

Des images pour enrôler

ISABELLE GUSSE, *L'Armée vous parle : communication et propagande gouvernementales*, Montréal, PUM, 2013, 296 pages

Martin Blais

Volume 8, Number 2, Spring 2014

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/71326ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Ligue d'action nationale

ISSN

1911-9372 (print)

1929-5561 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this review

Blais, M. (2014). Review of [Des images pour enrôler / ISABELLE GUSSE, *L'Armée vous parle : communication et propagande gouvernementales*, Montréal, PUM, 2013, 296 pages]. *Les Cahiers de lecture de L'Action nationale*, 8(2), 31–32.



DES IMAGES POUR ENRÔLER

Martin Blais

Professeur agrégé, communications sociales, Université Saint-Paul

ISABELLE GUSSE

L'ARMÉE VOUS PARLE : COMMUNICATION ET PROPAGANDE GOUVERNEMENTALES

Montréal, PUM, 2013, 296 pages

C'est presque obligé : lorsque l'on associe armée et propagande, un scénario conceptuel se met en branle dans notre esprit. On imagine un effort de communication entièrement tourné vers la guerre et dont la teneur est faite d'exaltation du patriotisme et de détestation de l'adversaire tout en comportant un usage systématique du mensonge. Un des très grands mérites du livre d'Isabelle Gusse est de montrer que cette représentation toute faite, sans être nécessairement fautive, n'est guère adéquate lorsqu'il s'agit de rendre compte de la communication régulière d'une armée occidentale contemporaine.

Gusse, professeure à l'UQAM, s'est donc intéressé à l'effort de communication qu'ont consenti l'armée et le gouvernement du Canada pour soutenir les campagnes de recrutement ainsi que pour faire accepter par la population l'accroissement de la présence de l'armée dans la vie publique. L'auteure suppose d'entrée de jeu que les succès observés ne sont pas le fruit du hasard, mais plutôt la conséquence d'un dispositif et d'une pratique de communication bien déployés ; c'est dans ce contexte qu'elle parle de propagande. On aura compris qu'elle oppose un usage analytique du terme à un usage strictement dépréciateur visant à qualifier négativement un certain discours public.

Traiter de propagande gouvernementale en termes analytiques consiste, selon elle, à considérer un effort conscient et coordonné qui met en place des pratiques discursives précises et un vaste appareil de diffusion, le tout étant soutenu par d'amples ressources. Aussi bien le dire de suite, la démarche analytique de Gusse est très étroitement liée aux travaux classiques sur la propagande de Jacques Ellul, ce singulier intellectuel français dont l'ouvrage sur le sujet a fait date. Or, pour ce dernier, en contexte moderne et techniciste, la propagande gouvernementale n'est aucunement une anomalie : c'est plutôt une réalité quasi inévitable à partir du moment où les gouvernements en ont à la fois les moyens, le savoir-faire et l'intérêt. L'inévitabilité de la propagande tient aussi à certaines caractéristiques fondamentales de la société moderne telles l'omniprésence de la technique, la massivité individualiste de la socialité et la grande concentration des médias de communication.

Gusse décrit l'appareil de propagande de l'armée canadienne et l'évolution de son financement, notamment depuis l'arrivée au pouvoir des conservateurs. Mais ce à quoi elle consacre le plus gros de son travail, c'est l'étude du discours développé par l'armée pour attirer des recrues. Et c'est surtout sur ce point qu'elle a recours à Ellul. Ce qu'elle avance pour l'essentiel peut être résumé ainsi : si l'effort de recrutement de l'armée a porté ses fruits, c'est parce qu'on y a mis les moyens et, surtout, parce qu'on a su parler aux futures recrues par l'usage des mythes.

Ce discours représente les militaires en des termes individualistes et en fait des professionnels presque normaux qui agissent en fonction de motivation de professionnels. [Il] comporte plusieurs non-dits. En l'occurrence : la véritable nature des opérations de déploiement (le combat), leurs véritables impacts sur les populations locales, leurs impacts à court et long termes sur les militaires.

Qu'est-ce alors qu'un mythe dans ce contexte ? Il s'agit de valeurs et de croyances préexistantes au sein du public à qui on s'adresse et qui sont spontanément tenues pour acceptables par lui. Il existerait deux types de mythes, soit quelques mythes centraux partagés par une vaste majorité des populations occidentales (celui du progrès de l'humanité par la technique et celui du progrès historique de l'humanité par le développement de la raison) et d'innombrables mythes secondaires dont la portée est plus limitée et concerne surtout le public ciblé (des exemples : le mythe de la formation idéale, le mythe de la fraternité, le mythe de la vie active, etc.). On aura compris que pour Gusse, un discours efficace porte un contenu développé autour d'un des quelques mythes fondamentaux de la modernité occidentale auquel on associe une foule de mythes secondaires choisis en fonction des caractéristiques du public ciblé.

