

## > NOTES DE RECHERCHE

SÉBASTIEN DENIS

Sciences, arts et techniques de l'image et du son  
Université de Provence-Aix-Marseille 1  
sebastiendenis@free.fr

### LA DIFFUSION DES DOCUMENTAIRES SUR L'ALGÉRIE COLONIALE EN FRANCE MÉTROPOLITAINE (1945-1962)

**Résumé.** — La diffusion et la réception des films de propagande restent méconnues, car en grande partie non documentées. Dans le cas de l'Algérie coloniale, comme dans d'autres temps historiques déterminés, se pose le problème de la logique de diffusion de ces films dans le corps social, en France et en Algérie. Pour les projections en métropole – analysées ici – si un public restreint a bénéficié de projections non commerciales, il ressort qu'à ces documentaires de propagande sur l'Algérie, le « grand public » a préféré des longs métrages de fiction des années 30, déjà anciens et véhiculant des clichés sur l'Algérie coloniale. D'autre part, dans un contexte de guerre non déclarée, l'armée a choisi de montrer aux spectateurs métropolitains des documentaires militaires généraux, fuyant les références au conflit colonial en cours.

**Mots clés.** — Cinéma documentaire, cinéma militaire, propagande coloniale, Algérie française, production, diffusion, réception.

Les Quatrième et Cinquième Républiques, qui mettent en avant la nécessité (renouvelée jusqu'en 1959) de conserver l'Algérie dans le giron de la France, forment un cadre historique dans lequel la propagande filmée s'est largement développée – jusqu'à sa transformation en « information » et en « relations publiques » au tournant des années 60 (Ollivier-Yaniv, 2000). Bien entendu, dans l'histoire tourmentée de la France après 1945, l'Algérie tient une place de premier ordre, et les films que l'on peut voir aujourd'hui sur la fin de l'Algérie coloniale – conservés dans divers fonds d'archives<sup>1</sup> – sont, en tant que corpus même (près de 300 films civils et de nombreux films militaires<sup>2</sup>), une forme de preuve de l'« efficacité » supposée de la propagande<sup>3</sup>. Pourtant, cette masse cohérente (dont seule une partie a été conservée) fait écran. Sans revenir sur l'ensemble des éléments découverts à l'occasion d'une recherche sur le cinéma « algérien » de la France (Denis, 2004a), je m'appliquerai ici à envisager la difficile diffusion de la propagande cinématographique d'État sur l'Algérie en France métropolitaine.

Depuis une quinzaine d'années, les théories de la réception ont connu un développement dans le domaine de la télévision, notamment parce que les études d'opinion ont permis d'effectuer des mesures sur les téléspectateurs (Hermès, 1993). En ce qui concerne le cinéma, les analyses sur la réception, par le biais de la *Revue de filmologie*, puis des travaux de Christian Metz, ainsi que les recherches plus récentes (Mayne, 1993 ; Jancovich, Faire, 2003), ont essentiellement concerné la production hollywoodienne ou britannique ; toutefois, un courant de recherche continue à s'intéresser aux films français (Réseaux, 2000) ou au cinéma en France (Montebello, 2005). Pourtant, la réception du film documentaire, et plus encore du film de propagande, reste peu analysée et se limite à des expériences menées durant la Seconde Guerre mondiale (Austin, 1983). Roger Odin (2005 : 70) évoque la difficulté pour le spectateur/« énonciataire » de construire, contrairement à la fiction, un énonciateur « réel » : « Voir un film sur le mode documentaristant, c'est construire un énonciateur qu'on considère comme appartenant au même monde que nous (un énonciateur réel) et donc un énonciateur qui s'adresse à nous en tant que personnes réelles. Assurément, ce positionnement est beaucoup moins sécurisant que le positionnement fictionnalisant ». Par

<sup>1</sup> Pour les images militaires, il s'agit de l'Établissement de conception et de production audiovisuelle de la Défense (ECPAD) ; pour les images civiles, les Archives françaises du film (AFF/CNC), le Centre des archives d'outre-mer (CAOM) des Archives nationales (AN), ou encore la Cinémathèque de la Ville de Paris.

<sup>2</sup> Sur la thématique algérienne et sur ces années, on a recensé plus de 270 courts métrages civils, dont une centaine visibles aux AFF ou au CAOM, et une cinquantaine de courts métrages militaires, visibles à l'ECPAD.

<sup>3</sup> Le terme de propagande est ici employé dans son sens classique de diffusion d'une idée politique tel que développé par H. Laswell (1927) et après lui J. Ellul (1962).

ailleurs, pour Pierre Baudry (1994), en documentaire il existe deux destinataires : l'un pour le cinéaste, l'autre pour les personnes filmées, ce qui rend les choses complexes dans le cadre colonial.

Les études sur la réception des films de cinéma insistent en grande partie sur la culture des spectateurs, celle-ci jouant un rôle déterminant dans l'acceptation ou le rejet d'une forme artistique ou d'une thématique (Jullier, 2002). Christian Metz a insisté sur le fait que les structures individuelles et sociales « moulent » le spectateur et modifient sa perception du film. Chaque type de film entraîne donc *a priori* un type de spectateur afin d'obtenir un succès auprès d'un public déterminé. Comme le note Francesco Casetti (1990 : 11), « le film, avant même d'être vu, se *donne à voir*. Par le fait même d'apparaître sur l'écran, il présuppose l'existence de quelqu'un vers qui se tourner et en détermine certaines caractéristiques ; en se présentant, le film construit un interlocuteur idéal à qui il demande collaboration et disponibilité ». D'ailleurs, Garth Jowett et James Linton rappellent, en s'appuyant sur les travaux de Herbert Gans (1957) et de Denis McQuail (1969), que dans toute image de communication, le créateur se doit de penser en fonction de l'audience qu'il cherche à intéresser : « L'audience potentielle d'un film, bien que composée d'individus uniques, constitue des "publics" variés, dont chacun est un agrégat de personnes cherchant les mêmes satisfactions dans le film. Le réalisateur doit trier ces différents groupes et créer une « image de l'audience » spécifique pour chaque film. [...] Il y a peu de possibilités de vérifier la nature et la composition des publics, quel que soit le film. De ce fait, les nombreuses impressions qui constituent l'« image de l'audience » sont souvent contradictoires et parfois même imaginaires » (Jowett, Linton, 1989 : 30).

