

« Le plus grand dérèglement de l'esprit, c'est de croire les choses parce qu'on veut qu'elles soient, et non parce qu'elles sont en effet »

Bossuet

« Pour ceux qui savent lire : école d'adultes, journaux, bulletins très courts, affichés, vendus à deux liards, bibliothèques circulatoires, unes et diverses selon les provinces. Pour ceux qui ne savent pas lire : presse pittoresque affichée, chansons chantées et affichées en dialectes différents, clubs pour lectures publiques ; de plus, pour les villes, concerts monstres. »

Michelet

Ces notes de Jules Michelet dans son journal de 1848 montrent que les historiens, très tôt, ont saisi l'importance des colporteurs et des propagandistes qui, par le verbe et par l'exemple, ont contribué à diffuser, dans les villes et les campagnes, idées et pratiques politiques. Pourtant, il est encore difficile d'aborder aujourd'hui un tel sujet.

Les termes, tout d'abord, ne sont pas aisés à définir. Celui de colporteur, dont l'usage est attesté dès 1533, semble pourtant clair ; c'est un « marchand ambulant qui vend ses marchandises de porte en porte ¹ » ;

1. Citation extraite de *Le Robert, dictionnaire alphabétique et illustré de la langue française*, 2^e édition, 1989, tome 2.

mais cette délimitation devient floue lorsqu'on l'applique à la propagande politique¹. Comment séparer le licite (la vente d'objets de consommation courante ou de brochures autorisées) de l'illicite (la diffusion de livres, chansons et libelles interdits) ? Comment distinguer l'acte commercial de l'acte de conviction ? Ni les sources directes, ni l'historiographie spécialisée ne permettent en général de dépasser le stade des hypothèses, celle-là se contentant le plus souvent de notations rapides sur des cas particuliers². Le mot « propagandiste », qui n'est attesté qu'à partir de 1792, désigne plus largement toute « personne faisant de la propagande³ ». Cette définition est si extensive que nous avons préféré ne consacrer notre attention qu'aux orateurs improvisés ou professionnels qui tentent de gagner à leur cause un public donné. Mais si le mot est d'usage incommode, c'est surtout en raison de sa parenté directe avec la notion très controversée de propagande. Venu du latin *propagare* – répandre –, il a été utilisé pour la première fois en 1689 pour caractériser la congrégation dite de la Propagande (*Congregatio de propaganda fide*), c'est-à-dire chargée de diffuser la foi. Sous la Révolution française, par assimilation, il est devenu une « action exercée sur l'opinion pour l'amener à avoir certaines idées politiques et sociales », sens qu'il a gardé aujourd'hui. Pris au pied de la lettre, le terme n'a donc pas de connotation particulière. Pourtant, au XX^e siècle, il est devenu synonyme de « manipulation », « agit-prop » ou « bourrage de crâne », dont les nuances péjoratives n'échappent à personne. Au mieux, la propagande est assimilée à la « persuasion », voire à la « séduction », dont la signification est plus ambiguë. De fait, l'expérience douloureuse des guerres mondiales, des régimes totalitaires⁴ et de la Guerre froide a déconsidéré toute tentative de convaincre des individus par des moyens organisés.

1. L'article de J.-F. BOTREL en donne un bon exemple. Voir en particulier les pages 83-99.

2. L. FONTAINE dans son *Histoire du colportage en Europe XV-XIX^e siècle*, Paris, Albin Michel, 1993, n'aborde le sujet du colportage politique qu'aux pages 182-184 pour l'associer, de surcroît, à un déclin du métier à la fin du XIX^e siècle. L'ouvrage dirigé par R. CHARTIER et H.-J. LÜSEBRINK, *Colportage et lecture populaire. Imprimés de large circulation en Europe XVI-XIX^e siècles*, Paris, IMEC éditions, Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme, 1996, ne contient qu'une contribution sur dix-neuf, celle de G. GERSMANN, à propos du « monde des colporteurs parisiens de livres prohibés ». J.-J. DARMON, pour sa part, dans *Le colportage de librairie en France sous le Second Empire. Grands colporteurs et culture populaire*, Paris, Plon, 1972, n'évoque qu'à de très rares reprises la littérature politique.

3. Citation extraite de *Le Robert, dictionnaire alphabétique et illustré de la langue française*, 2^e édition, 1989, tome 7.

4. Nous empruntons ce concept à l'œuvre d'Hannah Arendt, tout en sachant que l'usage courant qui en est fait manque parfois de rigueur. Il a surtout l'avantage d'aller plus loin que la simple référence à des dictatures.

Dès les années 30, mais surtout dans les années 50-60, une floraison d'ouvrages a dénoncé les techniques de la propagande moderne. Certains comme ceux de Wilhelm Reich, de Vance Packard ou de Sergueï Tchakhotine ont atteint une notoriété mondiale¹. Plus rares sont les auteurs qui, à l'instar de Jacques Ellul², ont essayé d'aborder la propagande sous un angle moins manichéen. Pour cet auteur, la propagande n'est pas seulement à envisager sous l'angle moral de la défense des individus. Elle est consubstantielle aux sociétés techniciennes. Elle n'est pas l'apanage des dictatures, mais une nécessité pour tous les régimes politiques modernes. « Pour prendre l'exacte dimension de la propagande, il faut sans cesse la replacer dans son contexte de civilisation³. » « Ainsi, [ajoute-t-il], l'homme de la société contemporaine a un besoin extrême de la propagande, il l'appelle, il la suscite presque. Il n'y a pas de perversité chez l'homme politique qui s'en sert : il répond ainsi à une sorte de commande sociale⁴. » Sans nier les risques de manipulation et les contradictions inhérentes à la propagande, il les envisage donc dans un cadre plus général. Nous avons essayé d'élargir cette démarche en l'appliquant au XIX^e siècle et à la fin de l'époque moderne, ce qui conditionne notre propre vision du sujet. En outre, nous avons donné une place importante au prosélytisme religieux qui selon nous n'est pas séparé *a priori* des autres formes de propagande. Notre perspective d'analyse procède ainsi d'un double parti-pris.

