

**Service Cinématographique des Armées et la guerre de
libération nationale**
Idéologie d'une représentation
Cinematographic Service of the Armies and the National Liberation
War Ideology of a representation

Irchene Abdelghani

Université Mouloud Mammeri Tizi Ouzou (Algérie),
abdelghaniirchene02@gmail.com

Date de réception : 29/04/2021 ; Date d'acceptation : 23/05/2021 ; Date de publication : 07/2021/2021

Abstract

The representation of the Algerian war and its memories in France are structured by multiple factors: political, military and media. The media were very marked by French politico-military propaganda, in particular through the Army Cinematographic Service (SCA) which controlled film and audiovisual production for a long time throughout the war period. Today again, this is why this study must enlighten us on the functions and the mechanism of the propaganda of SCA, whose problematic of our research is articulated on the following point : how the Algerian war of liberation was represented by the film SCA ? Our analysis should therefore allow us to question the memory of the Algerian liberation war in the light of cinematographic productions, a source of archives which represents a very sensitive scientific, media and ideological issue.

Keywords: cinematographic service of the armies; liberation war; représentation.

résumé

La représentation de la guerre d'Algérie et ses mémoires en France sont structurées par de multiples facteurs : politique, militaire et médiatique. Les médias ont été très marqués par la propagande politico-militaire française, notamment à travers le Service Cinématographique des Armées (SCA) qui contrôla longtemps la production cinématographique et audiovisuelle pendant toute la période de la guerre. Aujourd'hui encor, c'est pourquoi cette étude doit nous éclairer sur les fonctions et le mécanisme de la propagande de SCA, dont la problématique de notre recherche s'articule sue le point suivant : comment la guerre de libération Algérienne à été représentée par le service cinématographique des Armées ?

Notre analyse doit donc nous permettre d'interroger la mémoire de la guerre de libération algérienne à l'aune des productions cinématographiques, une source d'archives qui représente un enjeu scientifique, médiatique et idéologique très sensible.

Mots-clés : service cinématographique des Armées ; guerre de libération ; représentation.

*Irchene abdelghani

I- Introduction :

La problématique de la guerre d'Indépendance Algérienne bénéficie aujourd'hui d'une grande visibilité dans le paysage médiatique et cinématographique français au la guerre d'Algérie et les mémoires qui lui sont liées constituent une question plus vive encore.

La construction des mémoires de la guerre d'Algérie en France a été conditionnée par de multiples facteurs dans un contexte de divisions politiques et de fractures de l'opinion. Cette communication ne constitue pas à proprement parler d'une histoire de la mise en place des mémoires de chacun des acteurs mais plutôt une approche de deux temporalités qui se Rapportent à ce conflit, le temps de l'oubli et celui de la redécouverte.

Filmer la guerre d'Indépendance algérienne reste une problématique très complexe, Il nous semble qu'une des manières d'aborder ce thème est de s'intéresser à l'image de cette guerre d'Algérie sur les écrans, pendant la guerre, Cette dernière est un évènement particulièrement délicat, ça problématique continue à provoquer des controverses très sensible entre les groupes de mémoires qui s'oppose toujours ; mémoire des pieds-noirs contre celle des Algériens, mémoire gaulliste contre partisans de l'Algérie français et mémoire des anciens soldats.

Pour comprendre les enjeux du passé coloniale et la représentation de cette problématique dans les écrans du cinéma, particulièrement le cinéma militaire et son impact sur la vie politique et médiatique et culturelle et sociale et historique, j'ai choisi d'analysé les productions cinématographiques (les actualités, films), qui constituent un terrain fertile et privilégié pour la propagande idéologique coloniale de ce conflit historique entre la France et l'Algérie.

Il s'agit de donner les concepts et les outils d'analyse permettant de comprendre les représentations de la guerre d'Algérie à l'écran militaire français et de saisir ces mutations et ces effets à travers l'histoire (pendant le conflit jusqu'à ce jour), faisant appel à l'observation et à l'analyse des documents filmiques d'archives, et même à des enquêtes empiriques à dimension historique.

