
Le dessin animé : véhicule « idéal » des stéréotypes nazis

CLAIRE ASLANGUL-RALLO
Paris-Sorbonne/IRICE

Dans un régime « dont l'imaginaire puisait, pour l'essentiel, au monde de l'image¹ », la production cinématographique se voit très tôt reconnaître une importance particulière. Goebbels notamment se disait convaincu que « le film représente l'un des moyens les plus modernes et les plus efficaces d'influence des masses². » Dans ce que Harro Segeberg nomme « l'espace d'expérience³ » de la salle obscure, des émotions intenses peuvent être suscitées par l'image en mouvement – or c'est bien « l'imagination », « l'instinct », bref, ce « chemin du cœur » que veulent trouver les nazis⁴. C'est donc très précocement, dès juin 1933, qu'Hitler donne au Ministère de la Propagande tout pouvoir pour encadrer la production filmique au service du régime.

La diffusion de l'idéologie *völkisch*, impliquant la construction de la figure de l'ennemi juif, occupe pour les nazis une place fondamentale⁵. « L'auto-image, créatrice d'identité » de la *Volksgemeinschaft* s'établit en contrepied, point par point, à ce « xénotype » que constitue la figure du Juif, laquelle n'est en définitive qu'une « image prétexte destinée à se représenter soi-même⁶. » Étant donné l'importance que le régime accordait à l'image filmique, il est dans la logique des choses que la diffusion des stéréotypes concernant « le Juif » soit passée largement par le médium

(1) Marc Ferro, *Cinéma et Histoire*, Paris, Gallimard, 2005, p. 68.

(2) Cité d'après Gerd Albrecht, *Der Film im Dritten Reich. Eine Dokumentation*, Karlsruhe, Schauburg, 1979, p. 268.

(3) Harro Segeberg (dir.), *Mediale Mobilmachung. Das Dritte Reich und der Film*, Munich, Fink, 2004.

(4) Selon les expressions d'Hitler lui-même, dans *Mein Kampf*, cité par Christian Delage, *La vision de l'histoire à travers le cinéma documentaire du Troisième Reich*, Paris, L'Âge d'Homme, 1989, p. 108.

(5) Sur l'identification des éléments centraux de l'idéologie nazie (la domination mondiale, la doctrine raciale et le *Führerprinzip*), cf. par exemple Andreas Hillgruber, « Imperialismus und Rassendoktrin als Kernstück der NS-Ideologie », in : Leo Haupt (dir.), *Strukturelemente des Nationalsozialismus. Rassenideologie, Unterdrückungsmaschinerie, Aussenpolitik*, Cologne, Dme-Verlag, 1981, p. 11-36.

(6) Robert Frank, « Qu'est-ce qu'un stéréotype ? », in : Jean-Noël Jeanneney, *Une idée fausse est un fait vrai. Les stéréotypes nationaux en Europe*, Paris, Odile Jacob, 2000, p. 17-26, ici p. 18, 19, 21.

du cinéma. Certes, « l'antisémitisme n'était généralement pas un sujet sur lequel on s'étendait dans le cinéma allemand⁷ » et l'on trouve bien plus souvent des figures positives. Pourtant, les personnages très typés de Juifs sont loin d'être totalement absents, ne serait-ce que dans des rôles secondaires de faire-valoir⁸.

Lorsque les chercheurs se sont emparés du thème de l'antisémitisme dans les productions cinématographiques nazies, ils l'ont presque toujours fait à partir des deux films considérés comme les plus représentatifs : *Jud Süß* et *Le péril juif* (1940)⁹. Nous proposons ici de nous pencher sur un type de production plus méconnu, le film d'animation, qui, pour avoir été délaissé par la recherche¹⁰, n'en est pas moins fort intéressant à au moins deux titres : premièrement, les dignitaires du régime lui ont accordé une importance considérable et alloué des moyens humains et financiers assez surprenants¹¹ ; deuxièmement, ses modes d'action sont très spécifiques et correspondent à des stratégies originales qui présentent une grande complémentarité avec les autres productions plus connues que sont le film traditionnel (de fiction ou « historique »), le documentaire et les « actualités » (*Wochenschauen*)¹². S'intéresser au dessin animé permet donc d'affiner la compréhension de ce qu'était ce « grand orchestre¹³ » de la propagande nazie, dans lequel les différents instruments servaient tous la même partition, mais en suivant chacun des variations mélodiques particulières. L'animation apparaît sous le III^e Reich dans trois catégories de productions : d'une part dans des films publicitaires, des productions peu étudiées¹⁴ qui, à notre connaissance, ne s'attardent pas sur l'image du Juif ; d'autre part sous la forme de films « divertissants », dont certains diffusent l'idéologie nazie implicitement, dans *La petite oie stupide*¹⁵

[7] Roel Vandel Winkel, « Le cinéma de propagande dans l'État nazi : un pouvoir limité », in : Jean-Pierre Bertin-Maghit (dir.), *Une histoire mondiale des cinémas de propagande*, Paris, Nouveau monde, 2008, p. 315-335, ici p. 316.