Les difficultés de définition proviennent aussi du fait que le champ d'analyse proposé n'est pas familier à la majorité des historiens. Le plus souvent, il est abordé de manière éclatée. Les spécialistes d'analyse du discours s'intéressent prioritairement à la structure du message⁵. Ils ne se soucient guère des réseaux de diffusion ou des hommes chargés de la mise en œuvre de la propagande. Les spécialistes d'histoire des organisations, à l'inverse, n'étudient que le contenu idéologique des discours. Ils

1. W. REICH, *Massenpsychologie des Faschismus*, Copenhague, Verlag für Sexualpolitik (Sexpol), 1933 (traduction française, Paris, Payot, 1972, 344 p.). V. PACKARD, *La persuasion clandestine*, Paris, Calmann-Lévy, 1958. S. TCHAKHOTINE, *Le viol des foules par la propagande politique*, Paris, Gallimard, 2^e édition 1952, 607 p.

2. J. ELLUL, *Propagandes*, Paris, Économica, 1990, 361 p. (1^{re} édition, Colin, 1962).

3. *Ibidem*, p. 13.

4. *Ibidem*, [chap. III], p. 180.

5 Parmi les plus remarquables et les plus utiles pour notre sujet, M. ANGENOT, *La propagande socialiste, cinq essais d'analyse du discours*, Montréal, 1991 ; J. EHRNROTH, *Sanan vallassa, vihan voimalla. Sosialistiset vallankumousopit ja niiden vaikutus Suomen työväenliikkeessä 1905-1914*, Helsinki, SHS, 1992 ; S. WAHNICH, *L'impossible citoyen. L'étranger dans le discours de la Révolution française*, Paris, Albin Michel, 1997. Voir la bibliographie générale pour des précisions supplémentaires.

mettent aussi l'accent sur les moyens et les effets quantitatifs de la propagande¹. Quant à la plupart des biographes, ils ne font qu'évoquer les talents d'orateur de leur personnage ou que mentionner, sans autres précisions, leurs principaux discours. À telle enseigne que nous avons eu des difficultés à sélectionner pour notre propre bibliographie une vingtaine de titres parmi des milliers d'ouvrages consacrés à des militants et des prosélytes de quelque importance ! En somme, rares sont les travaux historiques mêlant plusieurs types d'approche et analysant dans sa globalité l'acte de propagande. Des études comme celles de Gaston Bordet sur la grande mission de Besançon en 1825 ou de Jean Sagnes sur les meetings de Jaurès dans le Languedoc sont à ce titre des exceptions².

Il faut avouer cependant que les sources disponibles ne favorisent pas toujours une recherche plus approfondie³. « La parole s'envole, l'écrit demeure » observe le dicton populaire. De fait, l'immense majorité des discussions menées par des prosélytes, des militants ou des colporteurs, la plupart des discours ou des conférences prononcés par des orateurs, n'ont jamais fait l'objet de transcriptions écrites. Les réactions parues dans la presse ont leur utilité car elles permettent de retracer une atmosphère, éventuellement de connaître la teneur d'une prestation. Mais elles sont subjectives et partielles. Les procédés rhétoriques et le charisme des orateurs nous échappent pour l'essentiel. Le plus souvent, les éditions de discours sont retravaillées après coup dans l'optique d'une publication qui gomme les aspérités ou atténue l'effet de certains propos. Il est difficile également de se faire une idée précise de l'assistance aux réunions publiques. Les rapports sont souvent inexistantes ou contradictoires. Quant aux effets sur le public de telle ou telle propagande, il ne sont mesurables qu'au travers de quelques témoignages, forcément partiels, ou de quelques chiffres concernant la croissance des organisations ou les résultats électoraux. La relation entre l'acte et ses conséquences n'est de toute façon ici qu'une reconstruction abstraite, *a posteriori*, sans garantie autre que l'observation d'un lien plus ou moins logique de causalité.

1. Y compris lorsqu'ils donnent des précisions sur les documents et sur les organisations de base chargées de leur diffusion, comme H. SOIKKANEN dans sa thèse sur la pénétration des idées socialistes en Finlande (*Sosialismin tulo Suomeen ensimmäisiin yksikamarisen eduskunnan vaaleihin asti*, Porvoo, WSOY, 1961) ou les auteurs français évoquant la pénétration des idées religieuses et politiques dans telle ou telle région.

2. G. BORDET, *La grande mission de Besançon janvier-février 1825. Une fête contre-révolutionnaire, néo-baroque ou ordinaire ?*, Paris, Cerf, 1998 ; J. SAGNES, *Jean Jaurès et le Languedoc viticole*, Presses du Languedoc / Max Chaleil, 1988.