Notre recherche s'intéresse sur le cinéma de propagande à travers le SCA, afin de comprendre l'utilisation de la technique cinématographique au service d'une politique coloniale française en Algérie. Notre problématique s'articule sur : comment le service cinématographique des armées à utiliser le cinéma pour représenter la guerre de libération Algérienne ?

Les hypothèses argumentées des réponses à la question principale :

- ❖ ***Il y a une difficulté du cinéma français militaire à affronter l'histoire de la guerre d'Algérie, à jouer ce rôle de catharsis des grands moments de cette événement l'histoire :***

La guerre d'Algérie et au-delà le rapport qu'entretient la France avec son ancienne colonie (Algérie) sont des sujets que les autorités nationales, civiles comme militaires, continuent d'aborder avec beaucoup de réticence, quitte à les occulter totalement à moins d'y être contraintes et forcées.

La guerre d'Algérie est longtemps restée ce miroir sombre dans lequel la France voyait se refléter son incapacité, en France aujourd'hui cette question n'est pas réglée. Dans l'inconscient collectif, il y a quelque chose de ce rejet - de cet événement d'histoire - qui continue, parce que cette question n'a jamais été pensée dans sa globalité sur les cinquante dernières années. Ça devient un refoulé.

- ❖ **Entre obscurantisme, manipulation politique, censure et oublis, contribue à diffuser une image souvent tronquée ou déformée de la guerre d'Algérie :**

La guerre d'Algérie reste un sujet difficile à aborder en France. Un tabou qui n'a pas épargné le cinéma français. Tels sont donc les points auxquels tente de répondre notre recherche scientifique à travers cette étude dont l'objectif à atteindre est de jeter un regard sur les conceptions liées à l'imaginaire de cette guerre conçu par le SCA, c'est étudier la manière dont l'État a utilisé le cinéma pour évoquer cette guerre d'indépendance.

I. Service Cinématographique des Armées (SCA) :

1. Aperçu historique de SCA :

Le Service Cinématographique des Armées est composé de deux sections, la Section photographique et cinématographique de l'armée (SPCA).

La première section photographique et cinématographique des armées naît en 1915 et est mise en veilleuse entre 1919 et 1939. (Sébastien Denis, 2009, p.11)

Les premiers opérateurs de la SCA sont des cameramen issus de maisons privées. Leur travail sur le terrain est rigoureusement encadré : déplacement uniquement sur ordre de mission du ministère de la Guerre ou du Grand Quartier général, prise en charge sur le front par un officier d'état-major... Photographes et cameramen travaillent toujours de concert : leurs images portent ainsi sur les mêmes thèmes. Le matériel utilisé est au départ celui des opérateurs dans le civil, puis des caméras sont louées. Chacun envoie ses négatifs à la maison de production à laquelle il est rattaché, qui est chargée du tirage et du développement des films

Dès 1917, un film d'actualités est composé toutes les semaines : sous le titre des *Annales de la Guerre*, il présente cinq à six sujets militaires, politiques, internationaux ou artistiques. Chaque numéro des *Annales* est tiré à vingt-cinq exemplaires et envoyé dans les pays où des contrats d'exploitation ont été signés. Ces images sont destinées à rassurer les familles et à divertir les soldats. En effet, la SCA crée des structures de diffusion spécifiques : le « cinéma aux poilus » en 1915 et en 1917 « le

ciné cantonnements », dans près de 400 salles de projection. Les « tournées cinématographiques » permettent enfin de projeter ces images dans les zones rurales. Avec le théâtre aux armées.

Neuf cent trente films ont été réalisés par la section entre 1915 et juillet 1919 (Yann PERON, 2005, p.124)

Le Service Cinématographique des Armées (SCA), aujourd'hui ECPAD (Etablissement de communication et de production audiovisuelle de la défense) a été créé en 1946 et il est implanté au Fort d'Ivry depuis 1948. L'annexe algérienne du service cinématographique des Armées est officiellement créée le 1^{er} mai 1942. (Bastien Chastagner, 2013, P17).

le ministère des Armées s'organise progressivement dans le domaine de l'information : de janvier 1946 à mai 1947 sont successivement créés le Service d'information du ministère des Armées (SIMA), le Service des informations militaires (SIM) réduit ensuite à une Section des informations militaires, et enfin le Service d'information du ministère de la Guerre (SIMG) commun au ministre et au chef d'État-Major général, qui s'appuie sur les antennes développées auprès des trois secrétariats d'État des armées. En juin 1952.

