

**DM n° 1 : Résumez le texte suivant en 200 mots +/- 10%**  
**A rendre impérativement le 26 (PCSI) ou le 29 (MPSI) septembre**  
**Paul Veyne – propagande et apparat**

On qualifie aujourd'hui de propagande monarchique les monuments, les décors, les palais qui rehaussaient la figure d'un souverain d'autrefois, on répète que le décor sculpté ou peint des églises médiévales était la Bible des illettrés, on dit que les frises sculptées qui s'enroulent autour des colonnes de Trajan et de Marc Aurèle à Rome, ou de Napoléon sur la place Vendôme à Paris, étaient de la propagande impériale. Or un petit fait paradoxal est que souvent les décors figurés de ce genre sont ainsi placés dans la construction que leurs détails ne sont guère visibles ; en outre, ils étaient difficilement compréhensibles pour l'homme de la rue, lequel, du reste, se souciait fort peu de les regarder. [...]

La faible « lisibilité » d'une imagerie peu visible ne signifie pas pour autant que l'iconographie est une vaine science qui ne nous apprendrait rien sur une société, ses réalités, ses idées ; au contraire, une image trop savante qui n'émeut guère les passants traduit au moins les idées de ceux qui ont conçu cette image et qui sont souvent proches des autorités politiques ou religieuses ; elle représente une doctrine officielle. Nous ne prétendons pas non plus que Versailles, la colonne Trajane ou le décor des cathédrales n'impressionnaient pas les populations, bien au contraire : [...] la colonne, surmontée d'une statue du prince et rehaussée par une débauche de bas-reliefs qui la couvrent de bas en haut, se dressait comme une preuve de l'emprise impériale sur Rome, elle occupait l'« espace public ».

Mais faut-il pour autant parler de propagande ? Ce mot est trompeur ; loin de faire mieux comprendre les faits antiques en les rapprochant d'une réalité qui nous est plus familière, il méconnaît la mentalité politique d'autrefois. Le palais de Versailles n'était pas de la propagande. C'est d'apparat, de faste monarchique qu'il faut parler : un prince dont la supériorité naturelle s'imposait d'elle-même n'appartient pas au même âge historique qu'un dictateur qui fait le siège des consciences à chaque coin de rue. La propagande, comme la publicité commerciale, vise à convaincre, à « **faire croire** » ; l'apparat royal, lui, avec ses monuments, ses cérémonies, manifestait la splendeur du souverain, à laquelle ses sujets étaient présumés croire d'avance. Comme la propagande, cet apparat exerçait une action psychologique, mais différente : il était censé émaner naturellement de la grandeur du maître ; il n'en était que plus impressionnant. Ce qu'on attend d'un faste, d'un apparat, est qu'il soit fastueux : il n'est pas nécessaire qu'il soit lisible comme un tract. Voilà pourquoi la visibilité des reliefs de la colonne Trajane n'importait guère ; l'effet global suffisait. Les cieux expriment la gloire de Dieu, mais il est inutile, pour en être impressionné, de déchiffrer les constellations une par une.

[...] Car les œuvres d'art sont souvent plus expressives qu'informatives. Le langage nous sert tantôt à communiquer de l'information (« il est cinq heures » ), tantôt à donner des ordres (« gardes, qu'on m'obéisse ! » ), tantôt à exprimer, pour nous-mêmes ou pour l'Absolu, ce dont notre cœur déborde (« quelle paix en mon cœur ! Quelle gloire est la

mienne ! »). Mais, à vrai dire, l'information donnée à autrui contient toujours plus ou moins d'expression de soi-même ou, pour parler un jargon expéditif, de narcissisme ; la propagande la plus cynique recèle une part de ce narcissisme. On ne peut pas tout ramener à de la propagande ni à de la *conspicuous consumption* selon Veblen ni à de la « distinction » sociale selon Bourdieu ; ce serait du rationalisme un peu court ou du puritanisme satirique.

Le problème se déplace alors de la sémantique vers une pragmatique : ce qui importe est moins le contenu du message que la relation qu'il établit avec autrui. Et c'est ici que nous retrouvons une force des images qui est aussi puissante que celle de la propagande. Expression de la grandeur monarchique, le décor de la colonne semble ignorer l'existence des spectateurs, mais n'en établit pas moins un rapport de force avec eux, qui se trouvent moins informés qu'impressionnés. L'apparat monarchique est une expression de soi qui est impressionnante pour autrui parce qu'elle semble découler d'une supériorité naturelle qui se suffit. [...] Quand nous étions enfants, dans notre église paroissiale, les grands tableaux mystérieux et indistincts qui étaient accrochés aux murailles ajoutaient à l'autorité solennelle du sanctuaire.