3. T. BOUCHET aborde ce problème dans l'introduction de son article (p. 41).

Souvent, en outre, l'existence d'une activité de propagande nous est connue par les rapports des autorités chargées de la surveillance, de la censure et de la répression. Comme le suggère Jean-François Botrel¹, ce type d'informations pose parfois plus de problèmes qu'il n'en résout. La police a ses propres logiques d'intervention et d'analyse. De plus, ses agents n'ont pas toujours l'envie, la possibilité ou les qualités nécessaires pour faire des rapports crédibles. Les indicateurs ne repèrent pas forcément les enjeux d'une discussion. Leurs informations peuvent être de seconde main. Ils sont surtout enclins à éviter les ennuis avec leur hiérarchie, ce qui oriente leur manière de rendre compte des événements. Il leur suffit d'avoir l'air au courant... En somme, nos éléments de connaissance sont indirects, épars ou incomplets. Il est possible par le biais des brochures, des images, de la presse et des recueils de discours de cerner l'idéologie d'un message et, dans certains cas, sa structure ; mais il est très difficile de connaître avec précision les postures et les techniques des propagandistes, tout comme leurs effets sur le public. De même, si les militants et les prosélytes ne restent pas tous anonymes, si les contours de leurs réseaux peuvent être devinés, leur activité concrète, sauf exception, demeure dans l'ombre. Les historiens en sont donc souvent réduits à des conjectures.

Les idées reçues, de surcroît, peuvent constituer un obstacle à une bonne compréhension des problèmes. Trop fréquemment, le XX^e siècle est décrété siècle de la propagande de masse. Obnubilés par les nouvelles techniques que constituent le cinéma, la radio et la télévision, obsédés par l'emploi massif qu'en ont fait les régimes totalitaires, les dictatures ou les gouvernements confrontés à la guerre idéologique, de nombreux auteurs laissent entendre que le changement d'échelle de la propagande justifierait la place éminente du temps présent dans les recherches. D'ailleurs ce domaine intéresse en priorité des sociologues ou des anthropologues, plus familiers des sociétés du XX^e siècle que des époques antérieures. En réalité, il faut se méfier de l'effet de proximité dans l'analyse des phénomènes car il tend à occulter les continuités et à surévaluer les causes immédiates. À des époques plus reculées, les efforts déployés pour convaincre étaient sans doute moins spectaculaires. Il n'est pas sûr en revanche qu'ils aient été moins efficaces. La parole utilisait d'autres canaux, comme les prêches, la proclamation des nouvelles, les assemblées publiques ou les visites à domicile. Ces méthodes n'ont

1. Voir p. 84.

d'ailleurs pas totalement disparu de nos jours, preuve supplémentaire de leur efficacité. Au moment de la Contre-Réforme, l'Église catholique mit au point des techniques de reconquête particulièrement sophistiquées qui inspirèrent en partie les révolutionnaires, comme le montre Michel Vernus. Le Réveil protestant innova lui aussi. Certaines de ses pratiques furent reprises dans tout le Nord de l'Europe par divers mouvements politiques, nationalistes ou socialistes¹. L'élargissement progressif du droit de suffrage au XIX^e siècle ainsi que les progrès du mouvement associatif entraînèrent une systématisation de la propagande qui peut nous étonner, non seulement par son ampleur, mais par la diversité de ses initiatives. Avec les progrès de l'alphabétisation, la brochure et le tract devinrent familiers à la plupart des populations européennes. Les meetings et les tournées d'agitateurs accompagnèrent la mise en place de la démocratie. Quant aux rassemblements géants avec mise en condition des foules, ils ne sont pas l'invention des hitlériens ou des fascistes. Les chartistes avaient bien avant eux utilisé les retraites au flambeau et les services d'ordre en costume.

Le rôle primordial de la presse dans l'émergence de la propagande de masse au cours de la deuxième moitié du XIX^e siècle constitue une autre forme d'évidence. Or, ce constat, même s'il n'est pas faux, peut se révéler trompeur car il faut tenir compte des effets de source. Vu que les historiens recourent aux journaux pour analyser l'implantation de tel ou tel mouvement, et que les tirages moyens ont tendance à augmenter, la tentation est grande d'attribuer aux seules vertus de la presse l'adhésion à certaines idées. C'est négliger le rôle de ceux qui la diffusent ou la lisent en public². De fait, la propagande écrite a longtemps reposé, et repose encore de nos jours, sur la capacité des prosélytes ou des militants à entrer en contact avec les gens, à les persuader de s'intéresser à l'information qu'ils proposent. En somme, la propagande écrite et la persuasion orale s'appuient l'une sur l'autre, et pas seulement lorsque l'analphabétisme demeure important. La propagande doit donc être envisagée, quelle que soit la période, dans sa globalité. Dans le cas contraire, on réduit son sens et sa portée à quelques traits saillants qui opposent artificiellement les époques en gommant les éléments durables.