Au sortir de la seconde guerre mondiale, l'armée française prend part active à la réalisation de films visant à glorifier le rôle des militaires métropolitains et coloniaux dans la victoire alliée, par le biais du service cinématographique des Armées, qui aura statut définitif à partir de 1948. (Sylvie Lindeperg, 1997, p. 105)

Pendant la guerre, le SCA Alger dépend du 5^e bureau EMI de la région X^e région militaire, tandis que les deux sous-sections d'Oran et de Constantine sont placées pour emplois dans ces deux corps d'armées, tout en relevant organiquement du chef du SCA Alger. (SHD-T, 1h2515/1, 21 mai 1959).

2. Le fond d'archives cinématographique du SCA :

Le corpus cinématographique est réparti en trois ensembles :

❖ La série ACT :

Elle est constituée par l'ensemble des rushes tournés par des cadres du SCA d'Alger entre 1946 et 1963, le volume de cette

série est estimé à environ 1055 titres. (Bastien Chastagner, 2013.p.20).

❖ **La série SCA :**

Elle regroupe l'ensemble des produits montés et sonorisés par le service cinématographique des Armées entre 1945 et 1963. Le volume est estimé à environ 150 titres, qui peuvent être catégorisés dans les différents genres :

- I. Les films d'instruction : ont pour but l'apprentissage d'une technique de guerre ou de commandement à l'attention des soldats, des sous-officiers ou des officiers.
- II. Les films d'actualités : destinés aux militaires, présentent des faits d'armes ou prises de position sur la guerre en cours.
- III. Les films documentaire, destinés aux militaires et aux civils, contiennent des idées générales sur le déroulement du conflit.

Ces montages de propagande ont une mission de service public : informer la métropole sur les « événement » (actualités ou documentaires diffusés dans les salles de cinéma) et, en retour, renforcer le moral des troupes par le sentiment d'un soutien national (le magazine des armées). (Jean-Pierre Bertin-Maghit, 2015, p. 31).

❖ **Les collections issues des fonds privés**

Douze titres réalisés au cours de la guerre d'Algérie composent, à ce jour, la collection « FA » (film amateurs ou films acquis). La pratique amateur s'inscrit en général dans la durée et permet d'entrevoir une approche esthétique intime avec le ou les sujets représentés et les individus filmés. (Bastien Chastagner, 2013.p.21)

3. Les films du Service Cinématographique des Armées :

Le SCA a produit une série de courts métrages documentaires et fictions sur les actions de l'armée française en Algérie pendant la durée de la guerre d'indépendance : des films

d'instruction, films d'actualités, mais surtout des films d'information, diffusés par le canal de sociétés de diffusion qui assuraient la distribution de ces films après l'obtention des visas d'exploitation et de censure.

À la différence des photographies, aucun film n'a été tourné en Algérie avant l'été 1955. Les débuts de l'insurrection algérienne sont donc absents des collections filmiques de l'ECPAD. (Archives.ecpad.fr.2015).

Entre 1957 et début 1959 le SCA a produit plusieurs films documentaires : SCA 137 Le Dahra, 1957, SCA 138, Vallée de la Mekerra, 1957, SCA 142, Les Zibans pays des palmes, 1958 ; SCA 146, Djanet, 1958 ; SCA 151, Le poste de Bou-Maad, 1958 ; SCA 152, Ténès, 1959, (Sébastien Denis, 2009, p.141).

II. La SCA au service de la guerre la guerre psychologique :

La guerre d'Algérie est marquée d'entrée de jeu par la lutte contre-révolutionnaire. L'action psychologique, née en Indochine et appelée à connaître un succès étonnant en Algérie, puisqu'elle devient rapidement la doctrine centrale des autorités militaires et civiles. La maîtrise des populations par tous les moyens militaires et médiatiques et le but même de l'action psychologique.