De plus, connaître le public d'un film de propagande n'est pas aussi aisé que de consulter les chiffres de fréquentation d'un film commercial, sauf dans le cas de films ayant justement connu une sortie en « avant-programme » d'un « grand film » pour lequel ces informations sont disponibles. Dans l'Algérie coloniale, au moins trois types de spectateurs peuvent être définis : musulmans citadins, musulmans ruraux, et Européens<sup>4</sup>. Au même moment, en France métropolitaine, différents publics existent aussi, mais il est difficile de définir des spectateurs-types pour les projections de courts métrages « documentaires ». Seules les actualités pouvaient être vues par tout le monde, et il faut donc noter l'importance prise, tout comme en Algérie, par les projections non commerciales. Si, comme le note Roger Odin (1990), il faut prendre en compte les « usages du cinéma » et « tenir compte de ce qui se passe dans l'espace social » pour définir les éléments constitutifs du « champ cinématographique », la situation du cinéma « algérien » de la France et de ses publics éventuels est particulièrement complexe.

---

<sup>4</sup> Le cas de l'Algérie ne peut être développé ici et fera l'objet d'une autre contribution.

En plus de la question des publics se pose celle de la terminologie à employer pour définir ces films. Le terme de propagande s'adapte bien au développement d'une idéologie politique, elle-même changeante, visant à conserver l'Algérie française jusqu'en 1959, puis à préparer la relation future avec l'Algérie indépendante entre 1959 et 1962. Or, ces films de propagande prennent la forme, très largement employée dans les années couvrant la guerre d'Algérie, du « court métrage documentaire ». Ici, seront donc utilisés, de manière équivalente, les termes de documentaire ou de film de propagande, les deux ayant un sens égal dans le cadre colonial de production qui a rendu possibles ces films.

L'intérêt de la production documentaire est qu'elle évolue en fonction des développements historiques de l'Algérie, avant et pendant la guerre. De fait, on passe d'une propagande ouverte, fondée sur les présupposés du cinéma colonial des années 30 et de l'action psychologique développée par l'armée et le gouvernement général de l'Algérie (GGA), à une propagande maquillée en « information » à partir de l'arrivée au pouvoir du général de Gaulle. Toutefois, il s'agit davantage d'une impression de révolution, dans le sens où la logique politique que met en avant ce cinéma répond aux discours du général de Gaulle sur le futur de l'Algérie. Cette dernière, en acquérant son indépendance, devra aussi se tourner vers la France dans une logique postcoloniale fort ambiguë. Si les films parlent plus positivement des musulmans et qu'ils excluent l'idéologie de l'Algérie française, ils n'en restent pas moins des films de propagande s'adressant à un public nouveau, bien plus large, sur un mode détaché et « objectif ». Mais encore faut-il que les films atteignent leur public.

## La non-diffusion des documentaires civils en métropole

Produire des courts métrages documentaires est financièrement intéressant pour les producteurs à partir du moment où ils touchent un pourcentage sur le prix des places ainsi que des aides spécifiques de la part de l'État, par le biais du CNC en France ou du GGA en l'Algérie. À partir de 1953, la loi d'aide (qui favorise les producteurs) est supprimée et la production devient plus difficile. Il faut noter que, sur environ 270 courts métrages traitant de l'Algérie, la moitié sont produits entre 1947 et 1952, et l'autre entre 1958 et 1962. Durant les années 1953 à 1957, la production « algérienne » est presque nulle, d'abord à cause du manque de financement, et à partir de 1954-1955, à cause de la prise en charge du cinéma d'État par le Service cinématographique des armées.

Toutefois, on peut noter que la plupart des films produits avant 1954 n'ont jamais connu une sortie en salles, alors même qu'il aurait été de l'intérêt de tous qu'ils soient vus d'un large public, notamment en métropole. Ceci met en défaut une première fois le « système » de production des films sur l'Algérie et, plus globalement, sur l'Afrique du Nord. En effet, ces films, et en particulier ceux produits partiellement ou totalement par l'État, et titulaires du visa, ne trouvent pas toujours le chemin des salles, comme le prouve cette lettre écrite par le secrétaire général des Actualités françaises, société d'État, à un membre du Conseil d'État alors que la guerre d'Algérie a commencé un an plus tôt : « Je vous adresse ci-joint la liste des documentaires concernant l'AFN produits par notre société au cours des dix dernières années. Ainsi que je vous l'avais indiqué, la plupart de ces films ont été réalisés à la demande des Gouvernements Généraux d'AFN avec l'aide de nos reporters établis en permanence dans les trois gouvernements ; notre rédacteur en chef, Philippe Este, ayant effectué de nombreux déplacements en AFN lors des prises de vues. Une grande partie de ces documentaires, comme d'ailleurs tout le laissait prévoir au départ, n'a pas eu d'exploitation commerciale, les distributeurs français n'ayant guère d'engouement pour le genre des sujets traités. Si dans ce véritable festival nord-africain certains films étaient susceptibles de vous intéresser, il serait facile d'organiser une vision »<sup>5</sup>.

Ce courrier est important pour comprendre l'impasse relative de la propagande sur l'Algérie, car il révèle l'état d'esprit des distributeurs et des spectateurs métropolitains vis-à-vis de la production étatique sur l'Afrique du Nord, voire tout simplement du sujet même de ces films. Pour ce spécialiste des actualités cinématographiques, il ne fait pas de doute que « tout laissait prévoir au départ » un échec commercial, et donc une production en pure perte. Suit la liste des courts métrages (actualités exclues) produits par les Actualités françaises sur cette thématique. Au total, entre 1945 et 1955, 27 films voient le jour, dont 13 relatifs à l'Algérie, 8 à la Tunisie et 6 au Maroc. Or, sur cet ensemble, 9 films connaissent une exploitation commerciale, soit seulement un tiers. Produire des films n'est donc pas rentable.