Il existe aussi une tendance implicite à surestimer les effets de la propagande, surtout lorsqu'elle se fait obsédante. Or, comme le constate

1. Voir dans ce volume mon article sur le cas finlandais (p. 101-123).

2. Voir la deuxième partie de l'article de Michel Vernus (p. 30-39).

Edward Thompson, les « récepteurs » ne constituent pas toujours une masse inerte et docile¹. Les thèses de Gustave Le Bon sur le caractère moutonnier et irrationnel des foules sont à relativiser². Si La Fontaine a raison lorsqu'il écrit dans *Le Loup et le Renard* : « Et chacun croit fort aisément ce qu'il craint et ce qu'il désire », il est dangereux d'y voir la preuve d'une manipulation permanente. En vérité, la capacité de résistance des gens, ou même leur force d'inertie, restent considérables. Le propagandiste ne peut pas adopter en toute occasion la devise de César : « *veni, vidi, vici* ». Il lui faut ruser avec son public, comprendre ce qu'il attend, admettre dans certaines occasions de mettre de l'eau dans son vin, sous peine de se heurter à des auditoires indifférents ou hostiles. Envisager une supériorité de principe du propagandiste, assimilé au chef maléfique, sur les auditeurs, vus comme des êtres dépourvus d'autonomie et victimes de leurs illusions, est non seulement caricatural, mais contraire à l'observation des faits. Il y a des milieux rétifs à certaines idées, des orateurs sans charisme, des attentes en décalage avec les propositions. Même Jaurès, au faîte de sa notoriété, est chassé à coups de bâton des villages blancs de sa circonscription. Nombre de propagandistes nous ont laissé par ailleurs des réflexions désabusées sur leur public, à l'instar d'un Lucien Roland, rapidement aigri contre ses auditeurs³, ou d'un Considerant, encore jeune, qui semble craindre la présence de cuisinières à « la coiffe graisseuse » à ses conférences⁴. La profusion des études sur la psychologie des masses au XX^e siècle s'explique justement par la volonté d'éviter les échecs, toujours possibles. Il s'agit de trouver le bon angle d'attaque pour convaincre. La manipulation est donc conditionnée, mais pas automatique. Ajoutons que les publics concernés nous sont le plus souvent très mal connus par les sources. Les fameuses « foules » de Le Bon sont si peu déterminées qu'elles en deviennent des abstractions inopérantes en histoire, comme l'a bien bien montré Georges Rudé dans son « anatomie des foules révolutionnaires⁵ ». Or,

1. E. P. THOMPSON, *La formation de la classe ouvrière anglaise*, Paris, Gallimard / Seuil, traduction française, 1988, en particulier la première partie « L'arbre de la Liberté ».

2. Ceci est souvent dit, mais pas toujours fait. Beaucoup d'auteurs restent comme fascinés par les discours de Le Bon ou de Freud à propos de la « horde sauvage ». Cela peut aller jusqu'à la caricature, comme chez B. EDELMAN, *L'homme des foules*, Paris, Payot, 1981. Même un ouvrage plus nuancé comme celui de S. MOSCOVICI, *L'âge des foules. Un traité historique de psychologie des masses*, Paris, Fayard, 1981, n'échappe pas toujours à ce travers.

3. Voir la contribution de Gilles Candar (p. 125-136).

4. Thomas Bouchet, p. 45.

5. Voir G. RUDÉ, *La foule dans la Révolution française*, Paris, Maspéro, 1982.

c'est là que gît le principal problème d'interprétation. Une bonne approche de la composition des publics est nécessaire à la compréhension du discours, car la rhétorique et les stratagèmes de persuasion dépendent du rapport entre l'auditoire et l'orateur ¹. L'échec ou la réussite ne sont donc pas le résultat d'une relation simpliste de dominant à dominé, mais le fruit d'une rencontre entre une attente et une offre, socialement, culturellement et idéologiquement identifiables.

Malgré tous ces obstacles, une étude plus systématique des colporteurs et des propagandistes s'impose.

La propagande par le verbe et l'imprimé a joué en effet un rôle de premier plan dans la mise en cause des autorités traditionnelles et l'émergence de consciences nationales européennes à partir de l'époque moderne ². Certes, la Contre-Réforme était un moyen de sauvegarder l'influence des clercs sur la société en encadrant de manière plus systématique les fidèles. Mais elle provoqua en retour un certain nombre de résistances qui cherchèrent à s'organiser pour diffuser leur message. Les réseaux clandestins des Protestants ou des Jansénistes reposaient eux aussi sur une propagande militante, mêlant étroitement l'oral et l'écrit. Ils furent à l'origine d'une critique radicale de l'un des piliers de la société d'Ancien Régime, l'Église catholique. De même, le Réveil protestant en Europe du Nord fit place progressivement à des mouvements qui s'attaquaient aux églises officielles. Dans les deux cas, l'appartenance à un groupe religieux était justifiée non par l'obéissance aux règles sociales dominantes, mais par un engagement individuel. L'entrée en dissidence était l'objet d'un choix assumé, d'une opinion affichée en dépit des risques encourus. Les Lumières, puis la Révolution française mirent en cause non seulement les autorités religieuses, mais le pouvoir monarchique. Elles recoururent à une intense activité de propagande pour justifier les changements idéologiques et politiques qu'elles préconisaient. Peu à peu, les groupes de pression prirent l'habitude de vouloir influencer l'opinion publique, reconnue de manière plus ou moins explicite comme source de légitimation des régimes en place ou, à l'inverse, de