Afin de comprendre les images produites par le SCA en Algérie et plus généralement sur la guerre, il est nécessaire d'insister sur le fait que le service, au fort d'Ivry ou à Alger, n'a pas d'indépendance réelle. Son action est toujours décidée à un niveau plus élevé, il s'agit avant tout de cinéma de commande, le SCA est le seul qui puisse réaliser physiquement des films relatifs à l'Algérie dans le cadre institutionnel. (Sébastien Denis, 2009, p.116-117)

Le Service d'action psychologique et d'information de la Défense nationale (SAPIDN) est créé auprès du cabinet civil du ministre de la Défense. Il devient, en novembre de la même

année, Service d'action psychologique, d'information et cinématographique des armées (SAPICA), auquel est rattaché l'Établissement cinématographique des armées.

Les réalisateurs et les opérateurs sont soumis sous un contrôle bien structuré dans une seule logique c'est défendre l'Algérie française d'une guerre psychologique afin de contrôler les populations, bien plus important que celui des territoires. Les instruction militaires données aux opérateurs et photographes, et les concepteurs des affiches de propagande de la SCA nous renseignent ainsi sur les méthodes utilisées dans la guerre psychologique en Algérie dont l'image est un support très important. S'écartant de l'analyse institutionnelle et technique, cette recherche que nous avons mené dans les archives de château de Vincennes s'attache à la portée esthétique et sémantique des images de propagande. Images et discours diffèrent selon les

supports utilisés et selon les publics visés mais quelques points de convergence sont avancés et démontrent que la propagande est bien structurée même dans les petit détails afin de marquer les esprits et la mémoire visuelle des populations algériennes, exemple :

NOTE d'INFORMATION N° 2

concernant la technique de l'Action Psychologique (1)

I/- LES "RESSORTS" PSYCHOLOGIQUES

Le principe et le but de l'action se résument d'un mot : "S'IMPOSER"

A/- La propagande doit s'appuyer sur les tendances favorables qui existent dans les esprits :

- le goût de l'information : curiosité et besoin de certitude
- la paresse d'esprit qui pousse à accueillir des solutions toutes faites
- l'aspiration à un mieux être ; toute propagande doit répondre à un besoin fondamental des esprits qu'elle frappe (besoin de bonheur ou de plaisir, goût du confort, etc...)
- l'envie (au sens large) sous forme d'émulation et d'ambition ou encore de rivalité ou de jalousie
- la sensibilité : la propagande peut tendre à éveiller la sympathie la pitié, l'indignation, bref tous les sentiments.

B/- La propagande doit désemer les tendances défavorables -

- réaction de défiance ("c'est de la propagande")
- réaction de refus et d'hostilité

.../...

(1) Il n'existe pas de principes d'action psychologique universellement applicables. L'action doit donc être adaptée aux groupes ethniques, aux particularités régionales, à l'état d'esprit des populations (récentement pacifiées, non contaminées ou déjà contaminées). Une note n° 3 se propose d'examiner les nuances qu'il faut apporter aux règles ici exposées lorsqu'elles doivent diriger une action destinée à la population musulmane.

II/- LES PROCÉDES -

Le but est de frapper, d'inscrire dans la mémoire visuelle ou auditive une image ou une formule capables de s'inspirer grâce à leur force propre.

A/- Procédés Généraux -

1°) Des Images qui parlent et des Phrases qui font image -

Le problème est de transformer une notion simple en chose optique ou psychologique. Il faut entrer plus qu'à dénoter.

Par exemple, dans l'affiche le texte ne doit pas être plus qu'une précision et doit passer au second plan par rapport à l'image. L'image (picturale ou littéraire) se fixe dans la mémoire plus rapidement et plus profondément qu'un texte purement rationnel. La vision prime le jugement.

2°) Crée des associations d'idées, des réflexes conditionnés :

Il faut jouer sur les forces affectives, les désirs, et les sentiments profonds. Une expression qui se prend au sens idéal est ainsi efficace qu'une expression imagée. L'affiche ou le slogan ne doivent pas être un simple slogan (dans lequel la notion renvoie de façon univoque à la réalité désignée que le mot lui renvoie à la réalité fou) mais symbole : c'est à dire que l'expression doit pouvoir recevoir plusieurs sens ; ainsi le feu peut être considéré comme un symbole de pureté, de spiritualité etc...