J'avoue que j'ai terminé ma lecture du livre en ayant en tête de très nombreuses interrogations concernant ce schéma théorique. Gusse tient pour acquis la pertinence de la contribution – certes classique – d'Ellul à la théorie de la propagande (au sujet duquel elle ne précise finalement pas beaucoup) bien qu'elle ait fait l'objet de nombreuses discussions. L'auteure affirme l'importance des mythes pour ce qui est des effets de la



propagande sans bien expliciter ce dont il s'agit. Elle ne dit pas pourquoi les grands mythes fondateurs ont une efficacité à ce point massive ; elle ne développe pas davantage sur le statut des mythes secondaires dans un schéma causal qui leur attribue beaucoup de place. Gusse ne développe pas très finement non plus l'affirmation, très ancienne, selon laquelle la modernité favorise le travail de la propagande. Le gros de son travail est plutôt descriptif : il est consacré à l'analyse de contenu d'un vaste échantillonnage de vidéos et de publicités de l'armée dont il est supposé qu'elles sont destinées à des auditoires jeunes à des fins de recrutement. Je laisse aux spécialistes universitaires de la communication politique le soin d'évaluer la méthodologie, mais il me semble qu'il y a là une évidence : on voit très clairement que l'armée ne communique pas très différemment de l'État moderne et qu'elle ne parle guère en des termes bellicistes. Son discours, tel qu'il apparaît dans le matériel audiovisuel étudié, est plutôt axé, dans sa structure fondamentale, sur la contribution au progrès de l'humanité ; s'agissant des mythes secondaires, l'armée semble avoir choisi de s'adresser à des publics ciblés en proposant d'innombrables manières des possibilités de carrières épanouissantes. Ce discours représente les militaires en des termes individualistes, et en fait des professionnels presque normaux qui agissent en fonction de motivation de professionnels. Gusse met par ailleurs bien en évidence que le discours propagandiste de l'armée, comme du reste tout discours de cette nature, comporte plusieurs non-dits. En l'occurrence : la véritable nature des opérations de déploiement (le combat), leurs véritables impacts sur les populations locales, leurs impacts à court et long termes sur les militaires.

Toutefois, redisons-le, Gusse va plus loin et s'intéresse à l'aspect praxéologique de la communication sociale : elle affirme l'efficacité du discours et du dispositif propagandiste de l'armée. Bien des individus se sont faits recrues parce qu'ils ont été

VOIR ENRÔLER...

suite à la page 32

IMAGES...

suite de la page 30

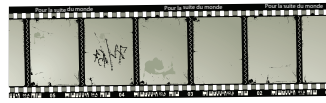


québécois les ont montrés; quand ils l'ont été, ce fut en des termes passablement caricaturaux; les bons documentaires qui leur ont été consacrés (ceux de Perreault et de Lamothe) n'ont aucunement marqué notre imaginaire; il est arrivé qu'on fasse appel à des acteurs blancs pour interpréter les rôles d'Indiens dans un film (*Le Festin des morts*) où ils étaient pourtant au cœur du récit; le premier bon film à leur sujet (*Robe noire* a été tourné par des cinéastes venus d'ailleurs. Et Bouchard de déclarer qu'il attend toujours la venue de ces films à faire.

L'un dans l'autre, je ne boudrai pas mon plaisir. J'ai mis l'album dans une pile de livres d'arts à côté de mon lit: je me promets d'en regarder les images pour faire fonctionner la mémoire de l'adolescent que j'étais et qui a vu *Mon oncle Antoine*, *Les Ordres*, *J.A. Martin*, *Bar Salon*... Et je me promets d'aller visionner les films qui les ont précédés dans les années 1950 et 1960. ❖

ENRÔLER...

suite de la page 31



convaincus de le devenir par un discours omniprésent, évident et apparemment rationnel, et ce, même s'il s'agissait d'opter pour un métier singulier où l'on risque sa vie et où l'on est souvent amené à tuer. La démonstration se déploie *grosso modo* comme suit: 1) on décrit le discours de l'armée en mettant en évidence l'omniprésence des mythes; 2) on documente l'ampleur de l'appareil de communication de l'armée et l'abondance des moyens et des ressources qu'on y trouve; 3) on développe l'affirmation selon laquelle la société canadienne porte elle aussi les principales caractéristiques qui favorisent l'efficacité de la propagande.