1. Ce problème est partiellement abordé par L. BELLENGER dans *La persuasion*, Paris, PUF, 1985.

2. J'emprunte cette idée à l'introduction de l'ouvrage collectif dirigé par R. ALAPURO et H. STENIUS, *Kansa liikkeessä* (Le peuple en mouvement), Helsinki, 1987. Bien qu'il concerne le cas finlandais, ce livre ouvre des pistes plus générales pour comprendre l'histoire européenne. Je suis redevable également à B. ANDERSON, *L'imaginaire national. Réflexions sur l'origine et l'essor du nationalisme*, Paris, La Découverte, 1996 (traduction française d'un livre en anglais datant de 1983).

leurs oppositions. Cela favorisa la création d'associations et de partis, en dépit de la surveillance des États. Dès lors, la réglementation de la vie publique sur des bases citoyennes donna un contenu concret aux aspirations nationales. Celles-ci accentuèrent à leur tour la concurrence entre propagandes rivales, dans la mesure où elles intéressaient des masses de plus en plus grandes, exclues jusqu'alors des débats politiques. Les propagandistes se mirent à sillonner en tous sens les villes et les campagnes, y compris les plus reculées. Certains éléments venaient de l'extérieur, militants professionnels, colporteurs ou travailleurs itinérants. Mais d'autres, sans doute plus nombreux, habitaient les zones qu'ils prospectaient. Les uns avaient jadis bourlingué comme soldats – fait courant pour les agents bonapartistes – comme ouvriers de chantiers ou comme compagnons-artisans – notamment chez les militants socialistes des premières générations. Mais la plupart ne connaissaient pas d'autre horizon que leur région d'origine ; on retrouve d'ailleurs dans les archives les professions très sédentaires de ces militants : petits fonctionnaires (instituteurs, gardes champêtres ¹), avocats, médecins ou paysans ². Ces hommes, parfois connus mais souvent obscurs, furent les agents d'une politisation en profondeur, ou plus exactement d'une popularisation des enjeux politiques tout au long du XIX^e siècle et au début du XX^e siècle. Ils occupent donc une place importante dans l'évolution des sociétés contemporaines.

De plus, même en tenant compte des lacunes ou des pièges préalablement signalés, les ressources documentaires qui les concernent sont loin d'avoir été toutes exploitées. Il reste des gisements considérables en raison du faible nombre de travaux spécifiques menés à ce jour.

Pour les orateurs, il existe des recueils imprimés de discours, d'homélies ou de sermons ³ oubliés parfois depuis des lustres sur les rayons des bibliothèques ou des archives, et plus nombreux que l'on ne croit communément, du moins pour le XIX^e siècle. Il est possible de les compléter par des extraits de journaux citant ou résumant des interventions lors d'assemblées et d'événements mémorables. Il y a aussi, mais plus rarement, des minutes de réunions publiques ⁴. Certains propagandistes ont

1. Voir l'article de Fabien Gaveau (p. 55-81).

2. Voir la contribution de Michel Vernus (p. 25-39).

3. De très nombreux artisans de la Contre-Réforme ou du Réveil protestant en ont laissé à l'usage de la postérité. Il reste à les exploiter.

4. Cela concerne généralement les grands débats contradictoires entre orateurs célèbres ou les événements exceptionnels organisés par des formations politiques.

conservé des brouillons ou des carnets personnels, tels Marcel Cachin et Lucien Roland en France. Depuis une vingtaine d'années, on cherche à publier les plus importants, assortis de commentaires¹. Les archives des syndicats et des partis politiques, ainsi que celles des associations les plus diverses contiennent enfin de nombreux tracts, affiches et brochures distribués par leurs militants. L'ensemble, d'ampleur inégale, pourrait donner une image assez précise du contenu et de la forme du discours à différentes périodes. La production imprimée et diffusée par colportage a laissé quant à elle de nombreuses traces dans les dépôts d'archives ou les bibliothèques, tant publics que privés. Il s'agit de brochures, de livres, d'almanachs, de petits recueils de chansons, de gravures, de simples feuilles imprimées recto-verso et vendues quelques sous. Ces documents sont loin cependant d'être tous dépouillés. Il faudrait en réaliser un recensement systématique pour en saisir avec plus de précision les contours et surtout la richesse.

L'organisation des réseaux de propagande politique, et dans certains cas religieuse, nous est connue au travers de la surveillance policière ou administrative, celle des préfets, des maires et des fonctionnaires locaux. Ce sont des sources fréquemment utilisées, mais qui n'ont pas été, loin s'en faut, épuisées. Leurs inconvénients ont déjà été soulignés. Aussi faut-il, dans la mesure du possible, les compléter avec des souvenirs d'acteurs ou des témoignages indirects, fussent-ils partisans. Mais ces derniers sont plutôt rares, en particulier pour les colporteurs et les propagandistes locaux. Les premiers évitent de donner trop de publicité à leurs déplacements car ils craignent des représailles. Les seconds ne cherchent pas la notoriété ou n'éprouvent aucun besoin d'écrire ce qu'ils ressentent. Ajoutons que l'origine très modeste de la plupart de ces personnes ne les rend pas *a priori* familières de l'écrit. Il faudrait également en faire l'inventaire avant de les confronter les uns aux autres, opération là encore délicate.