En dehors des Actualités françaises, les autres firmes privées connaissent les mêmes déboires. Au vu du peu de contrats générés par ces films au niveau du Registre public de la cinématographie et de l'audiovisuel (CNC, Paris) – durant cette période pour la France métropolitaine –, on peut supposer que ces films n'étaient pas rentables. En effet, le RPCA

---

<sup>5</sup> AN, F41 2154, 24 nov. 1955, Lettre de F. Heliard, secrétaire général des Actualités françaises, à M. Holleaux, maître de requêtes au Conseil d'État et futur directeur général du CNC (1965-1969).

est un bon outil permettant de déterminer l'exploitation d'un film en salles, puisque les contrats de distribution et de cession de droits y sont théoriquement consignés afin de conférer à ces échanges économiques une valeur légale et une reconnaissance par la profession. De ce fait, même si les contre-exemples existent, il est peu probable qu'un film ait été distribué, tout du moins en France métropolitaine, sans que le producteur fasse mention de la cession de droits au distributeur. De *facto*, l'absence de contrats de distribution, signe d'une absence de diffusion payante en salles, entraîne donc la probabilité d'une aide publique importante à la production privée, sans quoi ces films n'auraient tout simplement pas été produits.

Face à ce constat, on peut avancer deux sources de financement public pour ces films en apparence privés. D'une part, le GGA semble être le producteur direct ou indirect de la plupart des courts métrages réalisés par des maisons de production et des réalisateurs métropolitains en Algérie<sup>6</sup>. D'ailleurs, ce sont le plus souvent les producteurs qui, conscients de l'intérêt d'un financement public qui n'apparaît pas forcément toujours à l'écran, viennent démarcher le service cinématographique du GGA et de son successeur, la délégation générale du gouvernement en Algérie (DGA). Les producteurs proposent donc des scénarios, le gouvernement général décidant ou non de donner suite. Ce système de production reste local jusqu'en 1955 et, dans une moindre mesure, jusqu'en 1962. D'autre part, alors que la guerre d'Algérie commence, et surtout à partir de 1958, l'État français prend en compte la nécessité de produire directement, par le secrétariat général au Affaires algériennes et le ministère d'État aux Affaires algériennes (par le biais du CNC), et non plus seulement par l'intermédiaire d'Alger, des films pour illustrer la politique algérienne de la France dans un contexte radicalement nouveau entre les deux côtés de la Méditerranée. Donner à voir la pensée de l'État, contre celle des « Européens d'Algérie » ou des militaires, devient important quand le général de Gaulle décide de mieux contrôler l'image de ce qu'on appelle encore les « événements ».

Entre 1955 et 1958, le SCA produit des films, dont certains seulement connaîtront une sortie en salles, comme on le verra plus loin. Toutefois, après l'arrivée du général de Gaulle au pouvoir, on note la volonté de briser l'action psychologique qui s'est développée en France comme en Algérie à la faveur de la guerre. Ce sont donc des cinéastes civils qui reprennent en main et sur de nouvelles bases, la production des films sur

---

<sup>6</sup> Sur ce point, les archives du GGA au CAOM étaient pauvres, jusqu'à l'ouverture très récente du fonds du ministère des Affaires algériennes. Cette recherche doit donc être poursuivie.

l'Algérie à partir de 1958<sup>7</sup> puisque le temps est venu des « relations publiques ». Après tout, la guerre en Algérie, la position française, ou encore le pétrole du Sahara, sont des produits comme les autres... Dès lors, le film documentaire de propagande se transmue rapidement en « film d'information », et les grands producteurs de films institutionnels font leur publicité dans les pages des revues spécialisées. Jacques Flaud, alors directeur général du CNC, prône en 1959 le développement de cette cinématographie institutionnelle dans laquelle l'État a sa part d'intérêt : « Il ne manque pas en effet de sujets intéressants, dans la vie des entreprises ou des collectivités, et il appartient aussi au cinéma de faire découvrir l'actualité économique, technique, industrielle, sociologique, aux spectateurs français. Ce "devoir d'informer" que se reconnaissent ensemble l'entreprise privée, les collectivités publiques, l'État, la presse, la radio et la télévision, est aussi le devoir du cinéma. Il y a là un champ d'action intéressant à explorer » – même si, par ailleurs, ce secteur connaît des problèmes de distribution dans les salles commerciales, puisque, comme l'indique le titre même de l'article de Jacques Flaud, « le plus grave problème du cinéma est celui de la distribution »<sup>8</sup>.

Or, cette phrase a plus d'importance qu'on ne le pense, car si une entreprise peut à bon compte produire des films qui ne serviront qu'à ses « relations publiques », quel est en revanche l'intérêt pour l'État de produire des films qui ne seront vus par personne ? Sans doute se trouve-t-on là devant le problème central de la propagande politique en France : l'État produit des films sans vraiment définir de « publics cibles », donc le plus souvent en vain. En effet, comme on l'a vu dans la citation liée à la non-diffusion des courts métrages des Actualités françaises, le marché n'était pas prêt à accueillir une si grande proportion de films sur l'Algérie, car un film parlant de l'Algérie était, avant 1954, considéré comme un film exotique, et durant la guerre d'Algérie, perçu comme un film de propagande.

La qualité formelle de ces films entre potentiellement en jeu dans leur réception, mais le chercheur ne bénéficie que de fort peu d'éléments pour déterminer la validité de la propagande en termes formels. Tout juste peut-on mettre en avant la qualité relativement médiocre de la

---

<sup>7</sup> Les militaires conservent la production des actualités militaires et des films d'instruction. Deux autres films de propagande lourde seront produits en 1958 et 1960, mais ils ne seront pas diffusés.

<sup>8</sup> J. Flaud, « Le plus grave problème du cinéma est celui de la distribution », *Relations Publiques Actualités*, 33-34, 1<sup>er</sup> août 1959, p. 409. Rappelons-le, ce problème est généré par la loi de 1953, qui ne rend plus obligatoire la diffusion des courts métrages d'avant-programme.

propagande, en cela qu'elle n'a pas réellement mis en œuvre une grammaire de l'image puissante, hormis peut-être dans quelques films touristiques aux cadrages étudiés<sup>9</sup> ou encore quelques films sur l'agriculture, utilisant une rhétorique directement issue de la propagande soviétique<sup>10</sup>. Les documentaires de propagande ne prennent que très rarement en compte l'importance du cadre, du son, de la photographie, du jeu des figurants, etc., alors que le spectateur moyen est habitué, à cette période, à la perfection technique (c'est alors la haute époque d'un cinéma de studio et de stars) et à la mécanique huilée de la narration (c'est l'apogée d'un cinéma de scénaristes).

