

Claude SINGER, *Le Juif Süß et la propagande nazie.*
L'histoire confisquée

Paris, Éd. Les Belles Lettres, 2003, 348 p.

Vincent Lowy



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7161>

DOI : [10.4000/questionsdecommunication.7161](https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.7161)

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 juillet 2004

ISBN : 978-2-86480-838-1

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Vincent Lowy, « Claude SINGER, *Le Juif Süß et la propagande nazie. L'histoire confisquée* », *Questions de communication* [En ligne], 5 | 2004, mis en ligne le 19 juillet 2013, consulté le 30 décembre 2022. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7161> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.7161>



Creative Commons - Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International
- CC BY-NC-ND 4.0

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

dans les images de ruines, mort paysagère. Les gouvernements ne tardent pas comprendre l'intérêt de cette manipulation des images au profit du discours d'adhésion aux grands idéaux. C'est la « rhétorique de la proximité » des films d'actualités, des dessins animés, des publications illustrées, des expositions... Il s'agit alors d'informer, d'éduquer, d'encourager et de féliciter. Les démocraties se distinguent des totalitarismes par « l'absence quasi-totale de figures de chef éventuellement charismatiques » (p. 105). La propagande fait l'apologie de la démocratie, diffusant une idéologie du bien commun, pétrie de bons sentiments. À l'inverse, l'auto-censure des photographes s'atténue pour « donner à voir l'impasse d'une civilisation, sa rencontre avec la mort » (p. 111). Les images de combats, de cadavres, équations entre guerre et mort, de combats, de victimes civiles, de victoire, de représailles et de commémorations n'en finissent pas d'humaniser la figure de la guerre. Leur publication, ou leur absence, renseignent sur les choix éditoriaux qui vont présider à leur réception et à leur mise en mémoire. L'éternelle querelle entre le montrable et le non-montrable. La grande liberté de montrer l'effroyable ne dure que quelques instants, l'espace de l'ouverture du camp de Dachau ou des premiers revers américains au Vietnam. Les censures militaires de la Grenade, des Malouines, ne préparent que la nouvelle rhétorique d'une guerre enfin propre : de la première guerre du Golfe. Le Kosovo ne fait que « civilianiser », pour employer un acronyme militaire, la guerre, le réfugié devenant la figure de remplacement du soldat qui se bat ; restent seulement les victimes civiles et la détresse du soldat. C'est le discours de la compassion, propre à la rhétorique télévisuelle, jonglant entre information et fiction. La mise en média qui en résulte tend à supprimer le contexte, isoler la détresse, promue objet de consommation, et rejeter l'horreur sur cet « autre, celui qui ne fait pas partie de l'entre-soi occidental ». Pour Catherine Saouter, le 11 septembre n'est qu'une réapparition de l'autre monde, selon une mise en scène typiquement occidentale. La connivence entre médias et société atteint des seuils fusionnels, permettant la mise en image des événements

autour d'un symbole, New York, d'une compassion, la victime en vie, et d'une bienveillance, le pompier. On restera, comme l'auteur, sur les interrogations que soulève le nombre considérable d'images insignifiantes qu'offrent les guerres actuelles.

Gérald Arboit

CÉRIME, université Strasbourg 3

Claude SINGER, *Le Juif Süss et la propagande nazie. L'histoire confisquée.*

Paris, Éd. Les Belles Lettres, 2003, 348 p.

Spécialiste de la représentation des personnages juifs au cinéma et responsable du secteur pédagogique du Centre de documentation juive contemporaine, Claude Singer consacre un important ouvrage au film antisémite de Veit Harlan, *Jud Süss* (1940). Celui-ci constitue, avec le documentaire *Der Ewige Jude* (1940) de Fritz Hippler, la seule incursion du cinéma nazi dans un vrai discours de propagande raciale. En effet, dans les films produits sous le ministère de Goebbels, l'antisémitisme n'a longtemps été qu'une simple toile de fond, un motif secondaire qui venait s'incruster dans la cosmogonie nazie avec une quasi-discrétion (surtout en comparaison du racisme de certains films français consternants de la même époque). Mais, avec l'apogée du règne hitlérien sur l'Europe, tout devient possible : Goebbels engage, à la demande d'Hitler (ou plutôt parce que celui-ci trouvait les films allemands timorés sur la question juive), la production d'une grande fresque romanesque antisémite, adaptée de l'histoire de Joseph Süss Oppenheimer, juif de cour ayant réellement existé dans le Wurtemberg du XVIII^e siècle. Ce personnage a fait l'objet de plusieurs études, de pièces de théâtre, de romans et d'un premier film, philosémite celui-ci, réalisé en Angleterre par Lothar Mendes en 1934.