Les églises et les sectes ont souvent mis en exergue leurs efforts de prosélytisme. Elles justifient de la sorte leur existence. En outre, lorsqu'elles sont très hiérarchisées, comme les églises catholique et luthériennes, et liées à l'État, elles produisent d'innombrables rapports sur leur activité. Ce sont en fait de grosses machines bureaucratiques, comme les administrations publiques. Il n'est donc pas difficile de trouver des documents

1. En France par exemple, le CNRS a édité, sous la direction de Denis Peschanski, les carnets de Marcel Cachin de 1906 à 1947 en 4 gros volumes.

qui relatent l'organisation des missions, les campagnes de prospection ou la mise en place de la catéchèse. Les associations, les syndicats et les partis ont craint plus longtemps la répression de l'État. Ils ont donc été moins prolifiques dans un premier temps. Mais au fur et à mesure des progrès de la démocratie politique, les traces de leur activité de propagande sont devenues plus abondantes. De nombreux fonds traitent de la formation des propagandistes, des tournées d'orateurs, des meetings électoraux. D'autres présentent les réflexions des instances nationales ou locales à propos du développement de la propagande. C'est aussi bien le cas pour les grandes formations socialistes ou communistes que pour les partis démocrates-chrétiens, radicaux et nationalistes. Les journaux de ces organisations fournissent de surcroît des indications sur l'atmosphère des meetings et des débats contradictoires. Il n'y a donc pas de pénurie documentaire insurmontable.

L'intérêt d'entreprendre des travaux sur la question est aussi d'ordre méthodologique. Comme il a déjà été dit, la focalisation de la plupart des études sur l'entre-deux-guerres ou la période postérieure à 1945 pose un problème. Il est nécessaire d'élargir la perspective en enracinant les recherches dans un temps pluri-séculaire¹. Il s'agit de montrer que la propagande est liée à l'histoire des sociétés depuis au moins l'époque moderne. Comme elle s'adapte aux structures sociales et culturelles pour atteindre le maximum d'efficacité, elle est sujette à évolution. Mais dans le même temps, elle a besoin d'une certaine continuité, ne serait-ce que pour épouser le rythme des changements, parfois lent et contradictoire. L'interrogation essentielle porte donc, comme souvent en histoire, sur le dosage entre les innovations et les permanences ; mais également sur la lecture que l'on peut en faire. En effet, il ne suffit pas de constater des analogies dans les modes de propagande de deux époques apparemment éloignées. Il faut leur donner un sens et tenir compte de leurs différences. Ainsi, la récupération de certains éléments de la rhétorique religieuse par les orateurs socialistes n'autorise pas à conclure sur une parenté directe entre le christianisme et le socialisme². Il peut même y avoir une

1. J'évite ici le terme de « temps long », non seulement parce que ce dernier, *stricto sensu*, implique des durées beaucoup plus importantes, mais aussi par prudence. Il serait fâcheux de risquer des anachronismes par méconnaissance des sociétés pré-modernes. Il sera peut-être possible néanmoins de prolonger l'enquête en deçà du XVIII^e siècle si des indices laissent penser que le jeu en vaut la chandelle.

2. Voir mon article sur la Finlande (p. 101-123).

opposition de principe entre les deux idéologies. Par contre, ces parentés formelles méritent l'attention, car elles peuvent révéler des contraintes socio-culturelles qui dépasseraient le contenu du discours propagandiste. Mais apparemment, celui-ci ne fait pas que se plier aux conditions extérieures ; il agit en retour sur elles en remodelant les consciences et en ouvrant la voie à des modifications d'équilibre. La question est donc aussi de saisir les forces et les faiblesses des propagandistes confrontés à leur environnement, de mesurer la contradiction entre la soumission aux cadres de l'époque et la volonté affichée d'influencer le cours des choses. Or, les sources ne sont prolixes que pour le deuxième aspect. Le travail de recherche semble ainsi condamné à réduire ce décalage sans pouvoir espérer le combler totalement. Cette démarche bancaire peut décourager les efforts. Elle est pourtant stimulante en raison des défis qu'elle pose à la réflexion historique.

Le séminaire organisé dans le cadre de l'Université de Bourgogne sur la formation et la propagande au sein des milieux populaires aux XIX^e et XX^e siècles a justement pour vocation de relever le gant¹. Fédérer les énergies et confronter les expériences², telle est son ambition initiale. Afin d'éviter l'enfermement dans un cadre national, voire régional, les participants se proposent de comparer des cas de figure empruntés à différents pays européens³. Ils souhaitent par la même occasion remonter le plus loin possible dans le temps pour rechercher les racines de la propagande, au sens moderne du terme. Ils s'intéressent bien sûr au discours et aux réseaux de diffusion, mais également aux supports organisationnels et aux acteurs ; d'où le traitement de thèmes annuels d'étude centrés sur un aspect particulier de ces sujets. Ils ont voulu éviter une définition univoque de la propagande, en considérant qu'elle avait, outre un aspect idéologique, des déterminations sociales et culturelles. De même, ils

1. Il a débuté en avril 1997 par une journée de réflexion d'une quinzaine de chercheurs intéressés par ce sujet. Il s'est poursuivi en 1998 avec une première journée d'étude sur « Propagandistes et colporteurs en Europe de la Révolution française aux années 1930 », dont les travaux servent de base à la présente publication, puis en 1999 avec une seconde journée à propos des « écoles syndicales et de parti au XIX^e et début XX^e siècle ». En 2000, est prévue une rencontre sur les sociétés sportives comme support de propagande aux XIX^e et XX^e siècles.