Tout cela constitue un schéma très intéressant et relativement plausible, mais la démonstration doit être complétée. Premièrement, on trouve trop de suppositions dans cette analyse. Qu'est-ce qui permet d'affirmer que les humains

sont particulièrement sensibles au discours qui fonctionne au mythe (dans le sens entendu ici)? Qu'est-ce qui permet de conclure avec assez de certitude que la modernité techniciste offre des conditions plus favorables au discours propagandiste que d'autres types de société, même si cela nous est redit depuis la fin du XIX^e siècle? Deuxièmement, la relation discours-recrue posée par Gusse ne va pas de soi. Une objection, qui m'a été donné d'entendre à ce propos, est que les vidéos dont on a fait l'analyse n'étaient pas vraiment destinés aux futures recrues (qui de toute manière n'utiliseraient plus les canaux médiatiques traditionnels de diffusion), mais au public canadien en général à qui l'on a proposé des changements majeurs en matière de défense nationale et de politique étrangère. Autre objection que l'on peut formuler: l'analyse ne peut établir en quoi la propagande est un facteur décisif, ni pourquoi on doit exclure d'autres facteurs favorisant l'engagement dans l'armée par exemple le poids des carrières des parents sur les choix des enfants. Enfin, l'analyse n'apporte pas beaucoup d'information sur les recrues elles-mêmes et tout ce qui a entouré leur décision. Le livre ne fait pas état d'entrevues, de questionnaires, etc. pour vérifier l'effet présumé. Peu importe alors que l'on travaille à la manière de la psychologie sociale ou des sciences sociales qualitatives, on se doit d'investiguer de ce côté.

Ce livre d'Isabelle Gusse bouscule certaines habitudes. Spontanément, quand il est question d'armée et de propagande, nous ne voyons qu'un vaste effort de communication fait de haine et de manipulation mensongère. Cette vision n'est pas entièrement fautive. Souvenons-nous du grand classique d'Arthur Ponsonby, *Falsehood in War-Time*, publié après la Première Guerre mondiale, dont Anne Morelli a montré la pertinence contemporaine (dans *Principes élémentaires de la propagande*, elle a fait valoir que ces règles ont été amplement suivies par le gouvernement américain lors de la première guerre du Golfe). Toutefois, cette vision ne peut rendre compte des pratiques de communication des armées occidentales en temps de paix. L'étude d'Isabelle Gusse a comblé ce manque et bien montré que le discours actuel de l'armée du Canada est tout autre. Voilà qui fait voir autrement la propagande militaire! Je ne crois pas que l'auteure ait eu les moyens de ses ambitions pour ce qui est de démontrer l'efficacité de la propagande militaire à des fins de recrutement, mais il y a là les bases d'un programme de recherche prometteur. ❖

22

REVUES CULTURELLES QUÉBÉCOISES
MAINTENANT OFFERTES

EN VERSION NUMÉRIQUE!

ARTS VISUELS | CIEL VARIABLE | ESPACE | ESSE | ETC | INTER | CINÉMA | 24 IMAGES | CINÉ-BULLES | SÉQUENCES | CRÉATION LITTÉRAIRE
BRÈVES LITTÉRAIRES | MŒBIUS | XYZ, LA REVUE DE LA NOUVELLE CULTURE ET SOCIÉTÉ | QUÉBEC FRANÇAIS | RELATIONS | HISTOIRE ET PATRIMOINE
CAP-AUX-DIAMANTS | CONTINUITÉ | HISTOIRE QUÉBEC | LITTÉRATURE | LES CAHIERS DE LECTURE | LETTRES QUÉBÉCOISES | LURELU |
NUIT BLANCHE | SPIRALE | THÉÂTRE ET MUSIQUE | JEU REVUE DE THÉÂTRE

Plusieurs revues culturelles québécoises ont fait leur entrée dans L'Entrepôt du livre numérique de l'Association nationale des éditeurs de livres (ANEL). Visitez la section *Revues culturelles numériques* de la Vitrine de l'Entrepôt www.vitrine.entrepotnumerique.com pour feuilleter les revues en ligne et acheter les numéros qui vous intéressent.

sodep
Société de développement
des périodiques
culturels québécois