[8] Les exemples les plus représentatifs sont brièvement présentés par Nathalie de Voghelaer, *Le cinéma allemand sous Hitler* Paris, L'Harmattan, 2001, dans la section « Les fictions et l'antisémitisme », p. 115-120.

[9] *Der ewige Jude* est traduit en français officiellement par *Le péril juif* ; le titre exact serait : *Le juif éternel*. Sur ces deux films-clés bien étudiés, cf., entre autres, Stefan Mannes, *Antisemitismus im nationalsozialistischen Propagandafilm « Der ewige Jude » und « Jud Süß »*, Cologne, Teiresias, 1999. Pour une bonne référence en Français : Claude Singer, *Le Juif Süß et la propagande nazie, l'histoire confisquée*, Les Belles Lettres, Paris 2003.

[10] Pour un premier bilan historiographique, nous nous permettons de renvoyer à notre article : Claire Aslangul-Rallo, « Les dessins animés de propagande des années 1933-45. Des sources méconnues. Bilan, problématiques et pistes de recherche », p. 1021-1036 in *Études Germaniques*, n° 64/2009, en particulier p. 1022-1025.

[11] Cf. le chapitre consacré à l'Allemagne in Sébastien Roffat, *Animation et propagande. Les dessins animés pendant la Seconde Guerre mondiale*, Paris, L'Harmattan, 2005.

[12] Nous nous permettons de renvoyer ici à : Claire Aslangul, « Guerre et cinéma à l'époque nazie. Films, documentaires, actualités et dessins animés au service de la propagande », in *Revue historique des armées*, Service historique de la Défense, n° 252/2008, p. 16-26.

[13] L'expression est de Mary-Elizabeth O'Brien, *Nazi Cinema as an Enchantment. The Politics of Entertainment in the Third Reich*, New York, Camden House, 2004, p. 11.

[14] Le seul ouvrage de référence disponible est celui de Günther Agde, *Flimmernde Versprechen. Geschichte des Werbefilms im Kino seit 1897*, Berlin, Das Neue Berlin, 1998.

[15] *Das dumme Gänslein*, film de Hans Fischerkoesen, terminé en 1944.

ou *Le trouble-fête*¹⁶, tandis que d'autres sont plus « neutres » politiquement comme *Le bonhomme de neige*¹⁷ ; et enfin, on trouve des dessins animés dans des films de propagande ouverte, sous la forme de séquences (dans *L'honnête commerçant contre le trafiquant cosmopolite*¹⁸, *Le sang et la terre*¹⁹) ou comme productions à part entière (*Nimbus libéré*²⁰). Nous nous concentrerons ici sur les trois grandes stratégies filmiques utilisées dans ces films d'animation pour construire le stéréotype du Juif – faire peur, faire vrai, faire rire – et nous interrogerons sur les fonctions particulières d'un médium d'autant plus efficace qu'il permet de parer la propagande des atours d'une fantaisie et d'un humour fort appréciés.

FAIRE PEUR : UN RESSORT ESSENTIEL DE LA PROPAGANDE

Le recours à la peur est récurrent dans plusieurs films et documentaires nazis (on pense à la violence du film sur la dégénérescence raciale *Erbkrank* par exemple), et cette tendance est confirmée par les procédés mis en œuvre dans certains dessins animés, notamment dans *L'honnête commerçant* : le film contient, sur 23 minutes d'images, des extraits de discours, des scènes de défilés et plusieurs petits dessins animés²¹. Le plus intéressant d'entre eux est celui qui, en trente secondes de temps, illustre les propos effrayants tenus par Theodor Adrian von Renteln, chef de l'industrie et du commerce, à propos de « l'invasion » des Juifs :

« Après la guerre, les essaims de sauterelles malfaisantes des Juifs de l'Est s'abattirent sur l'Allemagne. Ils diffusèrent leur influence destructrice dans les cercles du commerce allemand. Ils violèrent la culture allemande, mirent en pièces la littérature, exploitèrent sans merci le paysan et l'ouvrier, humilièrent le commerce allemand. Dans tous les domaines de l'existence du peuple allemand, ils corrompirent les mœurs et l'essence allemande par leur esprit irresponsable de cupidité et leur obsession de la spéculation. »

On voit ici une nuée de petits personnages de Juifs – en habit traditionnel et à longue barbe – envahissant une carte de l'Allemagne. Ils s'infiltrèrent littéralement dans les livres, pour illustrer le « viol de la culture » ; des ouvrages de Erich Maria Remarque (*À l'Ouest rien de nouveau*) et Kurt Tucholsky (*Deutschland über alles*), considérés comme livres juifs ou « enjuivés » et à ce titre bannis, sont représentés avec, en surimpression,

[16] *Der Störenfried*, Hans Held, 1940.

[17] *Der Schneemann*, réalisé par Hans Fischerkoesen en 1943.

