteur s'adresse à un récepteur qui ne peut lui répondre [...]. Les socialistes pour leur part renoncent à la propagande [...]. Cette action à sens unique ne suffit pas : elle n'est conforme ni à nos conceptions politiques (la mise en place de la société autogestionnaire) ni à la recherche d'une efficacité à long terme. C'est pourquoi nous parlons de communication politique. Communiquer, c'est bien sûr transmettre des informations, opinions, sentiments, mais surtout échanger ces informations, opinions et sentiments avec d'autres. La communication implique donc une idée d'aller et retour, un respect des personnes à qui l'on s'adresse, une volonté de parler mais aussi d'écouter, une relation dynamique-dialectique entre des personnes ou des groupes humains³².

C'était une expression de la « communication normative » telle que Dominique Wolton la définit³³. Le projet accolé à l'idéal autogestionnaire de la deuxième gauche convainquit toutes les organisations du champ politique en une quinzaine d'années. Tous les partis ont renoncé à la notion de « propagande » au profit de celle de « communication politique ». Le dernier à l'adopter fut le Front national de Jean-Marie Le Pen qui, sous l'impulsion de Bruno Mégret, admit cette modernisation en 1992. Les syndicats ont fait de même. Cette propagation d'une appellation ne préjuge en rien de la profondeur du changement de représentation de l'activité politique. Certaines organisations semblent avoir agi davantage pour être repérables par leurs interlocuteurs plutôt que par véritable foi en l'interaction civique pour forger le sens politique, en témoigne l'évolution du Front national.

Les récentes utilisations du mot *propagande* confirment la connotation extrêmement négative du terme. Ignacio Ramonet, directeur du *Monde Diplomatique*, par exemple, l'a choisi pour intituler son livre consacré aux idéologies dans les sociétés industrielles : *Propagandes silencieuses*³⁴. Il retrouve le vocabulaire médical de l'intoxication et du viol, rendant plus tragique encore l'usage du mot.

32. *La communication politique et ses techniques - Une brochure du secrétariat national à la Communication-propagande*, PS, 1980, p. 6.

33. D. Wolton, 1998, *Penser la communication*, Flammarion.

34. I. Ramonet, 2001, *Propagandes silencieuses*, Galilée.

Occulté de l'espace public, *propagande* est devenu un objet d'histoire et un concept pour évoquer les relations entre masses et élites dans une perspective machiavélique. Son emploi est donc essentiellement critique et sert à dénoncer une forme pernicieuse de circulation de l'information. Pourtant, l'historien qui en retrouve le sens lointain voit comment ce vocable fut le moyen de synthétiser des relations entre le monde politique et le peuple qui ne soient pas de nature dévote et ne supposent pas qu'un culte tienne lieu de pensée. Car la propagande, c'était l'action contre la dévotion. La lexie *active propagande* ou *propagande active* fut longtemps un des lieux communs du discours. Aujourd'hui, les communicateurs ont remplacé les propagandistes, en arguant de leur capacité technique, contre la logique doctrinale de leurs prédécesseurs. La nature du débat politique en a été changée. L'utopisme philosophique est banni au nom d'une prétendue intelligence du monde tel qu'il est. Il est sans doute trop tard pour réhabiliter la propagande. Revenir sur son histoire reste cependant le moyen d'éviter la violence en retour des illusions de communication, un mythe qui en chasse un autre aurait dit Nietzsche, conscient qu'il était de nos humaines faiblesses.

Fabrice d'Almeida