L'image doit donc suggérer, éveiller pas seulement montrer. On peut donner pour exemple le style des paraboles, plus concret, plus suggestif et plus expressif (surtout pour un auditoire simple) que l'énoncé logique et abstrait de telle ou telle vérité : la métaphore, la fable, le proverbe qui traduisent en image une idée abstraite, ont la même vertu.

L'image ne doit pas faire appel à la réflexion mais pour ainsi dire aux réflexes. Elle doit suggérer des associations d'idées (exemple : l'homme au couteau entre les dents, et toutes les affiches faisant appel à des images de soleil, de jeunesse, de fleurs). Pour l'affiche, il est bon d'utiliser les personnages humains qui sont les plus significatifs surtout lorsqu'ils ont un sens mythique ou symbolique.

B/- Procédés proprement dits :

On peut considérer que le processus psychologique devant l'action de propagande comporte quatre étapes essentielles :

- 1°) - Choc physiologique
2°) - Choc psychologique
3°) - Maintien de l'attention nécessaire à la fixation
4°) - Acquisition de la conviction.

.../...

1°) Le Choc Physiologique -

Qu'il s'agisse d'actions par conférences, par radio ou par affiches, il importe de créer l'atmosphère. (Créer du rituel pour conduire au recueillement religieux) l'auditoire doit se trouver dans un état de réceptivité totale (il est important par exemple, pour une conférence, de veiller autant que possible à tous les détails matériels : de faire en sorte que les auditeurs soient confortablement assis, dans une bonne salle, que la voix du conférencier soit agréable etc...)

Pour créer une disposition d'esprit favorable chez les auditeurs, différentes moyens sont à employer selon les techniques utilisées.

Par exemple il s'agit d'une conférence, l'heure choisie pour la conférence est importante. Il importe de créer le contact avec le public et de le mettre en état de détente et d'accueil. Pour cela différents moyens : faire rire, faire participer par la séduction, faire entendre de la musique etc...

Parce qu'il s'agit d'une affiche, il importe avant tout de faire intervenir le pouvoir des couleurs. Différentes expériences scientifiques ont montré que les couleurs frappent dans l'ordre suivant :

- 1 - noir sur blanc
- 2 - noir sur jaune
- 3 - rouge sur blanc
- 4 - vert sur blanc
- 5 - blanc sur rouge
- 6 - jaune sur noir
- 7 - blanc sur bleu
- 8 - blanc sur vert
- 9 - rouge sur jaune
- 10 - bleu sur blanc
- 11 - blanc sur noir
- 12 - vert sur rouge

Il a été établi d'autre part que les meilleures combinaisons sont :

- le rouge sur le bleu clair
- le rouge sur le gris
- le rouge sur le jaune vert
- le rouge sur le jaune orangé

Il importe d'étudier le rapport des parties claires et foncées (fond/forme).

De grande importance est aussi le choix de l'emplacement par où passer les affiches, les faire ressortir sur fond de couleur de préférence ; se bord d'une route les placer sur un perpendiculaire à cette route ; aux affiches extérieures, donner un format assez grand, supérieurement à 90 x 120.

Enfin, il faut prendre soin d'assurer la visibilité et la lisibilité (le texte, aussi réduit que possible, de la phrase d'accrochage devra être d'un graphisme équilibré, aux lettres simples et suffisamment aérées); la couleur doit prédominer, et l'arabesque être très subordonnée; il est la nécessité de simplifier au maximum la ligne et la couleur (à plats francs).

.../...

Nota bene - Ces deux dernières remarques sont valables mutatis mutandis, pour les annonces de presse et de radio.

2°) Le Choc Psychologique -

Le choc psychologique (la perception) est assez facile à obtenir. Il importe surtout d'éveiller l'intérêt et de laisser une empreinte.

Le choc psychologique peut être produit de diverses façons :

- par l'effroi et le stupéfaction : le choc est produit par une idée, par une association inattendue, inédite et inoubliable (par exemple : des fuses de fusier, même une litote). La méthode consiste à "débalancer" les lieux communs, rejoindre les vérités premières, rendre sa voir et relater aux idées déconstruites par l'habitude. Le surprise produite doit être de préférence agréable.