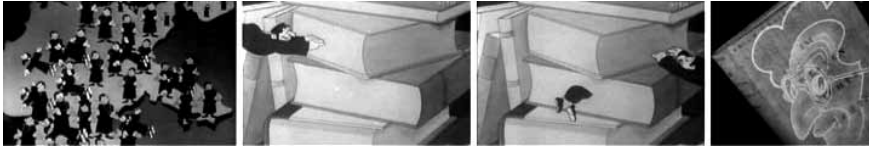
[18] Nous proposons ici cette traduction assez insatisfaisante, mais qui tente de rendre compte des nuances contenues dans le titre original *Kaufmann, nicht Händler*, 1934, film de Ernst Kochel. Production : Universum-Film AG (Ufa), Berlin, pour le compte de l'Office de l'artisanat et du commerce du NSDAP.

[19] *Blut und Boden*, 1933, de Rolf von Sonjewski-Jamrowski, sur commande de Walter Darré.

[20] Film de Raymond Jannin, produit en 1944 sous contrôle allemand.

[21] L'institut Fritz Bauer, qui le cite dans sa rubrique « Cinematographie des Holocaust », évoque 7 séquences pédagogiques animées, et 2 dessins animés proprement dits. Détails sur le lien suivant : <http://www.cine-holocaust.de/cgi-bin/gdq?dfw00fbw000789.gd>

des caricatures de leurs auteurs. La scène suivante montre les petits Juifs volants entrant par la porte d'une belle ferme allemande, et sortant par la fenêtre les bras chargés d'or et de grain.



Photogrammes tirés de *L'honnête commerçant contre le trafiquant cosmopolite* (*Kaufmann, nicht Händler*), de Ernst Kochel, 1934 ; mise en images de la supposée invasion juive et du « viol » de la littérature allemande.

*Nimbus libéré*²² livre un autre exemple où l'animation est réquisitionnée pour faire peur, mais cette fois sous l'apparence d'un petit conte cruel, sans *happy end* – à la différence des productions que nous évoquerons plus loin. Produit à la toute fin de la guerre, en France, sous contrôle allemand, ce petit film raille les prétendus « héros » alliés : on attend qu'ils débarquent avec du café-crème, des croissants et des cigarettes anglaises, mais ils largueront des bombes et n'apporteront que la dévastation. Les petits personnages ridicules qui pilotent les bombardiers sont figurés sous les traits de Donald, Mickey et Popeye ; mais celui qui dirige, depuis Londres, les opérations, c'est « le Juif », dans une variation du « général micro » omniprésent dans la propagande collaborationniste²³. Il martèle ici cyniquement, avec un fort accent yiddish : « ici Londres, les Français parlent aux Français – patience, nous zarrifons ! », quelques secondes encore avant qu'une bombe ne détruise le foyer de la famille à l'écoute de Radio Londres. La fusion des différents ennemis (juif, américain et anglais notamment) est une constante de la propagande, et on la trouve sur les supports les plus variés – comme sur un célèbre « puzzle amusant » où une femme blonde lisant le *Times* voit



Photogrammes tirés de *Nimbus libéré*, film de Raymond Jannin, produit en 1944 sous contrôle allemand : depuis Londres, « le Juif » dirige les opérations de résistance qui mèneront les Français à leur perte.

[22] Pour une présentation détaillée de ce petit film, cf. dans Christian Delporte, *Images et politique en France au XX^e siècle*, Paris, Nouveau Monde 2006, le chapitre « Nimbus contre Mickey. Le dessin animé au service de la propagande », p. 209-222.

[23] Cf. pour des représentations dans l'affiche : Diane Afoumado, *L'affiche antisémite en France sous l'Occupation*, Paris, Berg International, 2008, notamment p. 138-139 le placard proclamant « Le vrai visage de la 'France libre' ! Le général micro, fourrier des Juifs ! ».

son reflet dans le miroir : celui d'une juive typée, brune, *Times* se reflétant en *Semit*²⁴. Mais dans *Nimbus*, l'humour est cinglant, car c'est finalement la mort qui frappe ceux qui ont cru aux mensonges du « traître juif ».

Ici, comme dans *L'honnête commerçant*, la caricature, qui permet la diffusion de messages simples, est animée au sens propre : le travail du réalisateur « donne une âme », rend vivants les petits personnages dont les lecteurs du *Stürmer* et autres publications nazies (ou collaborationnistes) sont familiers. Loin de prendre le risque de la création *ex nihilo* d'un personnage, la propagande réactive ici, développe et systématise des schémas d'interprétation déjà ancrés dans l'esprit du public. Le « secret des stéréotypes » consiste bien à « puiser dans le passé des morceaux épars de vérité qu'ils fondent en une image supposée exprimer toute la vérité d'un peuple²⁵. ». L'imagination des spectateurs est dans ce petit film frappée par ces types caricaturaux qui simplifient le réel : ainsi que le notait Anne-Marie Matard-Bonucci, le dessin, plus encore que la photographie (ou le film), peut s'émanciper d'un « rapport trop contraignant à la réalité » et permettre « la traduction simplifiée d'une idéologie hétérogène²⁶ ».