[...] Les auteurs de pareils décors publics ou privés, ainsi que leurs conseillers, ont voulu satisfaire leur conception idéale ; à la différence des publicitaires d'aujourd'hui, ils n'ont guère songé à viser une « cible », une catégorie donnée de destinataires. [...]

Ce qui nous amène à faire encore une autre distinction. Quand elle est compréhensible au commun des mortels, l'imagerie a une force didactique, éducative ; l'identité nationale et républicaine des Français se formait autour de quelques symboles simples, répétitifs et compris par tous. Mais une imagerie possède aussi sa force pragmatique, qui agit sur les esprits par la position qu'elle prend par rapport à ses interlocuteurs, auxquels elle s'adresse comme ayant autorité ou même en semblant les ignorer. Cet effet se retrouve partout à quelque degré ; outre son message, une coûteuse campagne de publicité moderne prouve la richesse et la puissance de la firme qui l'a commandée, ce qui lui attire le respect et la confiance de l'acheteur.

[C]ette pragmatique [agit] même lorsqu'une image est incomprise ou qu'elle n'est qu'entrevue. Des millions d'étudiants et des milliers de professeurs sont passés entre la place du Panthéon, à Paris, et la Sorbonne sans avoir jamais regardé les figures de marbre, nues ou en vêtements antiques, qui, aux frontons de ces deux édifices, exaltent la Patrie et la Science : ils ne les ont jamais regardées ; ils ne sauraient pas davantage dire combien le Panthéon a de colonnes en façade. Les psychologues ont montré depuis longtemps qu'on n'a guère conscience du décor quotidien dans lequel on évolue. [...] Lorsque, dans un État contemporain, le portrait du dictateur est présent dans toutes les rues, cela prouve que cet homme est partout le maître. Dans les défunts régimes socialistes, des haut-parleurs diffusaient des discours officiels dans les rues ; le contenu sémiotique des discours n'était que « langue de bois » qu'on n'écoutait pas, mais le pouvoir prouvait par le fait, « pragmatiquement », qu'il occupait l'espace public. Un monument public occupe, lui aussi, beaucoup d'espace ; le décor historié de la colonne Trajane jouait un rôle d'appoint, il en

rehaussait la splendeur, mais c'était le monument en son ensemble qui donnait la principale leçon. [...]

On vit ainsi dans un décor urbain rempli de significations qui sont confuses, mais qui n'en sont pas moins collectives, catégorielles et hiérarchisées ; ce décor muet suggère leur identité ethnique et politique aux habitants. Car la socialisation ne se fait pas seulement par voie discursive, par la parole. D'un côté, il y a l'information, la propagande ou l'enseignement, qui sont des entreprises discursives ; de l'autre côté, il y a une socialisation involontaire par imprégnation silencieuse. Nous autres professeurs avons tendance à privilégier ce qui « dit » quelque chose, textes ou iconographie, mais l'existence muette de monuments, de cérémonies, de processions, de vêtements d'apparat, de portraits impériaux, contribuait aussi à modeler les esprits. Tout cet étalage fastueux, muet et opaque imprègne plus efficacement les esprits que ne le ferait une prédication intentionnelle et discursive ; il est reçu avec moins de méfiance. À notre époque et du moins en France, l'enseignement par l'école ne peut pas remplacer l'apprentissage, fort différent, des règles sociales ou politiques par l'exemple et par l'emprise du monde familial et social ; d'où l'inefficacité dramatique de l'éducation civique scolaire et du volontarisme en pareille matière.

Nous allons retrouver ici la différence entre apparat et propagande. Commençons par une définition : la propagande, comme la publicité, est l'entreprise de conquête d'une opinion encore incertaine ; « *propaganda concerns opinion, not consensus ; it relates only to controversial matters, not to those on which disagreement is excluded by the group* ». Elle vise à convaincre des gens qui ne sont pas convaincus d'avance ou qui sont sans opinion, elle cherche à conquérir des consommateurs, des électeurs, des partisans. Rome n'ignorait pas la chose ; le conflit entre Octave et Antoine avait vu paraître une littérature de pamphlets ; à toute époque, de « faux » Oracles sibyllins étaient l'instrument favori des propagandes extrémistes, des soulèvements d'esclaves.