- par l'agacement - il faut séduire, soit par l'humour (forme optimiste de l'ironie), la dérision, soit par l'appel aux sentiments profonds (désir de bonheur, intérêt, etc...). Pour cela il importe de dramatiser les conférences, c'est à dire être acteur. Ainsi s'explique ce que l'on peut appeler l'action de séduction.

- par la répétition - dont il faut user avec mesure pour ne pas exaspérer l'auditoire ou le mettre en état de défiance. L'image et le slogan en particulier doivent avoir une force obsessionnelle qui en favorise la pénétration inconsciente. Des formules répétées sur des alliterations (par exemple après l'effort le confort), s'imposent à la mémoire, demandent à être répétées.

- par l'éveil de l'intérêt - cette action que l'on peut appeler action d'association exige que l'on fournisse des documents, des faits et qu'il soit fait appel à l'intelligence de l'auditoire, sans exiger un style tout différent de celui qui est employé dans l'action de sympathie ou de séduction. On peut ainsi utiliser le prestige des chiffres (pourcentage etc...)

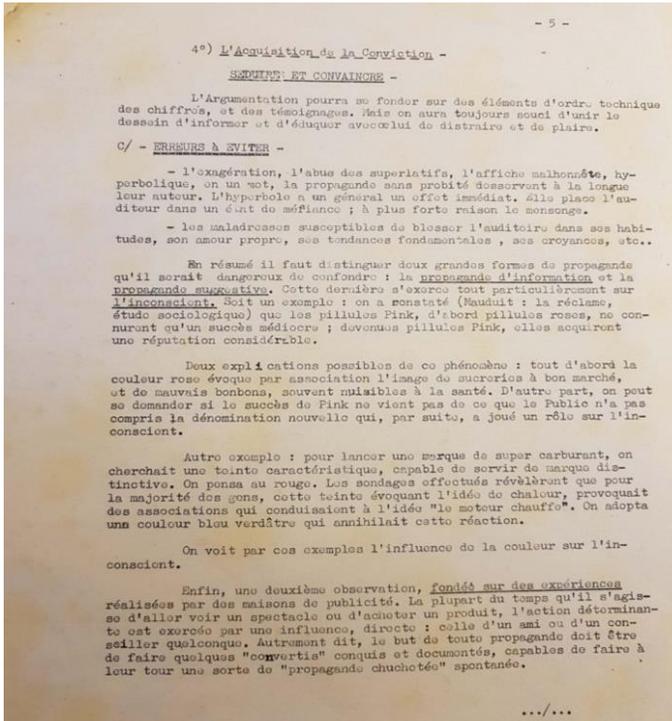
Ces différents procédés doivent être utilisés avec opportunité et utilisés tour à tour, suivant l'auditoire, suivant les sujets traités, suivant le but à obtenir, etc...

3°) Le Maintien de l'Attention -

Il faut, une fois l'attention attirée, l'entretenir, la régénérer (alors) faciliter l'acquisition. Le jeu de mots, l'association d'idées (allogène) facilite la fixation.

C'est un principe fondamental que l'action psychologique doit s'exercer dans un climat optimiste. C'est la nécessité de créer le climat favorable (par exemple : sur une affiche, les personnages représentés seront d'une démarche compatible avec leur rang social).

.../...



Cabinet du Ministère résidant en Algérie, note d'information n°2 concernant la technique de l'action psychologique (1956)

La guerre d'Algérie incite les autorités à amplifier et à pérenniser ce que l'on appellera désormais « l'action psychologique ». En Algérie comme en Indochine, il s'agit notamment de légitimer par la communication l'action de la France, aux yeux de l'opinion, certes, mais avant tout aux yeux des appelés du contingent qui participent à présent au conflit ainsi qu'aux yeux des autochtones. Jusqu'à la fin de l'année 1954, le service cinéma fait partie intégrante du SAPICA. En novembre 1954, il rejoint le service d'information, mais, par décision du 13 avril 1956, le ministre constitue le Service d'action psychologique et d'information de la défense nationale et des forces armées (SAPIDNFA) auquel le SCA est rattaché. Dans les faits, la position de l'établissement est encore discutée à la fin des années 1950. Sur le terrain, le SCA est fortement implanté

avec l'annexe importante d'Alger et deux dépôts secondaires à Oran et Constantine. Les films, notamment le *Magazine militaire Algérie-Sahara* et le *Magazine des Armées*, insistent sur l'effort consenti pour le développement des départements algériens, les réformes économiques du plan de Constantine et le succès de l'industrie pétrolière dans le Sahara.