FAIRE VRAI : AJOUTER LA « RAISON » À L'ÉMOTION

À la volonté de faire peur pour mobiliser se combine parfois le souci de la crédibilité, dans des productions qui font appel à l'émotion et à la raison, comme deux facettes complémentaires. Le cinéma puise alors la légitimation de l'idéologie qu'il diffuse à des sources qui semblent constituer des instances « incontestables ». L'usage (pseudo-)scientifique des statistiques et graphiques est récurrent dans les productions sur le thème de la race, et les séquences animées insérées dans le film « documentaire » *Le péril juif*²⁷ illustrent bien l'apport du dessin en mouvement à l'appui de chiffres qui déjà, en eux-mêmes, impressionnent le spectateur par leur apparente clarté/vérité. Ce film devant être montré à des catégories de personnels et à des populations qu'il fallait « préparer » à la déportation et à l'extermination, il s'agissait d'apporter des preuves « irréfutables » de l'influence néfaste des Juifs sur la culture et la race allemandes – autrement dit de produire un discours cohérent afin de « justifier à l'avance le meurtre de masse²⁸ ». Ici, il fallait donc « faire vrai », et ne pas seulement faire peur. Certaines séquences d'animation sont par conséquent ouvertement « pédagogiques » et « scientifiques » : elles prétendent coller à la réalité

[24] Voir l'illustration in : Adelin Guyot, Patrick Restellini, *L'art nazi*, Bruxelles, Complexe, 1996, h. p.

[25] Robert Frank, « Qu'est-ce qu'un stéréotype ? », *op. cit.*, p. 19. Cf. aussi à ce sujet l'article d'Alain Marty, « Les propagandes et le cinéma », *Revue du cinéma*, n° 329, juin 1978, p. 57-70.

[26] Marie-Anne Matard-Bonucci, « L'image, figure majeure du discours antisémitisme ? », in *Vingtième siècle. Revue d'histoire*, n° thématique « Image et histoire », n° 72, oct./déc. 2001, p. 27-39, ici p. 30 et 33.

[27] Œuvre du *SS-Hauptsturmführer* Fritz Hippler, directeur du département du film au ministère de la Propagande.

[28] Cf. Hilmar Hoffmann, « *Und die Fahne führt uns in die Ewigkeit* ». *Propaganda im NS-Film*, Francfort, Fischer, 1988, p. 151.

et se donnent comme figuration du processus d'invasion, par les Juifs, du monde de la justice, de la littérature, de la médecine. Ici, pas de caricature, pas de Juif avec un gros nez, un dos courbé, et des doigts crochus, mais juste des petites silhouettes apparemment neutres, des chiffres et des colonnes.



Photogrammes tirés de *Le péril juif (Der ewige Jude)* de Fritz Hippler, 1940 ; illustrations pseudo-scientifiques de l'influence des Juifs dans les sphères de la médecine (1^{er} photogramme), de l'économie (2^e photogramme), et de leur pouvoir financier.

Le commentaire accompagnant les images affirme :

« Il faut garder à l'esprit que c'est une minorité qui s'imposa avec le projet de terroriser un peuple grand et plein de patience. Sur 1 000 Allemands, on trouvait 10 Juifs. Ou pour le dire mieux : sur 1 000 Allemands qui se disputaient entre eux, 10 Juifs qui, affichant une concurrence réelle ou feinte entre eux, étaient unis pour atteindre leur but principal : l'exploitation conjointe des Allemands. Puis, l'instinct commerçant attira les Juifs dans les grandes villes. Les trois quarts d'entre eux vivaient dans des métropoles. Mais pas pour y travailler dans les usines, ça, ils le laissaient aux Allemands. Sur 1 000 Berlinois, on trouvait seulement 2 ouvriers. En revanche, au début des années 1930, sur 100 procureurs à Berlin, on trouvait 15 Juifs. Sur 100 juges, 23 étaient des Juifs. Sur 100 avocats, 49 Juifs. Sur 100 médecins, 52 Juifs. Et sur 100 commerçants, 60 Juifs. Le patrimoine moyen d'un Allemand atteignait 810 marks. Celui d'un Juif 10 000 marks. »

Pendant que sont annoncés les chiffres, les petits personnages blancs indiquant le nombre total d'habitants sont noircis un par un, jusqu'à atteindre le pourcentage annoncé ; les petites colonnes censées figurer le patrimoine juif s'accumulent, l'une après l'autre, dans un mouvement qui semble indiquer non seulement un état de fait mais une croissance menaçante. Le texte et l'image présentent un ton d'une neutralité feinte : les statistiques donnent l'apparence d'une objectivité maximale et donc convaincante – pourtant, la représentation des Juifs en noir au milieu des Allemands en blanc, les termes péjoratifs du commentaire (« terroriser », « exploiter ») sont sans ambiguïté.