2. Outre une vingtaine de collaborateurs français, issus de différentes universités parisiennes ou de province, le séminaire est en contact régulier avec des chercheurs scandinaves et américains. Les champs d'étude abordés jusqu'à présent dans les exposés et les discussions ont concerné la France, l'Espagne, la Finlande, l'Autriche et, dans une moindre mesure, l'Italie et l'Allemagne.

3. La charte initiale du séminaire prévoyait explicitement « d'établir prioritairement des contacts avec des collègues étrangers ou géographiquement éloignés ».

n'ont jamais envisagé les « récepteurs » comme une horde soumise à des magiciens du verbe. Les travaux menés jusqu'à présent ont démontré que le champ à défricher était fécond, à condition de lui appliquer des questionnements pertinents et des méthodes rigoureuses. Ils s'inscrivent d'ailleurs dans un climat général favorable où se multiplient les séminaires ou les journées d'étude consacrés à des thématiques voisines : journées de Versailles et Saint-Quentin-en-Yvelines en 1996 à propos du commerce de librairie au XIX^e siècle¹ ; colloque sur la librairie de colportage et les lecteurs populaires² ; colloque récent de Nanterre sur les orateurs français et italiens³... et d'autres sans doute que nous oublions, en France ou à l'étranger, et qui viennent après d'intéressantes publications sur les fêtes politiques⁴, les écoles de partis⁵ ou les universités populaires⁶. Ce foisonnement ne peut que nous inciter à persévérer en recherchant, si possible, des convergences et des coopérations.

Au demeurant, la journée d'étude du 8 avril 1998 a permis d'esquisser un bilan provisoire de l'activité des propagandistes et des colporteurs, médiateurs qui se trouvent au contact des populations et veulent les convaincre de partager leurs convictions. C'est ainsi que les différentes contributions de cet ouvrage nous apportent des éléments confirmant ou complétant ce que des travaux antérieurs avaient laissé entrevoir⁷.

Première confirmation : l'environnement du long XIX^e siècle, de la Révolution française à la Première Guerre mondiale, était particulièrement propice au développement d'une intense propagande de terrain. L'article de Michel Vernus montre que les Républicains étaient décidés à mener, loin de leurs bases parisiennes, des campagnes actives contre le régime monarchique censitaire, en dépit de la répression à laquelle ils s'exposaient. De même, les Bonapartistes n'hésitaient pas à diffuser

1. Voir J.-Y. MOLLIER [dir.], *Le commerce de librairie en France au XIX^e siècle 1789-1914*, Paris, IMEC, Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 1997.

2. Voir R. CHARTIER et H.-J. LÛSEBRINK [dir.], *Colportage et lecture populaire...*, *op. cit.*

3. *L'éloquence politique en France et en Italie des années 1870 à nos jours*, organisé par Fabrice d'Almeida et le Centre d'histoire de la France contemporaine de Paris X-Nanterre, 9 et 10 octobre 1998.

4. On peut mentionner, entre autres, A. CORBIN, N. GÉRÔME et D. TARTAKOWSKI [dir.], *Les usages politiques des fêtes aux XIX^e-XX^e siècles*, Paris, Publications de la Sorbonne, 1994 ; G. BORDET, *La grande mission...*, *op. cit.* ; M. OZOUF, *La fête révolutionnaire 1789-1799*, Paris, Gallimard, 1976.

5. Nous fournirons dans la prochaine publication du séminaire une bibliographie spéciale sur ce sujet.

6. L. MERCIER, *Les Universités populaires (1899-1914) : Éducation populaire et mouvement ouvrier au début du siècle*, Paris, Éditions ouvrières, 1986.

7. Nous nous contenterons désormais de citer dans le corps du texte le nom des auteurs pour renvoyer aux articles contenus dans ce volume.

leurs brochures dans des départements où ils n'étaient pas très bien implantés. Thomas Bouchet constate pour sa part qu'au début de la monarchie de Juillet, la situation semblait mûre pour un développement des tournées de propagande, qu'elles fussent fouriéristes ou d'extrême-gauche¹. De leur côté, et comme il ressort de l'étude de Fabien Gaveau, les autorités n'hésitaient pas à répliquer en chargeant les maires et les préfets de stimuler les agents électoraux du régime en place. La conquête de l'opinion était donc devenue, depuis la Révolution, une préoccupation majeure du débat politique français. Mais dans l'empire tsariste, réputé pourtant retardataire, les progrès des mouvements religieux dissidents et des organisations nationalistes ouvraient aussi la voie à des changements majeurs de la vie publique. Le délitement progressif des structures de l'Ancien Régime et le recul de l'esprit communautaire traditionnel ouvraient la voie aux prêcheurs de vie nouvelle qu'ils soient religieux ou laïcs (Maurice Carrez). Les progrès de la propagande de terrain se lisaient même dans l'Espagne réactionnaire et monarchiste où les colporteurs étaient soupçonnés par les autorités de diffuser des libelles ou chansons gênants pour le pouvoir en place (Jean-François Botrel).