Dans cette guerre qui officiellement n'en n'est pas une, on évite de présenter des images d'opérations militaires de grande envergure et le gouvernement général d'Alger s'applique à développer l'action de proximité, comme celle des compagnies de tracts et de haut-parleurs comme l'indiquent les photographies suivantes du SCA :



Photographie de propagande psychologique, SCA



Photographie de propagande psychologique, SCA

Les autorités coloniales française ont adopté deux concepts dans sa guerre de propagande durant la guerre d'Algérie selon le public visé suivant la séparation entre publics ennemis (guerre psychologique) et amis (action psychologique), mais la guerre psychologique qui prévaut, puisque destinée à une population considérée dans son ensemble comme pouvant être favorable à l'ennemi.

Toute les réalisations et productions doivent porter le projet politique de la France en Algérie qui se résume dans les points cités par le général Lorillot, commandant en chef de la 5^e région militaire :

- IV. Volonté de la France de rester en Algérie.
- V. Volonté de progrès sociale.
- VI. Affirmation des droits de la France sur l'Algérie.
(Sébastien Denis, 2009, P.123)

Le court métrage « le pays des Ziban » 1957, selon, Éveline Desbois, quatre phrases signalent le double objectif de ce film :

- VII. Mettre en valeurs l'œuvre de la France.
- VIII. Il s'agit de montrer que la paix règne. (Éveline Desbois, 1997, p.26)

Plusieurs films réalisés par la section « Algérie » du la SCA rendent compte des implications de l'action psychologique sur le terrain : il s'agit de productions destinées à soutenir des actions dans les régions déterminées et tournées au plus chaud de la période « psychologique »

(Sébastien Denis, 2009, p.41)

Le soldat-cinéaste aborde l'Algérien avec des idées simplistes entre mythification ou dénigrement trop souvent réductrice sur l'algérien.

(Jean-Pierre Bertin-Maghit, 2015, P184)

Par contre la mise en image de l'armée française à travers les clichés cinématographiques ou photographiques de la SCA rentre dans usage héroïque, selon les recommandations de l'administration militaire, l'esthétique militaire est importante, a dit Bigeard en prenant le commandement du 3^e RPC. On vous

regarde. À partir d'aujourd'hui, je veux que tous les hommes soient beaux. (Marc Flament, 1974, p.210) exemple de la photographie de la SCA ; les photographies de Marc Flament se révèlent particulièrement adaptées à l'usage pédagogique-héroïque, elles étaient conçues pour diffuser le 'mythe Para', d'une composition très soignée et d'essence picturale, le photographe héroïse les figures en captant les hommes le plus souvent en légère contre-plongée et utilise la lumière pour sculpter les corps, magnifier les formes, les muscle, les postures. au tirage, il Accentue les contrastes. (Marie Chominot, 2008, p.670)

III. Censure cinématographique pendant la guerre d'Algérie :

Jusqu'aux accord d'Évian, il ne sort pas de film sur la guerre d'Algérie. Cette absence s'explique à la fois par l'autocensure et pas la censure officielle, aucun réalisateur ne trouve d'appui financier s'il remet en question les choix politiques et militaires de l'état, quarante titres sont censurés de 1953 à 1962 dont une vingtaine interdite de 1954 à 1957. 105 films que les auteurs refusent de modifier ne peuvent sortir sur les écrans ou doivent subir une longue période de purgatoire. (Catherine Gaston-Mathé, 1997, p.36)

Le cinéma français civil et militaire est d'une grande prudence quand il s'agit de traiter de questions de la guerre d'Algérie, au cours du conflit même, la censure des gouvernements de l'époque empêche toute allusion à la guerre, ce mot « guerre » est interdit dans le vocabulaire cinématographique. Filmer la pacification et le rôle de l'armée et l'institution coloniale français mais pas la guerre. De manière générale, les autorités sont particulièrement vigilantes dès que l'honneur de la France et de son armée est mis en cause, même lorsque le film ne concerne pas directement le conflit en Algérie

Les épreuves montées et dotées de commentaires sur des cartons sont présentées en commission de censure militaire.