On ne trouve pas non plus de représentation d'un Juif caricatural quand il s'agit dans ce film de mettre en lumière les prétendus ravages de l'extension du judaïsme : sans figures humaines, mais en reprenant les codes visuels de représentation des



Photogrammes tirés de *Le péril juif (Der ewige Jude)* de Fritz Hippler, 1940, établissant un parallèle entre la diffusion de la peste par les rats et la diaspora juive.

foyers d'infection dans les livres de médecine, l'animation sur une carte du monde met en parallèle la diffusion de la peste par les rats et les étapes de la diaspora juive.

Le commentaire sur la diffusion du judaïsme s'achève sur : « Le XIX^e siècle, avec ses idées humanistes troubles d'égalité et de liberté, donne aux Juifs un essor puissant. Depuis l'Europe de l'Est, ils inondent au cours du XIX^e et du XX^e siècles de manière irrépissable les pays et les villes d'Europe, et même du monde entier. » La séquence d'images animées est immédiatement suivie d'images filmées d'une horde de rats grouillante, la voix *off* contribuant à l'interprétation que le spectateur doit faire de cette succession d'images : « Un parallèle fracassant avec cette migration juive à travers le monde entier nous est offert par la migration massive d'un autre animal, qui lui non plus ne s'arrête jamais : le rat. »



Photogrammes tirés de *Le péril juif (Der ewige Jude)* de Fritz Hippler, 1940 ; il s'agit d'illustrer l'emprise progressive des Juifs sur la finance internationale.

Un peu plus tard, l'extension mondiale de la « finance juive » est figurée par le tissage d'une toile d'araignée de Berlin à New York, en passant par Paris et Londres. Là encore, par rapport à une image fixe ou à l'énonciation de simples chiffres, l'image en mouvement ajoute la possibilité de visualisation d'un processus, de manière extrêmement efficace, tout en s'appuyant sur des procédés éprouvés de zoomorphisation avec l'assimilation des Juifs à des espèces nuisibles (comme précédemment dans *L'honnête commerçant* les nuées de sauterelles)²⁹.

(29) Sur les différents animaux auxquels sont assimilés les Juifs dans la caricature – de manière assez homogène dans différents pays européens –, cf. l'excellent article de Marie-Anne Matard-Bonucci, « L'image, figure majeure du discours antisémite ? », *op. cit.*, en particulier p. 33-34.

Les séquences animées alternent aussi avec des images tournées dans les ghettos et des extraits de films de fiction³⁰. Chaque type d'image renforce l'effet des autres pour une efficacité « optimale », et ce n'est pas un hasard si ce « chef d'œuvre » de propagande est interdit de diffusion en Allemagne, tandis qu'il est considéré comme film culte par les néonazis.

Que l'on soit dans la caricature grossière ou dans la démonstration pseudo-scientifique, ces séquences animées illustrent parfaitement les principes qui présidaient à la construction des films en général, tels qu'ils ont été formulés par le réalisateur Karl Ritter en 1938 devant la *Chambre de la culture nazie (Kulturkammer)*: « C'est précisément parce que nous voulons, parce que nous devons agir sur des millions de gens simples que notre création artistique doit demeurer résolument simple³¹. » On sait pourtant que Goebbels misait au moins autant, sinon davantage, sur un autre type de propagande que l'endoctrinement simpliste qui apparaît ici au travers des figures stéréotypées dans ces discours illustrés sur « le Juif ».

FAIRE RIRE / SOURIRE : LES POTENTIALITÉS DE LA FABLE COLORÉE ET LES « VERTUS » DE LA PROPAGANDE « DOUCE »

Dans les petits dessins animés colorés qui ont été produits à grands frais par le régime nazi, la transposition dans un monde imaginaire permet une propagande moins frontale, mais d'autant plus efficace qu'elle diffuse subtilement ses messages. Goebbels vantait les vertus d'une propagande « douce » car, affirmait-il sans doute avec raison, « à partir du moment où le public est conscient qu'il y a propagande, la propagande perd son efficacité. Mais lorsqu'elle reste à l'arrière-plan en tant que propagande [...] et agit seulement à travers la représentation d'actions, de processus, de contraste entre les hommes, alors elle devient à tous égards efficace³². » Peter Reichel³³ et Elizabeth O'Brien³⁴ ont bien montré, à la suite de Kracauer³⁵, que le cinéma nazi s'était fréquemment appuyé sur le divertissement pour à la fois faire oublier les rigueurs de la réalité et diffuser « en douceur » l'idéologie : il s'agissait de séduire plutôt que de terroriser, conformément à l'adage selon lequel « le pouvoir basé sur les canons est peut-être une bonne chose ; néanmoins, il vaut mieux et il est plus agréable de conquérir le cœur d'un peuple et de le garder³⁶. »

[30] On trouve des images illustrant l'enchaînement des séquences sur le site www.shoah.de, lien « Bilder aus dem Film "Der ewige Jude" ».

[31] Cité ici d'après Francis Courtade, Pierre Cadars, *Histoire du cinéma nazi*, Paris, Éric Losfeld, 1972, p. 19.