Cette propagande politique restait encore à dominante orale (Michel Vernus, Maurice Carrez). Cela provenait dans certains cas d'un analphabétisme de masse, comme en Europe du Sud (Jean-François Botrel). La censure et la répression jouaient aussi un rôle de frein dans la diffusion des écrits dissidents. Il valait mieux, dans le cadre d'une semi-clandestinité, éviter d'accumuler des preuves tangibles que la police pourrait ensuite utiliser contre les fautifs. En outre, les populations étaient parfois trop pauvres pour se procurer régulièrement des livres et des journaux. La parole restait donc irremplaçable, d'autant plus que l'époque appréciait vivement le charisme des orateurs et l'éloquence fleurie. Néanmoins, comme l'indiquent presque toutes les contributions, les contemporains pouvaient voir les signes d'une percée décisive de l'écrit comme support de la propagande politique. Celle-ci avait toutefois besoin du truchement de l'oral pour atteindre sa pleine efficacité (Jean-François Botrel, Michel Vernus), d'abord au moment de la vente ou de l'annonce, puis lors de lectures collectives, au cabaret ou au domicile d'un militant.

Les formes de ce prosélytisme évoluèrent dans le siècle et demi qui nous préoccupe. Le discours se laïcisa de plus en plus (Maurice Carrez), les

1. C'est d'ailleurs l'objet de l'un de ses sous-titres, p. 43.

formes d'éloquence se diversifièrent, l'organisation de tournées d'orateurs se systématisa (Gilles Candar, Thomas Bouchet, Maurice Carrez) et le colportage des journaux et des brochures laissa place à une diffusion dominée par les grosses organisations. Dans les années 1920, l'entrée en lice de nouveaux supports bouleversa les habitudes antérieures. Mais il est frappant d'observer le maintien de pratiques beaucoup plus anciennes. La rhétorique et les méthodes de la Contre-Réforme catholique et du Réveil protestant inspirèrent nombre de mouvements laïcs jusqu'à l'extrême fin du XIX^e siècle (Michel Vernus, Thomas Bouchet, Maurice Carrez). Le colportage traditionnel des aveugles perdura en Espagne jusque sous le franquisme (Jean-François Botrel). Enfin, au cœur du Second Empire, les notables maintenaient leur tutelle idéologique sur de nombreux villages de Côte-d'Or grâce à la pression des maires sur les petits employés communaux, ces *missi dominici* de la parole officielle (Fabien Gaveau). L'hypothèse d'une certaine continuité des formes de propagande se trouve donc confirmée, en dépit de modifications indéniables.

Les propagandistes politiques, c'est un fait établi depuis longtemps, prospectèrent à la suite des prosélytes religieux les campagnes les plus reculées. Mais jusqu'au milieu du XIX^e siècle, la médiation des petites villes resta essentielle (Michel Vernus). On trouvait dans ces bourgs les militants les plus en vue et les organisations les plus solides. C'est là également que parvenaient le plus rapidement les nouvelles, que se rassemblaient à l'occasion des marchés et des foires les paysans et les artisans ruraux. Dès cette époque cependant, des leaders originaires du milieu villageois s'imposèrent un peu partout (Michel Vernus, Fabien Gaveau), du moins en France où la vie politique était particulièrement animée depuis l'épisode révolutionnaire. Ces modestes propagandistes furent peut-être plus efficaces, à leur manière, que ceux venus de la ville, vite repérés par les autorités et moins à l'aise pour entrer en contact avec des gens qui leur étaient en partie étrangers.

L'effort de propagande fut loin en effet d'être toujours efficace. Thomas Bouchet étudie les difficultés auxquelles se heurtèrent les orateurs fouriéristes dans leurs tournées du début des années 1830. Gilles Candar analyse pour sa part les déceptions d'un propagandiste aigri par ce qu'il faut bien appeler le demi-échec de sa mission. Ces messages, trop complexes pour les premiers, vieillies dans sa forme pour le second, provoquèrent un rejet total ou partiel de leurs auditoires souvent squelettiques et inattentifs, quelquefois moqueurs ou hostiles. Ce rapport dialectique

entre l'orateur et son public dépendait aussi de la conjoncture politique. À l'évidence, il y avait des époques plus propices que d'autres au déploiement de la propagande militante, les périodes de fièvre alternant avec des épisodes plus ou moins long de reflux (Michel Vernus). Et, comme le montre Thomas Bouchet pour Berbrugger à Lyon, il fallait à la fois un terrain et un moment favorables pour obtenir des résultats.

Après la Première Guerre mondiale, des formes jusque-là éprouvées de propagande, comme les tournées d'agitateurs ou le colportage politique, subirent l'érosion du temps (Jean-François Botrel, Gilles Candar, Maurice Carrez). L'entre-deux-guerres marqua partout une rupture dans l'organisation de la propagande. Certes, « le bouche à oreille et le porte-à-porte » (Fabien Gaveau) ne disparurent pas. Les meetings et la vente de brochures non plus. Mais d'autres canaux furent mobilisés, d'abord dans le cadre assez classique des réunions publiques et des fêtes, comme le cinéma et « l'agit-prop », puis pour pénétrer massivement dans les foyers sans le truchement du militant, comme la radio. La propagande entra dans une autre phase de son histoire, plus spectaculaire, souvent plus efficace. Mais il est difficile d'attribuer cette efficacité à sa seule vertu car les conditions historiques très exceptionnelles de cette époque troublée expliquent le désarroi de ceux qui la subissaient...

Quoi qu'il en soit, cette première synthèse, encore incomplète, ne fait qu'ouvrir la voie à de nouvelles recherches pluridisciplinaires et comparatives.

Maurice CARREZ
UMR CNRS 5605
Université de Bourgogne