On peut envisager une raison éventuelle à cette piètre qualité : un public métropolitain mal défini – comme évoqué précédemment – l'a dit, et aussi un public souvent algérien, pour lequel les producteurs se donnent peu de mal. Sur ce point, le témoignage d'un colonel issu de la « coloniale » et recyclé dans la production cinématographique en Tunisie est des plus instructifs sur le cinéma nord-africain de la France, qui semble bien maladroit dans sa politique des images. Juste avant novembre 1954, le colonel Roger Niel<sup>11</sup> met en avant avec acuité la difficulté relative à faire la part des thèmes traités dans la production nord-africaine : « On n'a jamais, d'ailleurs, distingué avec précision si les producteurs voulaient réaliser des oeuvres destinées au public arabe, donc adaptées à ses goûts, ou des films traduisant au public européen les moeurs, les sites et le pittoresque musulman. Les auteurs de ces tentatives sont toujours restés dans une position incertaine et équivoque, entre deux genres différents, ce qui est la pire des choses en matière d'art »<sup>12</sup>.

Les thématiques mêmes du documentaire colonial, centrées sur le cliché pittoresque, et/ou sur la grandeur de l'action française envers les « indigènes » et la nécessaire interrelation entre la France et l'Algérie (du fait de la forte communauté « européenne », mais aussi de l'économie...) sont alors largement issues de la politique coloniale de la Troisième République ; de ce fait, peut-être les spectateurs sont-ils simplement lassés par la propagande directe, alors qu'ils n'ont jamais

<sup>9</sup> Par exemple, on pense à *Cesarée*, J.-C. Huisman, prod. J.-K. Raymond-Millet-GGA, 1949 ; *Chercheurs d'eau*, P. Este, prod. Actualités françaises-GGA, 1953, ou *Fantasia du sud*, C. Fasquelle, prod. Francofilm-GGA, 1948.

<sup>10</sup> *Fermes d'Algérie*, G. Crozes, prod. G. Derocles et Cie-GGA, 1952, ou *Veillez au grain*, J.-C. Carlus, prod. GGA, 1953, en sont des exemples.

<sup>11</sup> R. Niel est un colonel retraité qui a travaillé au sein des Studios Africa de G. Derocles, en Tunisie puis en Algérie.

<sup>12</sup> R. Niel, « Les valeurs et les possibilités cinématographiques de l'Afrique du Nord », tiré à part du *Bulletin de la Confédération générale du commerce et de l'industrie de Tunisie*, 54, avr. 1954, p. 15.



boudé les films de fiction coloniaux, bien au contraire on va le voir. Or, comme le notait déjà Pol Quentin dans son livre sur *La propagande politique, une technique nouvelle* (1943 : 88-89) : « Combien avons-nous vu de films dits de propagande ne pas obtenir le succès que l'idée qu'ils développaient aurait pu avoir, quand ils se présentent sous une forme de plaidoyer documentaire ! Immédiatement, ils heurtent de front le public à convaincre et opèrent avec lui comme devant un public déjà convaincu et désireux de s'instruire davantage. Si excellents qu'ils soient du point de vue documentaire, ils sont inexistantes du point de vue persuasif. S'ils avaient été donnés sous une forme différente, si leur scénario avait raconté une histoire se suffisant à elle-même, et que l'action qu'il s'agissait de faire publiquement blâmer, ou louer, fût intervenue comme secondaire et accidentelle, ils auraient infiniment mieux atteint le but qu'ils se proposaient. [...] Si la technique du film de Propagande était à la hauteur de ses réalisations commerciales, voire artistiques, on arriverait à des messages auxquels on est loin de s'attendre à l'heure actuelle ».

## La diffusion des fictions coloniales

Pour répondre à la préoccupation de Pol Quentin, on peut noter que l'Algérie, par-delà les nombreux documentaires de propagande, n'a pas généré une production de fictions après 1945, alors qu'elle apparaissait régulièrement dans le « genre » colonial des années 30. L'absence de fiction (mis à part *La soif des hommes*, une ode aux « pionniers » du XIX<sup>e</sup> siècle réalisée en 1949 par Serge de Poligny et largement produite grâce au Crédit national<sup>13</sup>) pourrait apparaître aujourd'hui comme le signe d'une désaffection du grand public pour les thématiques coloniales. Pourtant, force est de constater qu'en l'absence de films de fiction récents sur la question, des films plus anciens évoquant l'Algérie coloniale obtiennent un nouveau visa de censure à partir de 1945, et même pendant la guerre d'Algérie. Apparemment anecdotiques<sup>14</sup>, ces productions – datant souvent des années 30 – montrent à quel point la thématique coloniale sur l'Algérie reste vivace. *Bourrasque* de Pierre Billon, sorti en 1935 et renouvelé en 1946 et 1948, l'est encore en 1956 ; à l'appui de sa demande en juin 1955, le producteur Léopold Gomez met d'ailleurs en avant un débouché commercial pour son film : « Nous avons en ce moment une possibilité de l'exploiter en Algérie et en Afrique. Nous sommes d'autre part assurés de faire des locations

---

<sup>13</sup> Pour en savoir plus sur cette institution, qui a permis de produire de nombreux films privés avec l'appui direct de l'État, voir Creton (2004).