[32] Cité d'après Gerd Albrecht, *Nationalsozialistische Filmpolitik. Eine soziologische Untersuchung der Spielfilme des Dritten Reiches*, Munich / Stuttgart, Hanser, 1969, p. 456.

[33] Peter Reichel, *La fascination du nazisme*, Paris, Odile Jacob, 1997.

[34] Elizabeth O'Brien, *Nazi Cinema as an Enchantment*, op. cit.

[35] Siegfried Kracauer, *De Caligari à Hitler. Une histoire psychologique du cinéma allemand*, Paris, Flammarion, 1987 (éd. originale en anglais 1947).

[36] Hitler, cité *ibid.*, p. 341.



« Le Juif » cupide accompagné du renard et du corbeau, photogrammes tirés de *Le petit arbre qui voulait d'autres feuilles (Vom Bäumlein, das andere Blätter hat gewollt)*, de Heinz Tischmeyer, 1940 ; réactivation des stéréotypes « classiques » concernant le Juif, aussi bien au niveau physique qu'au niveau moral.

Parmi la dizaine de films moyen métrage (10-13 minutes) produite par les nazis, certains sont à comprendre comme variations autour de thèmes antisémites et pourtant, on y trouve très rarement des personnages caractérisés ouvertement comme juifs. Un seul film fait apparaître une petite figure très typée : dans *Le petit arbre qui voulait d'autres feuilles*³⁷, un joli petit conifère se lamente d'avoir de banales épines ; son vœu de changement est exaucé, il se réveille le lendemain avec des feuilles d'or. Mais « le Juif se promène dans la forêt et lui vole ses feuilles » – apparaît alors à l'écran le petit personnage « classique », dos courbé, œil perfide, sac de voleur, que l'on a déjà évoqué dans *Honnête commerçant*. Si le vieux stéréotype de l'avidité supposée des Juifs est repris, il est ici mis en scène dans un petit conte qui se veut innocent : l'image accompagne un charmant petit poème en rimes, les couleurs sont chatoyantes, le trait soigné.

Interrogé pour un documentaire il y a quelques années, le réalisateur Heinz Tischmeyer pouvait donc (sans être tout à fait crédible) affirmer à propos de l'œuvre dessinée en 1940 : « Mais oui bien sûr, ce n'était qu'un petit conte pour enfants, comme 'Les musiciens de Brême' par exemple³⁸. »

Un autre film que l'on connaît encore mal – seules des bribes ont été retrouvées récemment dans les archives – possède une tonalité antisémite très affirmée. Il s'agit du *Van den vos Reynarde* de Van Genetchen, produit par la *Nederland Film* sous mandat allemand et sorti en 1944³⁹. Un rhinocéros, pauvre errant venu de l'Est, nommé Jodokus et qui porte un insigne jaune, répand les idéaux de la liberté, de la démocratie et de l'égalité entre les races (en réalité pour pouvoir spolier les autres animaux de la forêt). Les conséquences pour la pureté raciale sont des plus funestes, car le cochon épouse l'oie, la vache s'acoquine avec l'âne... Et l'élimination du fauteur de trouble apparaît logiquement comme le seul moyen de rétablir l'ordre naturel. À propos de ce film, on pouvait lire à l'époque dans le journal du parti nazi hollandais *Volk en Vaderland*⁴⁰ : « On ne peut imaginer de meilleur moyen de faire de la propagande qu'en faisant rire

(37) *Vom Bäumlein, das andere Blätter hat gewollt*, réalisé par Heinz Tischmeyer, 1940.

(38) Ulrich Stoll, *Quand Hitler rêvait de Mickey – Dessin animé et croix gammée*, De Campo, WDR, ARTE, 1999.

(39) Cf. pour une présentation détaillée Egbert Barten et Gerard Groeneveld, « *Van den vos Reynaerde* (1943), How a Medieval Fable Became a Dutch Anti-Semitic Animation Film », in *Historical Journal of Film, Radio and Television*, vol. 14, n°2, 1994 ; accessible sur internet sous le titre modifié « Reynard the Fox and the Jew Animal » : <http://www.awn.com/mag/issue1.7/articles/barten1.7.html>

(40) Cité *ibid.*, p. 4.

les gens. Ce Van Genetchen a donné à sa nouvelle un humour tellement formidable... C'est quelque chose de très utile pour notre propagande politique. »