Pour comprendre le film de Veit Harlan, nous disposons déjà des ouvrages de Francis Courtade et Pierre Cadars, des analyses de Marc Ferro et François Garçon et surtout des mémoires de Veit Harlan lui-même, parues en France sous le titre *Le cinéma allemand selon Goebbels* (Paris, Éd. France-Empire, 1974), laborieux exercice d'autojustification qui cache mal une vraie

fascination pour le chef de la propagande hitlérienne. Le livre de Claude Singer est le premier à vraiment reprendre l'archéologie de ce projet, en le situant dans la longue histoire des représentations. Ainsi, l'auteur consacre-t-il près de la moitié de son ouvrage aux versions antérieures de l'histoire du Juif Süß, en insistant sur les altérations, les nuances et les manipulations qu'ont supposées ces relectures successives. Il est notamment frappant que, dans les extraits de la version romanesque de Lion Feuchtwanger (1925) que cite Claude Singer, version en principe philosémite, on trouve des notations absolument conformes à l'imaginaire antisémite. Cela donne une idée du taux de pénétration de ces représentations dans la société européenne du début du siècle. De même, les derniers chapitres du livre évoquent la postérité du film, et au-delà, de l'histoire de Joseph Süß Oppenheimer, dans le cinéma et le théâtre d'après-guerre. En particulier, il décrit la réception tumultueuse du film de David Lean *Oliver Twist* (1948) qui présente avec l'usurier Fagin interprété par Alec Guinness tous les stéréotypes de la tradition iconographique liée à ce type de personnage. Par cet encadrement, Claude Singer permet au lecteur de replacer le film de Veit Harlan dans un contexte général de représentation qui, en quelque sorte, en relativise le contenu. Toutefois, aucun autre film que *Jud Süß* n'a jamais, à notre connaissance, contenu un appel au meurtre (fût-il symbolique) aussi abrupt que celui qui figure dans les dernières minutes du film de Veit Harlan. Après l'exécution du personnage principal, la phrase glaçante : « Dans trois jours, tous les Juifs sans exception devront avoir quitté le territoire du Wurtemberg ! », joue le rôle d'une sinistre prophétie, à l'heure où, dans le Gouvernement général de Pologne, on commence à dresser, par des regroupements de population, le cadre concret de l'extermination. Ce passage constitue l'équivalent cinématographique du discours prononcé par Hitler devant le Reichstag le 30 janvier 1939, discours au cours duquel il prédit explicitement la destruction des Juifs d'Europe en cas de guerre mondiale.

Mais, dans le livre de Claude Singer, c'est surtout l'analyse du film de Veit Harlan qui

fera date : elle est conduite avec rigueur, minutie et pertinence. L'auteur s'appuie sur son excellente connaissance des rouages de la propagande hitlérienne pour démontrer, par l'analyse de l'image, la profonde imprégnation de l'antisémitisme dans le contenu filmique. Il divise son décryptage en plusieurs chapitres : les origines du projet, le scénario, les techniciens, l'impact, l'exploitation et les critiques. Ainsi apporte-t-il de nombreuses informations nouvelles, ou tout au moins éparées, et les rassemble en les agrémentant de nombreuses illustrations. Au demeurant, il faut souligner la qualité iconographique de l'ouvrage qui comporte, en particulier, l'intégralité du ciné-roman tiré de *Jud Süß* publié par *Le film complet* en juin 1941 : mille détails dans la mise en page, le style et la terminologie de ce numéro annoncent l'exposition *Le Juif et la France* qui se tiendra au palais Berlitz en septembre 1941. À la fin de son livre, Claude Singer apporte quelques éléments utiles sur la carrière ultérieure du film qui fait maintenant presque partie du patrimoine cinématographique classique, disponible à l'achat sur l'internet et étudié dans les universités. Malheureusement, son utilisation s'étend aussi aux milieux néo-nazis européens et à certains milieux extrémistes anti-sionistes : le film de Veit Harlan constitue désormais, avec les *Protocoles des Sages de Sion*, un corpus paradigmatique et clandestin à l'usage des nostalgiques de l'antisémitisme d'État.