<sup>14</sup> M. O'Shaughnessy (2005) évoque des différences notables entre un cinéma colonial de divertissement et un autre de propagande colonialiste directe, et tend à relativiser la portée propagandiste du premier.

intéressantes dans la métropole »<sup>15</sup>. Les comédies et drames classiques prenant l'Algérie comme décor font recette. *Un de la légion* de Christian-Jaque, avec Fernandel (1936), ressorti en 1948, 1949, 1950, 1952, 1953 et 1954, reprend du service en 1955, 1956, 1957, 1958 et 1960 ! *Le roman d'un spahi* d'André Hugon (1936) retrouve les écrans en 1956 et 1957. *Pépé le Moko* de Julien Duvivier (1935), bénéficie d'un nouveau visa en 1958, puis en 1960 et en 1961, après la levée de son interdiction aux moins de 16 ans par le ministère de l'Information en octobre 1958. En février de la même année, le responsable de la censure note que, « sur demande du président, la phrase parlant de la conquête de l'Algérie ne fait l'objet d'aucune observation »<sup>16</sup>. Il est donc possible d'évoquer l'Algérie au cinéma, mais seulement en des termes positifs ne prêtant pas à confusion pour un public plus large. Les autorités continuent d'accréditer la vision coloniale traditionnelle si largement diffusée par le cinéma de divertissement, tandis qu'elles empêchent l'avènement de la politique dans le traitement de la question algérienne. D'ailleurs, *Sergent X* et *Le Sahara brûle* (et dans une certaine mesure *Les Oliviers de la justice* et ses *flashes back*) doivent beaucoup à cette iconographie ancienne – or ce sont les seuls films aidés financièrement par l'État ou matériellement par l'armée pendant la guerre d'Algérie, et qui sortiront sans problèmes de censure.

Témoignant d'une histoire plus proche, et visant à statuer le général de Gaulle après son retour au pouvoir en 1958, *Le Grand rendez-vous* de Jean Dréville (1949), sur l'Algérie de la fin de la Seconde Guerre mondiale, est autorisé à nouveau en 1959 et en 1960. Plus anecdotique, mais intégrant un personnage de jeune homme parti faire son service en Algérie, *Le Boulanger de Valorgue* de Henri Verneuil (1953) bénéficie d'une prolongation de visa en avril 1961 ; et *La soif des hommes* de Serge de Poligny (1949), déjà évoqué, est reconduit en 1957. En effet, comme le justifie le producteur Pierre Gerin, « nous devons encore exécuter des locations pour ce film »<sup>17</sup>. On le voit, si les producteurs se refusent à traiter à chaud le thème de l'Algérie en guerre (la censure étant un cadre fort de coercition), la vision

<sup>15</sup> CNC, Commission de contrôle des œuvres cinématographiques (CCOC), dossier « Bourrasque », L. Gomez (Adria Films), lettre du 3 juin 1955 au directeur général du CNC.

<sup>16</sup> CNC, CCOC, dossier « Pépé le Moko », 19 févr. 1958, Touzery. Sans doute la phrase incriminée est-elle celle relative aux populations « d'avant la conquête » dans l'introduction très « documentaire » sur la Casbah faite par l'inspecteur algérois à son collègue parisien fraîchement débarqué.

<sup>17</sup> CNC, CCOC, dossier « La soif des hommes », P. Gerin (Les productions cinématographiques), lettre du 14 mars 1957 au directeur général du CNC.

républicaine traditionnelle reste rentable pour des films déjà anciens mais évoquant une Algérie coloniale plus conforme au mythe. En Algérie comme en métropole, c'est donc bien le chromo qui l'emporte sur l'actualité. La médiation de la fiction classique permet sans doute de délocaliser la réalité douloureuse de la guerre au profit de l'Afrique du Nord « éternelle » ; l'image de l'Algérie retrouve alors sa dimension patrimoniale.

On l'a dit, les courts métrages « algériens » n'ont que très rarement été projetés en salles. Pourtant, il était de la volonté des institutions de diffuser le plus largement possible ces images afin de montrer sous son meilleur jour l'action française en terre algérienne. Dès lors, l'obtention de visas pour la ressortie des classiques du cinéma colonial apparaît comme un singulier camouflet pour les documentaires de propagande touristique ou politique sur l'Algérie. Dans son étude sur le cinéma de non-fiction, William Guynn propose une lecture du documentaire qui, appliquée à l'Algérie, aurait tendance à mettre en valeur le décalage extrême existant entre le public métropolitain et la réalité de l'Algérie. Il écrit : « Le documentaire requiert un plus haut degré de vigilance de la part du spectateur que le film de fiction. Par sa relation apparente à la réalité de l'existence sociale, il met en place des mécanismes de défense du moi et appelle des opérations de raisonnement éveillé. [...] Il met l'accent sur la ségrégation des deux espaces de la salle de cinéma en replaçant le spectateur dans une relation consciente à sa propre perception. En somme, le texte documentaire met en œuvre une médiation. Cette médiation a une forme exprimée, la voix, qui contraste avec l'obscurité silencieuse de la salle. Le texte documentaire s'expose lui-même comme système de représentation et renvoie le spectateur à son siège et à un exercice complet de perception du réel [reality testing] » (Guynn, 1990 : 222-231).

Si l'on suit William Guynn, on note que les spectateurs métropolitains ont effectivement rejeté la forme du documentaire colonial sur l'Algérie, peut-être du fait d'une méconnaissance du « vrai » pays et de ses habitants, pour, en revanche, plébisciter une vision romantique et altière de l'action de la France dans le pays, par le seul biais de la fiction. Dans le cadre spécifique de la guerre d'Algérie, ce fait est des plus intéressants, car la France, pourtant bien confrontée à la réalité d'une « non-guerre » à laquelle ont participé plus de deux millions de jeunes Français, semble s'être réfugiée dans une vision passiviste, refoulant ainsi un présent trop « présent ». Ceci est d'autant plus intéressant que les courts métrages, certes moins « divertissants », disaient en fait à peu près (mais clairement, et non de manière détournée) la même chose que les films de fiction sur la relation inégalitaire entre la France et l'Algérie.