Il est cependant intéressant de constater que tous les autres dessins animés en couleurs de l'époque nazie qui présentent une tendance antisémite agissent de manière bien plus subtile que *Le petit arbre* et *Reynarde* : leur jeu sur les stéréotypes ne fait apparaître ni étoile jaune, ni faciès particulier, car il s'agit de petites fables animalières apparemment tout à fait innocentes, même si elles reposent sur la même structure que le film hollandais évoqué précédemment. Dans *La petite oie stupide* et *Le trouble-fête*, la vie idyllique d'une communauté d'animaux de la ferme est en effet perturbée par l'arrivée d'un intrus, le renard, que la tradition populaire associe immédiatement à la figure du Juif – le spectateur y est d'ailleurs aidé par divers indices : on voit le renard secondé de ses compagnons nuisibles (chat noir ou corbeau) ou bien, comme dans *La petite oie*, une mélodie yiddish bien connue accompagne son apparition⁴¹. Seule l'union de tous contre l'intrus pernicieux permet le retour à l'harmonie. L'idéologie – ici la construction de la figure de l'ennemi et son élimination comme condition de survie – est distillée de manière subreptice, la couleur et l'humour permettant une euphémisation et une légitimation de la violence tout à fait exceptionnelles. La petite fable colorée apparaît comme un excellent instrument de « propagande douce » ; pour paraphraser – en changeant simplement de cible – ce qu'on trouve écrit dans un journal interne au personnel des studios Disney :

« Aucune autre arme de propagande ne peut ridiculiser (l'adversaire), exposer ses absurdités avec autant de hardiesse. Qui d'autre peut prendre des objets inanimés ou des animaux et les transformer en des personnages incroyables [...] ? Et puis il y a l'attrait de notre moyen d'expression qui permet d'atteindre notre but par l'utilisation de la caricature et du symbolisme⁴². »

Il faut pour finir s'interroger sur les effets réels que le film d'animation a pu avoir sur les populations. Quelle fut sa contribution à la diffusion des « antisémythes » et quelles en ont été les conséquences ?

Certes, dans les recherches récentes, les avis des historiens concernant l'influence du cinéma sur le public allemand divergent largement : certains, tels Jérôme Bimbenet et Roel Van de Winkel, parlent d'impact et de pouvoir limités⁴³, et Nicholas Reeves s'interroge sur la réalité du pouvoir de la propagande filmique en général⁴⁴. Mais d'autres chercheurs, s'intéressant plus spécifiquement au cinéma de « divertissement⁴⁵ »,

[41] Cf. Annika Schoemann, *Der deutsche Animationsfilm : von den Anfängen bis zur Gegenwart 1909-2001*, Sankt Augustin, Gardez !, 2003, p. 184.

[42] Cité ici d'après Sébastien Roffat, *Animation et propagande*, op. cit., p. 289.

[43] Jérôme Bimbenet, « Le cinéma de propagande nazie (1930-1939) : un impact limité », in : Bertin-Maghit (dir.), *Une histoire mondiale des cinémas de propagande*, op. cit., p. 137-159, et Vandel Winkel, « Le cinéma de propagande dans l'Etat nazi », op. cit.

[44] Nicholas Reeves, *The Power of Film Propaganda. Myth or Reality ?*, Londres, New York, Cassel, 1999.

[45] Lequel constituait la majorité des productions filmiques ; Nathalie De Voghelaer, *Le cinéma allemand sous*

estiment que ce dernier, précisément parce qu'il semblait ne véhiculer aucun message politique, remplissait une fonction importante ; en permettant d'oublier les malheurs, de faire comme si tout allait bien dans un monde « réenchanté⁴⁶ », « l'art de la séduction mis en œuvre dans les salles de cinéma contribua au maintien de l'État fasciste⁴⁷. » Le dessin animé en couleurs – celui qui relève de la petite fable colorée – peut être vu comme partie prenante de ce grand programme de « réenchantement du monde » ; il se trouve investi d'un rôle similaire à celui confié aux « films de genre », permettant la projection des rêves et désirs, satisfaisant le besoin d'idylle et de fuite loin de la réalité⁴⁸. Lorsque l'idylle est prétexte à la distillation subreptice de l'idéologie raciale – comme dans *Le petit arbre*, *La petite oie stupide* ou encore *Le trouble-fête* –, on retrouve le modèle proposé par O'Brien pour le film de divertissement en général, selon lequel « les valeurs (du régime) [...] étaient [...] promues dans le contexte d'histoires amusantes⁴⁹ ».

Mais au-delà de ces traits communs au dessin animé et au film de divertissement « classique », il semble que l'on puisse aussi identifier des spécificités du médium présenté dans cette contribution. Si les études de réception restent très difficiles, quelques indices permettent tout de même d'en mesurer l'impact particulier – fût-il indirect.

On retiendra en premier lieu que, contrairement à ce que l'on pourrait penser aujourd'hui, les dessins animés moyen métrage en couleurs ne visaient en aucun cas exclusivement un public jeune : prouesses techniques apparaissant presque « magiques » à une époque où le cinéma en couleurs était encore une rareté, ils faisaient véritablement sensation, et étaient très appréciés par les adultes.