L'interdiction par la censure porte avant tout sur des images qui pourraient nuire au moral des troupes ou qui divulgueraient le secret des opérations. Un exemplaire de chaque film, même censuré, est remis aux archives du ministère de la Guerre avec les épreuves de tournage.

Le fonds de rushes militaires est assez fidèle à la volonté même du gouvernement de montrer une non-guerre. Les seules images réellement absentes du fonds SCA sont en définitive celles relatives à la torture. Or celle-ci n'ayant jamais été reconnue ouvertement à l'époque par l'état-major, sa mise en image semblait presque impossible. (Sébastien Denis, 2009, p.184.)

Conclusion :

L'image documentaire et fictionnelle, est parmi les formes et les outils de la propagande utilisés par les autorités coloniales françaises pendant la guerre de libération Algérienne. La matière filmique produite par le SCA, est caractérisée par un double discours dans la représentation symbolique et significative de l'autorité coloniale d'un côté, et de l'armée et de front de libération national d'un autre côté, En outre, son aspect manipulateur et trompeur a été toujours la base de sa conception, parce qu'elle a été conçue par les techniciens militaires de la propagande psychologique coloniale relevant du service cinématographique des armées.

Ainsi, les bandes d'images ont été abondamment utilisées dans la représentation positive du colonialisme en construisant des images positives du projet colonial français, la mission civilisatrice de la France en Algérie, mais paradoxalement, elles portent un contenu implicite négatif et despotique de peuple algérien et de l'Armée de Libération Nationale et de ce qu'elle représente.

Aujourd'hui, le cinéma militaire français représente la guerre de libération nationale algérienne comme une guerre sans image de guerre et sans visage, mais celle-ci s'avère impossible à taire totalement, car à chaque fois, elle est renouvelée par les enjeux des représentations post-coloniales, car il s'agit d'une mémoire historique refoulée qui tente perpétuellement d'apparaître à l'écran.

Références bibliographiques :

- 1- Sébastien Denis, **Le Cinéma et la guerre d'Algérie, la propagande à l'écran (1945-1962)**, Paris, Nouveau monde Éditions, 2009.
- 2- Yann PERON, **Images des 90 ans de l'ECPAD**, ECPAD, 2005.
- 3- Bastien Chastagner, **Les archives audiovisuelle du ministère de la défense, la guerre d'Algérie et les médias, question aux archives**, Théorème 18, Presses Sorbonne Nouvelle, 2013.
- 4- <http://archives.ecpad.fr/categorie/collection-2/algerie/vidéos/algerie.2015>.
- 5- Éveline Desbois, « **les actualités françaises pendant le conflit : des images en quarantaine** » la guerre d'Algérie à l'écran, CinémAction, N°85, 4^e trimestre 1997.
- 6- Sylvie Lindeperg, **les écrans de l'ombre, la seconde guerre mondiale dans le cinéma français 1944-1969**, Paris, CNRS Éditions, 1997.
- 7- SHD-T,1h2515/1, 21 mai 1959, note de service, colonel de Boissieu.
- 8- Jean-Pierre Bertin-Maghit, **Lettres filmées d'Algérie, des soldats à la caméra 1954-1962**, Paris, Éditions Nouveau Monde, 2015.
- 9- Marc Flament, **Les beaux-arts de la guerre**, Paris, Éditions La Pensée Moderne, 1974.
- 10- Marie Chominot, **Guerre des images, guerre sans image ? Pratique et usage de la photographie pendant la guerre d'indépendance algérienne 1954-1962**, thèse de doctorat, université paris VIII, 2008, vol. III
- 11- Catherine Gaston-Mathé, « **Le règne de la censure** » la guerre d'Algérie à l'écran, CinémAction, N°85, 4^e trimestre 1997.