## La non-diffusion des films militaires sur l'Algérie en métropole

Allant dans le sens d'une déréalisation de la situation algérienne, on note également le curieux positionnement de l'armée quant à l'image donnée de l'Algérie pendant le conflit. Certes, la diffusion de l'image de l'armée dans le corps civil se fait par le biais des rushes tournés par l'armée et montés par les sociétés d'actualités<sup>18</sup>, mais afin de dresser un portrait du spectateur recherché par l'armée, il faut s'intéresser à la nature des films militaires qui ont été diffusés dans le grand public. Plusieurs films du SCA détenteurs d'un visa d'exploitation sont sortis en salles, et trois d'entre eux sont des films de propagande sur la présence militaire en Algérie qui visent plus largement à justifier le rôle de la France outre-Méditerranée. Il s'agit de *Képi bleu*, *L'Armée et le drame algérien* et *Le monde libre et l'Égypte*, qui datent d'ailleurs tous trois de 1957 (le moment clé de l'action psychologique) et ont servi à justifier la « pacification » comme l'épisode de Suez auprès de très nombreux spectateurs<sup>19</sup>. Mais si ces projections paraissent positives, une liste des productions du SCA ayant bénéficié d'un contrat commercial pour une sortie publique en avant-programme entre 1957 (après l'édition des trois films cités ci-dessus) et 1967, éditée cette même année par l'ECA<sup>20</sup>, nous en dit plus sur la politique des images voulue par le ministère de la Défense pendant la guerre d'Algérie. En effet, sur les 23 films mentionnés dans ce document pour la période 1957-1962, seuls six traitent de l'Algérie. Encore faut-il préciser que l'un d'entre eux, *Les Zibans pays des palmes*, a été acheté par une société canadienne mais que le film n'est jamais sorti ; par ailleurs, trois autres évoquent l'Algérie sans que la guerre soit centrale dans le propos. En effet, *C'était le désert* (coproduction France cinéma-SCA), *Reggane à l'heure H* et *Hoggar jour J* traitent des grands travaux engagés par la France dans le désert algérien pour développer l'industrie pétrolière d'une part, et l'armement nucléaire, d'autre part. C'est donc bien plus de la grandeur de la France, par le biais de son indépendance financière et militaire, que ces courts métrages de l'armée veulent parler. Ces films accompagnent les longs métrages *Maigret et l'affaire Saint-Fiacre*, *Contre-espionnage* et *Les mutinés du téméraire*, attirant un vaste public. L'Algérie en guerre n'est donc représentée que par deux films entre 1957 (qui marque pourtant le début d'une action psychologique offensive) et 1962 (en plus des trois pré-cités pour l'année 1957) :

<sup>18</sup> Les maisons d'actualité profitent à tour de rôle des rushes de l'armée pour monter leurs sujets sur l'Algérie, même si elles ne les utilisent pas toujours.

<sup>19</sup> La place manque ici pour une analyse poussée de ces films. Un quatrième film SCA semble être sorti en salles en 1957, *Saint-Pierre Saint-Paul*.

<sup>20</sup> SHAT 5 T 20, 9 août 1967, « Exploitation cinématographique des films de l'ECA depuis 1957 ».

*Images des armées*, qui reprend les *Actualités des armées* n° 59/12 édité pour Noël 1959, mais sorti en salles en avril 1960 (en première partie d'*Ivanohé* de Richard Thorpe), et *SOS hélicoptère*, « film de propagande »<sup>21</sup> réalisé par Claude Lelouch à la gloire de l'engin volant en 1960 (en première partie des *Garçons* de Mauro Bolognini). Deux films en couleurs qui, comme le reste de la liste, mettent surtout en avant la révolution technologique de l'armée française, en la resituant grâce à une séquence rapide dans le cadre algérien.

Le reste des 17 films mentionnés est dans la même veine, mais l'Algérie n'est pas citée. Avant tout, il s'agit de faire la propagande d'une armée moderne, équipée des technologies de dernière génération » (*L'île des missiles*, *Chasse tout temps*, *Mirage III en série*, *Patrouille de France*, *Alerte au char*), films dans lesquels le prestige militaire est favorisé par une mise en scène héroïque des hommes et des matériels. Une autre piste suivie par le service d'information de l'armée est l'aventure, utilisée visiblement à des fins de recrutement : *À l'école du ciel*, *Tournée de brousse*, *La grande croisière* (coproduction Pathé-SCA), *Rendez-vous à la mer*, *Survie en brousse*, *Neige et glace*. Dans ces films, les conditions extrêmes et le goût du lointain sont des « produits d'appel » pour l'engagement militaire. Enfin, des films plus austères viennent mettre en valeur les conditions particulières d'enseignement au sein des centres de formation scolaire ou technique de la Défense : *Prytanée militaire de la Flèche*, *Étudiants en uniforme* (produit par Pathé pour le SCA), *Apprentis mécaniciens de l'air* ou *Jeunesse en bleu*.

On peut donc affirmer que, passés les débuts de la guerre d'Algérie et la justification politique de l'Algérie française, l'armée a décidé de ne pas « communiquer » sur l'Algérie auprès du grand public, laissant cette tâche aux producteurs civils de documentaires et d'actualités. Le but de la propagande militaire reconnaissable par le public est de valoriser les hommes et les matériels engagés en général dans les missions de défense, avec une propagande très éloignée de celle destinée aux militaires (pour les rassurer sur leur mission en Algérie) ou aux populations algériennes (pour leur « vendre » l'humanisme de la France). La grandiloquence des images et des musiques utilisées sert de toute évidence le prestige de l'uniforme, donnant ainsi au plus large public l'image d'une armée puissante et compétente, débarrassée de l'encombrant passif algérien. À la jeunesse, on propose une armée idéale, faite de savoirs et d'aventures, permettant ainsi l'engagement tout en repoussant l'image sombre du conflit en cours. L'action psychologique

---

<sup>21</sup> ECPAD, dossier de production, 18/04/59, lieutenant-colonel Lacape, chef du service information et études « Air » au colonel chef du SCA.

par le cinéma militaire sur l'Algérie n'est donc pas employée auprès des populations métropolitaines<sup>22</sup>, d'autant que les deux films de propagande importants après *Képi bleu* (1957), *Paix en Algérie* (1958) et *Au-delà des fusils* (1960) ne sortent pas, victimes d'une forme d'auto-censure de la part des militaires. Concernant les actualités civiles, il importe au ministère de ne pas dévoiler l'origine militaire des documents.