On avait coutume de les diffuser en préprogramme avant les actualités et le grand film lors des séances de projection, et ils jouaient alors le rôle d'aimant – en attirant (en captivant au sens propre) dans les salles obscures un public qui affichait parfois une certaine résistance face à la propagande directe⁵⁰ (mais qui ne pouvait plus quitter la salle une fois commencée la séance)⁵¹. Les petites séquences animées en noir et blanc qui ponctuaient les « documentaires » très durs comme *Le péril juif* ont elles aussi constitué un facteur d'attraction alors que le film lui-même a été loin d'être plébiscité par le public⁵². Divertissant, attractif, vecteur efficace de diffusion

Hitler, *op. cit.*, p. 45 estime que « sur 1350 longs métrages, on compte 1200 films de divertissement ».

[46] L'expression est de Mary-Elizabeth O'Brien, *Nazi Cinema as an Enchantment*, *op. cit.*, p. 3.

[47] *Ibid.*, p. 263.

[48] Cf. Klaus Kreimeier : « Von Henry Porten zu Zarah Leander : Filmgenres und Genrefilm in der Weimarer Republik und im Nationalsozialismus », in *Montage/Av : Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation*, n° 3/1994, p. 41-54, ici p. 45.

[49] Mary-Elizabeth O'Brien, *Nazi Cinema as an Enchantment*, *op. cit.*, voir notamment p. 10.

[50] Voir les remarques sur l'impuissance du cinéma purement propagandiste à attirer le public in Jérôme Bimbenet, « Le cinéma de propagande nazie », *op. cit.*, p. 143.

[51] Cf. Sébastien Roffat, *Animation et propagande*, *op. cit.*

[52] Cf. Stig Hornshøj-Møller, *Der ewige Jude Hilfsmittel für Lehrer*, article accessible sur internet : <http://www.holocaust-history.org/der-ewige-jude/teaching-material.shtml>. Pour une présentation plus approfondie, du

indirecte de l'idéologie : on voit que loin d'être « dérisoire », « le dessin animé [...] a donc tout à fait sa place dans un dispositif de propagande [...] L'humour est une autre façon de marteler le message. Et le dessin animé, parce qu'il agresse moins frontalement le spectateur que les actualités cinématographiques [...] est un instrument utile⁵³. »

Comme dans les caricatures et petites bandes dessinées étudiées par Anne-Marie Matard-Bonucci, on peut même sans doute aller jusqu'à affirmer que « l'association de l'antisémitisme à des pratiques de divertissement contribua au processus de négation de l'identité singulière des Juifs et de leur humanité⁵⁴. » Car ces productions animées, souvent empreintes d'humour, sont le lieu d'une extrême banalisation du processus d'extermination de l'Autre. Certes, on trouve aussi dans *Jud Süß* le principe d'élimination du fauteur de trouble juif comme condition du retour à l'harmonie de la communauté. Mais dans la majeure partie des films et documentaires antisémites « réalistes », l'appel au meurtre est implicite : « l'écran ne montre pas les pogroms, les autodafés, les déportations, le travail forcé, les camps de concentration. [...] Les horreurs et le meurtre sont tout simplement passés sous silence⁵⁵. » Dans le dessin animé en revanche, le régime se permet de montrer – sur un mode métaphorique et symbolique – ce que l'on n'ose pas faire apparaître dans les autres images filmiques⁵⁶ : l'animal maléfique ouvertement associé au Juif est finalement éradiqué de la manière la plus brutale (par les bombes ou le fusil) au profit d'une communauté soudée par l'épreuve. L'humour, la couleur et la transposition dans un monde imaginaire peuplé d'animaux permettent donc de donner à voir à l'écran le passage à l'acte ; la violence est euphémisée et légitimée par le *happy end*, la zoomorphisation contribue à surmonter le tabou de la mort donnée puisque l'Autre est rejeté du côté du non-humain⁵⁷. À cet égard, les stratégies à l'œuvre dans les différentes formes de dessins animés excèdent la dimension de simple « maintien du système » pour s'apparenter à des outils de préparation mentale du génocide.

même auteur : *Der ewige Jude. Quellenkritische Analyse eines antisemitischen Propagandafilms*, Göttingen, Institut für den wissenschaftlichen Film, 1995.

[53] Cf. Christian Delporte, « Nimbus contre Mickey », *op. cit.*, p. 219-220.

[54] Marie-Anne Matard-Bonucci, « L'image, figure majeure du discours antisémite ? », *op. cit.*, p. 34.

[55] Hilmar Hoffmann, *Und die Fahne führt uns zur Ewigkeit*, *op. cit.*, p. 124.

[56] Marie-Anne Matard-Bonucci, « L'image, figure majeure du discours antisémite ? », *op. cit.*, p. 36, note de la même manière que le dessin de presse a souvent franchi des limites de violence et de haine rarement dépassées par les textes relevant de « l'antisémitisme de plume ».

[57] L'animalisation est un phénomène classique que l'on retrouve dans la propagande d'autres pays, car pour qu'un homme puisse surmonter l'inhibition de tuer des membres de son espèce, il faut mettre en œuvre des stratégies permettant de transformer l'homicide en violence légitime, cf. Heinrich von Stietencron, Jörg Rüpké (dir.), *Töten im Krieg*, Institut für historische Anthropologie, vol. 6, Fribourg, Munich, Alber, 1995.