L'apparat, lui, ne vise pas à conquérir les esprits, car les sujets du roi sont déjà convaincus de la légitimité de leur maître ou présumés l'être : on ne suppose pas un instant qu'ils puissent en douter. Un consensus monarchique bien établi n'a pas besoin de propagande. Mieux encore : en déployant du faste, le souverain ne fait qu'être lui-même et ne doit pas savoir qu'il maintiendra ainsi les esprits dans cette conviction. Il règne par un droit évident : il est de plus haute stature que ses sujets, sa haute fonction se confondant avec sa personne. [...]

On fait de la propagande afin de devenir dictateur ou de le rester, tandis que l'apparat est déployé parce qu'on est le roi. Le faste que déploie le monarque est l'aspect physique de sa grandeur naturelle. Les historiens actuels de l'Ancien Régime, a-t-on écrit, voient dans l'imagerie royale une arme de propagande, mais en fait ce n'est là que « *the general truism that magnificence was accepted as an attribut of princes* ». Par exemple, un roi se doit d'être l'homme le plus riche de son royaume ; à son avènement, raconte Philon, Caligula était très populaire, car le monde entier était perclus d'admiration devant l'héritier d'un si grand

empire, de tant d'objets précieux, de coffres débordant de tant d'or, d'une armée aussi nombreuse.

On ne peut pas qualifier de propagande tout message qui émane du Pouvoir. Les préambules moralisateurs des édits impériaux ne relèvent pas de la propagande, mais de l'art du sermon : l'empereur s'y conforme à son image de censeur des mœurs, plus qu'il ne cherche à agir sur l'opinion ; les hommages que le peuple et le Sénat rendaient au souverain, les éloges emphatiques de l'empereur qui étaient de rigueur dans toute déclaration publique, n'étaient pas non plus de la propagande : c'était un rituel monarchique et patriotique. Propagande et cérémonial font deux. Le culte, l'encens, la « flatterie » qui entouraient Elisabeth d'Angleterre ou Louis XIV célébraient l'office de leur gloire et ne se proposaient pas de les installer sur le trône ; le château de Versailles pourra faire de Louis XIV un roi plus grand que les autres, mais non pas le rendre plus roi : il l'était, si l'on peut dire, « toujours déjà ». La propagande est de la rhétorique, elle cherche à convaincre, aussi peut-on parler d'une propagande mensongère, tandis que parler d'un faste royal mensonger n'aurait guère de sens : il ne peut mentir, puisqu'il ne dit rien ; il se fait voir et n'affirme pas, tandis que la propagande est assertorique. Individu grand par nature, le monarque n'appartient pas au règne des règles et conventions ; nous prenons l'apparat pour de la propagande parce que nous réduisons la monarchie à des institutions et à des effets de pouvoir, en en méconnaissant l'opacité psychique (qui n'est pas due à du « **faire croire** », mais qui est bel et bien une croyance profonde et spontanée). De nos jours, à Washington ou Brasilia, le faste n'appartient plus qu'à une abstraction, l'État, la nation.

Et pourtant l'apparat est aussi efficace que la propagande, mais il l'est par des voies diamétralement opposées. La propagande, cette rhétorique, cherche à persuader du droit de commander ; l'apparat, lui, en est le symétrique inversé : il affecte de présupposer que tout le monde est persuadé de cette légitimité. Mais, bien qu'il se garde de le savoir (comme on verra), l'apparat n'est pas plus désintéressé que la propagande : c'est une expression impressionnante de soi-même qui maintient les sujets dans leur conviction de la grandeur royale ; ou plus exactement elle n'expose pas cette grandeur à perdre de son évidence : l'apparat est un organe si inséparable d'un monarque qu'il lui procure, non un plus, mais l'absence d'un moins. Une démocratie paisible peut très bien se passer de propagande, une monarchie est impensable sans apparat. Aussi est-il indispensable à tout nouveau maître ; vers 1450, à Florence, Pitti, ayant conquis le pouvoir par la violence, se fit aussitôt construire un palais gigantesque. Un roi règne, non par la volonté du peuple, mais par son droit naturel, parce qu'il s'appelle lion, or il n'est pas de lion sans crinière. Paul Veyne, « Lisibilité des images, propagande et apparat monarchique dans l'Empire romain », *Revue historique*, 2002/1 (n° 621), p. 3-30. **Paul-Marie Veyne (1930-2022)**, historien et universitaire français, spécialiste de la Rome antique, ancien élève de l'École normale supérieure, membre de l'École française de Rome (1955-1957) fut professeur au Collège de France.