## Les projections non commerciales : un succès ?

Du fait de la piètre diffusion commerciale des films civils « algériens » en métropole (le cas des films militaires est différent, puisqu'ils sont diffusés aussi et surtout dans l'armée), il faut s'interroger sur les raisons ayant suscité leur production. En effet, puisqu'ils ont été réalisés en dehors du cadre traditionnel de la production et sans viabilité économique (le remboursement des frais engagés puis l'obtention d'une somme la plus élevée possible dans le réseau de distribution), c'est bien que les autorités qui les produisaient avaient un intérêt à voir ces films réalisés. Certains ont peut-être été projetés dans les salles de cinéma algériennes payantes, mais il semble peu probable qu'on ait donné à voir aux populations « européennes » et « musulmanes » des villes, souvent cinéphiles, des films de propagande. Les Européens n'avaient pas besoin de propagande pour se sentir français, et les musulmans des villes ne l'auraient peut-être pas toléré. Les musulmans des campagnes, ainsi que les enfants, étaient pour leur part conviés, parfois par la force, à des projections évidemment non commerciales. En Algérie, si « succès » il y a eu, on peut le trouver dans ces projections gratuites, souvent accompagnées entre 1957 et 1962 de diatribes anti-FLN par les officiers d'action psychologique.

Mais qu'en est-il de la France ? Si le GGA trouve un intérêt dans les tournées de propagande en Algérie, organisées jusqu'en 1962 par un service spécifique (et pendant la guerre avec l'appui de compagnies militaires), en France métropolitaine, la situation est plus complexe. Un service cinéma existe au sein d'un office parisien de diffusion dépendant du GGA<sup>23</sup>, puis du secrétariat général aux Affaires algériennes, qui gère des copies de films destinées à promouvoir l'action de la France en

<sup>22</sup> On peut signaler le cas du film *Les Zibans* (SCA 142, C. Zidi, 1958), pour lequel l'Association pour le développement est la diffusion de l'information militaire (ADDIM) crée une convention avec la société Imperial Film Registered visant à l'exploitation du film sur la télévision canadienne ; ECPAD, dossier de production.

<sup>23</sup> D'abord gérés par l'OFALAC, office chargé du tourisme algérien en France, les films sont ensuite pris en charge à partir de 1951 par l'Office administratif de l'Algérie, également situé à Paris.

Algérie. Avant la guerre, les archives de l'office permettent de noter la diffusion de ces films de propagande sur l'Algérie coloniale au sein des écoles, externats, touring-clubs, et même au sein des ciné-clubs, et ce jusqu'en 1962<sup>24</sup>. De ce fait, on peut noter que les films qui n'avaient pas connu de sortie commerciale ont bien été projetés, même s'ils ont connu moins de spectateurs que dans le circuit classique. Pour les établissements intéressés, il s'agissait bien de consolider un enseignement ou des clichés bien enracinés sur l'Algérie, et donc de faire prospérer la propagande coloniale. Les archives de la Cinémathèque de la Ville de Paris permettent d'analyser le même type de diffusion dans les écoles de la capitale, et les archives du Centre national du cinéma donnent pour leur part des éléments intéressants quant à la diffusion gratuite en France des films produits par le GGA<sup>25</sup>. Il faut néanmoins préciser que le GGA diffuse au même moment de nombreux courts métrages documentaires pour faire connaître la France aux écoliers d'Algérie...

Pendant la guerre d'Algérie, les archives civiles permettent de noter une modification réelle de la diffusion des courts métrages documentaires, puisque ce sont désormais essentiellement des établissements militaires ou paramilitaires qui s'adressent au service cinéma du GGA puis du SGAA pour louer les films de propagande sur l'Algérie. D'ailleurs, le 28 août 1959, le secrétaire général aux Affaires algériennes écrit au chef du 5<sup>e</sup> bureau du ministère des Armées (en charge de l'action psychologique) pour le mettre en garde : « Je note sur la liste des films qui sont demandés dans les différentes régions militaires de nombreux courts métrages qui ne font plus partie de la filmathèque puisque pour la plupart d'entre eux les sujets traités sont largement dépassés »<sup>26</sup>. En effet, depuis le début de la guerre les films de propagande traditionnels sur l'Algérie sont totalement en porte-à-faux avec la réalité du pays, notamment les films touristiques qui pouvaient intéresser les touring-clubs.

Par ailleurs, en plus du service dépendant des « affaires algériennes », il existe au sein du SCA parisien, installé à Ivry-sur-Seine, une branche « diffusion » qui est spécifiquement chargée de la distribution des films militaires produits par le SCA. Ainsi, pendant la guerre, les unités stationnées en France vont-elles s'intéresser aux films civils ainsi qu'aux films militaires sur l'Algérie, le SCA étant bien entendu largement sollicité. Mais par-delà cette propagande interne, l'armée envisage aussi le cinéma comme un maillon de l'action psychologique sur la guerre en France. Il lui faut alors trouver des biais pour diffuser les images qu'elle désire auprès de publics précis, notamment lors de projections à

<sup>24</sup> Voir CAOM, MAA, 81 F 539 à 584. Ces archives viennent d'être ouvertes.

<sup>25</sup> Archives nationales, Centre des archives contemporaines, CNC, 1580.

<sup>26</sup> CAOM, MAA, 81F544.

l'occasion de festivals militaires ou de tournées de propagande, organisées en nombre à cette période pour rétablir le lien « Armée-nation », à l'image de celle montrée dans *La belle vie* de Robert Enrico (1962). Comme le remarque, en mars 1960, le colonel Gaumé, chef du Service d'information et d'étude du ministère des Armées, la « cible » militaire reste prédominante mais peut se mêler à un public plus large : « Depuis quelques années, l'opinion publique accorde un intérêt croissant aux films d'informations militaires portés à sa connaissance par les spectacles de cinéma itinérant ou par les différentes manifestations qui visent à rapprocher les milieux militaires et civils. Il me paraît souhaitable d'encourager cette tendance à l'opinion publique et de continuer à l'informer par la voie du cinéma militaire afin de favoriser la cohésion Armée-nation et de faciliter le recrutement des Armées. J'ai l'honneur de vous rappeler cependant que les films du SCA sont réservés, en priorité aux Formations militaires. Toutefois, dans la mesure où les besoins sont satisfaits, Messieurs les officiers généraux commandant les Régions militaires, Maritimes et Aériennes ont toute latitude pour décider de l'opportunité d'accorder le prêt de films d'information au cinéma itinérant ou aux milieux favorables à l'Armée (associations d'anciens militaires, associations d'officiers et de sous-officiers de réserve, Écoles, Mouvements de jeunesse, etc...) sous réserve que les projections ne donnent pas lieu à perception de droits d'auteur »<sup>27</sup>.