Le travail de Claude Singer révèle la posture accablante de Veit Harlan dans cette affaire. Certes, il n'est pas concevable de contester la responsabilité écrasante du réalisateur d'un film aussi contraire aux traditions d'humanisme et de connaissance que véhicule le cinéma depuis son invention. Pourtant, les efforts de ce cinéaste pour reprendre après-guerre sa carrière de metteur en scène et ses dérobades continues destinées à faire peser sur Goebbels la responsabilité de cette oeuvre ont presque fait oublier la véritable nature du travail cinématographique dont résulte *Jud Süß*. Le décryptage auquel se livre Claude Singer montre que, dans ce film, rien n'a échappé au cinéaste : dans *Jud Süß* comme dans les productions de prestige qui ont suivi, Veit Harlan a poussé le révisionnisme historique à son plus haut

degré de rentabilité idéologique, adaptant pour le cinéma l'imaginaire des ligues pangermanistes du début du XX^e siècle qui prônaient la suprématie de la race nationale, l'importance de la conquête territoriale, le culte des grandes figures culturelles et le recyclage des mythes religieux nordiques. Les informations glanées par Claude Singer sur la réception du film sont passionnantes, en particulier dans l'analyse très fine qu'il nous livre de son exploitation française. Le public français n'était pas forcément sensible à la pompe ou à la frivolité des productions allemandes qui ont envahi les écrans pendant l'occupation, mais la composante spécifiquement antisémite de ce film a réveillé les consciences des spectateurs pro- et anti-allemands, ce qui a occasionné, dans les salles et devant les guichets, de sérieux désordres. Retenons, par exemple, les protestations d'étudiants catholiques lyonnais qui perturbèrent, en mai 1941, la projection du film au cri de : « Pas de films nazis : rendez-nous nos pommes de terre et gardez vos navets ! ». La seule figure attachante dans l'environnement de Veit Harlan – et Claude Singer en parle malheureusement assez peu – est celle de Thomas Harlan, le fils qu'il a eu avec Hilde Körber. Si l'on rappelle souvent que Christiane, la nièce de Veit Harlan, est l'épouse du cinéaste juif américain Stanley Kubrick, on oublie en revanche que Thomas est un metteur en scène et un romancier passionnant, qui a notamment mis en scène un ancien criminel de guerre nazi, Alfred Filbert, dans *Wundkanal* (1984), terrifiant exercice d'accusation et de thérapie personnelle, entièrement voué à la haine du père et à la mise en cause radicale du nazisme (cf. H. Loewy, « Contes tragiques, Heimatfilme ou mélodrames ? Les générations allemandes et l'Holocauste », *Questions de communication*, 4, 2003, pp. 343-364). À ce titre, il faut voir le documentaire de Robert Kramer *Notre nazi* (1984), dans lequel Thomas Harlan évoque le thème de la culpabilité paternelle avec lucidité et férocité. Faisant oublier la figure médiocre d'un père en quête permanente de réhabilitation, mais fasciné jusqu'au bout par les dignitaires nazis et le prétendu magnétisme d'Hitler, Thomas Harlan a raconté comment, lorsqu'il était enfant, il arrivait que son père et Goebbels le réveillent en pleine nuit pour l'emmener au

centre de Berlin, où le ministre de l'Information et de la Propagande faisait ouvrir pour lui le rayon « jouets » des grands magasins... Cette vision d'épiphanie, miraculeusement préservée dans le souvenir critique d'un ancien enfant du nazisme, nous explique aussi comment un film comme *Jud Süß* a pu voir le jour.

Vincent Lowy
CÉRIME, université Strasbourg 3

Didier STÉPHANY, *Développement durable et performance de l'entreprise.*

Bâtir l'entreprise DD.

Paris, Éd. Liaisons, 2003, 266 p.

Alors que beaucoup d'auteurs qui traitent du développement durable (DD), en anglais *Sustainable Development*, en restent à une définition fonctionnelle, liée à la publication du rapport Brundtland de 1987 et qui consiste à « répondre aux besoins présents sans compromettre la capacité pour les générations futures de satisfaire les leurs » (p. 24), Didier Stéphanly propose ici la clarification d'une idée aux contours flous qui serait, selon lui, mal connue.

Dans un ouvrage structuré en onze chapitres, l'auteur, par ailleurs consultant en DD dans une société franco-allemande, explique pourquoi cette idée – relativement ancienne, bien que bénéficiant d'une publicité certaine – peine à devenir opérationnelle dans les entreprises. Pour Didier Stéphanly, bien qu'il s'agisse d'un phénomène de mode fortement médiatisé, l'exigence d'un tel développement trouve sa source dans une série de courants de pensée, à la fois anciens et hétérogènes, qui vont d'une éthique religieuse d'inspiration chrétienne à des conceptions philosophiques laïques militantes. La responsabilité à l'égard des générations à venir n'est pas toujours considérée comme une évidence. En outre, l'intérêt porté au développement est loin d'être spontané et volontaire de la part des entreprises parce que celles-ci veulent avant tout rester compétitives. Néanmoins, cette conception s'impose en raison de l'influence de deux mouvements : celui d'une pression citoyenne renforcée par des ONG, des associations et courants dont l'influence peut parfois aller jusqu'à faire disparaître un produit, une marque, voire menacer « la