Au total, ces projections non commerciales peuvent apparaître comme un succès pour ces films de propagande. Cependant, il s'agit d'un semi-succès dans le sens où même si les spectateurs existent, il s'agit de spectateurs déjà politiquement orientés dans le cas des opérations de relations publiques de la Défense (comme *Les nuits de l'armée*, par exemple), et de spectateurs « captifs » dans le cas des projections scolaires. Ce sont des personnes proches de l'armée et de l'Algérie française, ou d'enfants inconscients des enjeux en cours. Il manque donc sans doute à l'État, qui paie les films et leur diffusion, un débouché plus global. Aux Algériens miséreux, on donne à voir une image falsifiée d'un pays rendu moderne et prospère grâce à la France, tandis que les spectateurs français voyant ces mêmes films sont le plus souvent déjà acquis à la cause qu'ils défendent. Par ailleurs, seul un petit nombre de films produits sur la question algérienne ont en fait été diffusés dans le secteur non commercial.

---

<sup>27</sup> Service historique de l'armée de terre, 1R33/1, 15/03/60, colonel Gaumé, chef du SIEMA.



## Conclusion

En 1958, après l'arrivée au pouvoir du général de Gaulle, les choses vont partiellement changer. Avec l'importance nouvelle prise par les relations publiques, il faut non seulement faire de l'événementiel, mais de la communication politique, en parlant au plus grand nombre. Dès lors, la radio et surtout la télévision (Bourdon, 1990), déjà employées auparavant dans des dimensions moins importantes (Cohen, 1999) sont utilisées pour donner une nouvelle image de l'Algérie, avec le passage de « l'Algérie de papa » à « l'Algérie de demain ». Les films militaires et les films civils doivent alors répondre plus clairement aux besoins de l'État, et non des tenants civils et militaires de l'Algérie coloniale. D'ailleurs, ces films sont fréquemment produits en prévision d'un passage à la télévision, en dehors donc du « système » précédent qui cantonnait les films aux projections publiques.

Après 1958, les films d'information et les journaux d'actualités sont souvent « achetés » par le ministère des Affaires algériennes et le SGAA (les archives du CNC et du MAA en témoignent), et donnent plus largement à voir une vision moderne et soi-disant « objective » de la situation algérienne, tandis que la télévision montre ces mêmes films et utilise le « JT » et certaines émissions – *Cinq colonnes à la une* en tête – (Fleury-Vilatte, 1999) comme des armes de combat grâce aux nouveaux moyens techniques de la télévision. De plus, une campagne de propagande internationale se met en place depuis l'ambassade de France à New York (Denis, 2004b) ; ainsi les médias sont-ils utilisés rationnellement pour faire face aux nouveaux enjeux politiques nationaux – les référendums voulus par de Gaulle – et internationaux – le droit des peuples à disposer d'eux-mêmes –, et pour montrer une France moderne désireuse de tourner la page des colonies.

## Références

- Austin B. A., 1983, *The Film Audience : an International Bibliography of Research*, Metuchen, Londres, The Scarecrow Press.
- Baudry P., 1994, « Se voir », *Documentaires*, 9, pp. 63-77.
- Bourdon J., 1990, *Histoire de la télévision sous de Gaulle*, Paris, Éd. INA/Anthropos.
- Casetti Fr., 1990, *D'une regard l'autre. Le film et son spectateur*, Lyon, Presses universitaires de Lyon.
- Cohen E., 1999, « Télévision, pouvoir et citoyenneté », pp. 23-41, in : Lévy M.-Fr., dir., *La télévision dans la République. Les années 50*, Bruxelles, Éd. Complexe.
- Creton L., 2004, dir., *Histoire économique du cinéma français. Production et financement, 1940-1959*, Paris, CNRS Éd.

- Hermès, 1993, « À la recherche du public », 11-12.
- Denis S., 2004a, *L'État, l'armée et le cinéma pendant la guerre d'Algérie. Des origines du conflit à la proclamation de l'indépendance (1945-1962)*, thèse de cinéma, université Paris I Sorbonne.
- 2004b, « "Nous avons vu ce que nous voulions voir". Les documentaires français sur l'Algérie, de la propagande aux relations publiques (1945-1962) », in : Déloye Y., dir., *Les Républiques en propagande (XIXe-XXe siècles)*, colloque des IEP de Paris et Strasbourg, à paraître.
- Flcury-Vilatte B., 1999, « *Cinq colonnes à la une* : de l'événement à l'histoire », pp. 133-145, in : de Bussierre M., dir., *Radios et télévisions au temps des « événements d'Algérie »*, 1954-1962, Paris, Éd. L'Harmattan.
- Gwynn W., 1990, *A Cinema of Nonfiction*, Londres, Associated University Presses.
- Jancovich M., Faire L., 2003, *The Place of the Audience*, Londres, BFI.
- Jowett G., Linton J., 1989, *Movies as Mass Communication*, Londres, Sage Publications.
- Jullier L., 2002, *Qu'est-ce qu'un bon film ?*, Paris, Éd. La dispute.
- Mayne J., 1993, *Cinema and Spectatorship*, London, New York, Routledge.
- Montebello F., 2005, *Le cinéma en France depuis 1930*, Paris, A. Colin.
- Odin R., 1990, *Cinéma et production de sens*, Paris, A. Colin.
- 2005, « L'entrée du spectateur dans le documentaire », pp. 69-83, in : Bluher D., Thomas F., dirs, *Le court métrage français de 1945 à 1968. De l'âge d'or aux contrebandiers*, Rennes, Presses universitaires de Rennes.
- Ollivier-Yaniv C., 2000, *L'État communicant*, Paris, Presses universitaires de France.
- O'Shaughnessy M., 2005, « Incohérence du cinéma colonial, intermittence des plaisirs génériques », pp. 253-263, in : Moine R., *Le cinéma français face aux genres*, Paris, Association française de recherche sur l'histoire du cinéma.
- Quentin P., 1943, *La propagande politique, une technique nouvelle*, Paris, Plon.
- Réseaux, 2000, « Cinéma et réception », 99.