

## **La Grande Guerre, la propagande et le support iconographique, Quels enjeux?**

The Great War, propaganda and the iconographic medium,  
What's at stake?

Chiraz THABET , Enseignante à l'Institut Supérieur des Beaux-arts de Tunis

\* Designer.thabet@gmail.com

Reçu le: 2023-08-14

Accepté le: 2024-01-06

---

### **Résumé**

Cette étude explore l'utilisation de supports iconographiques pendant la Grande Guerre de 1914-1918, tels que tableaux, dessins et caricatures. Ces médias ont joué un rôle crucial en tant qu'outils de combat contre l'ennemi, tout en mobilisant la population et garantissant les ressources nécessaires pour poursuivre la guerre. Les autorités coloniales ont activement soutenu cette guerre prolongée, mettant en place une gestion de guerre. Parallèlement, les artistes ont contribué en soutenant l'action de l'État, qui a élaboré une stratégie de propagande visant à maintenir le moral des soldats, comprenant des mesures telles que l'interdiction de diffuser des mauvaises nouvelles du front et la présentation d'une image négative de l'ennemi.

L'objectif de cette étude est d'explorer la façon dont les artistes ont influencé les émotions des individus à travers leurs créations artistiques. Nous examinerons ce "patrimoine" en analysant les liens entre l'art et la guerre pour comprendre sa signification symbolique.

### **Mots clés**

Grande Guerre, communication, *La Tunisie Illustrée*, propagande, supports iconographiques, affiches, émotion.

---

\* Auteur Expéditeur

## Abstract

This study explores the use of iconographic media during World War I (1914-1918), such as paintings, drawings, and caricatures. These mediums played a crucial role as tools of warfare against the enemy, mobilizing the population and ensuring resources for the war effort. Colonial authorities actively supported this prolonged conflict, implementing war management strategies. Simultaneously, artists contributed by supporting the state's actions, which developed a propaganda strategy to maintain soldiers' morale, including measures like banning the dissemination of negative news from the front and presenting a negative image of the enemy. The objective of this study is to investigate how artists influenced individuals' emotions through their artistic creations. We will examine this "heritage" by analyzing the connections between art and war to understand its symbolic significance.

## Keywords

Great War, communication, *La Tunisie Illustrée*, propaganda, iconographic media, posters, emotion.

## Introduction

L'expression artistique de la guerre revêt diverses formes, qu'il s'agisse de dépeindre la réalité brutale des conflits ou de laisser libre cours à l'imagination créative. La guerre, en tant qu'instrument de terreur et de destruction, a toujours été une source d'inspiration riche pour une multitude de représentations artistiques. Certains la condamnent, d'autres la glorifient à travers les récits héroïques de personnages illustres, mais ce qui demeure constant, c'est que chaque conflit forge ses propres héros à travers le prisme de l'art.

Un aspect particulièrement poignant de la guerre est celui de la propagande, un outil puissant employé par différentes parties prenantes pendant les périodes de conflit. Dans ce contexte, la Première Guerre mondiale en Tunisie offre un exemple fascinant de

l'utilisation de la propagande pour influencer l'opinion publique coloniale. L'objectif était de persuader la population de répondre aux appels en faveur de la contribution aux efforts de guerre, tout en évitant d'être influencée par la propagande allemande. Les autorités ont utilisé une palette variée de supports iconographiques, tels que l'affiche, le dessin et la photographie, pour diffuser ces messages. "La Tunisie Illustrée", une revue illustrée publiée à Tunis entre 1910 et 1922, s'est révélée être une plateforme cruciale pour cette transmission visuelle. Les affiches, omniprésentes sur les murs et dans les revues, appelaient à la "défense de la patrie", au patriotisme et à la générosité financière. Ces messages étaient souvent accompagnés d'illustrations expressives, renforçant l'impact émotionnel de la propagande. Cette étude se plonge dans ces supports iconographiques, analysant l'évolution des affiches et des messages pendant cette période. Elle vise à dévoiler comment ces expressions artistiques ont joué un rôle crucial dans la manière dont la population a perçu et réagi aux appels de guerre, offrant ainsi une perspective unique sur l'influence de la propagande dans le contexte colonial tunisien de la Première Guerre mondiale.

### **La Grande Guerre et le support illustré**

La Première Guerre mondiale a laissé une empreinte significative sur divers domaines artistiques, induisant notamment une transformation majeure du rôle de l'image, qui a émergé comme un outil essentiel de propagande. Cette évolution a également laissé une marque indélébile sur le design des affiches de l'époque.

L'image, définie comme une représentation visuelle ou mentale, englobe un spectre complet de « *représentations affectives et rationnelles* » (Vandercammen, M. & Gauthy-Sinéchal, M., 1999) liées à un sujet. Elle est conçue comme un langage spécifique capable de transmettre un message objectif et clair. D'un autre point de vue, Hélène Joffre souligne que les images ne se contentent pas d'être des représentations visuelles, elles ont le pouvoir d'éveiller des émotions profondes et d'influencer les individus sur un plan émotionnel. En tant que support visuel, l'image cherche activement

à captiver l'attention du spectateur, poursuivant des objectifs tels que la persuasion, la séduction ou la conviction, illustrant ainsi son pouvoir intrinsèque de persuasion. Joffre considère que « *les images sont capables d'entraîner les gens dans une voie émotive* » (Joffre, H., 2007), elle va jusqu'à souligner que les effets émotionnels des images ne se limitent pas à susciter la peur ; elles peuvent également jouer un rôle crucial en sensibilisant les individus à des problèmes spécifiques. Cet impact émotionnel revêtait une importance particulière pendant la Grande Guerre, où l'effort collectif était orienté vers le soutien moral et matériel du public. Dans ce contexte, l'image, en tant que moyen de communication visuelle, se révélait être un instrument puissant pour susciter une prise de conscience et mobiliser le soutien nécessaire face aux défis rencontrés pendant cette période tumultueuse.

Les affiches émergent comme l'un des vecteurs de persuasion les plus puissants, véhiculant des messages tant visuels que textuels. L'analyse des légendes s'impose comme un élément intrinsèquement lié et crucial dans l'étude des illustrations. Il est rare qu'une photographie possède une expressivité intrinsèque ; dénuée de commentaires, elle fait davantage appel à la subjectivité du spectateur qu'à une actualité objective. Afin qu'une photographie acquière une valeur significative dans le cadre général de l'information, elle requiert l'éclairage d'une légende. Un véritable art de la légende a évolué dans le journalisme contemporain, révélant non seulement des techniques logiques, mais également des procédés relevant de la propagande et de ce que l'on désigne parfois sous le terme d'« *action psychologique* » (Aït-el-Djoudi, D., Jauffret, J.C., 2002).

Dans ce contexte, toute illustration tend à relever plus de la propagande que de l'information ; le lecteur se trouve captivé par l'image, soulignant ainsi l'intrication subtile entre la communication visuelle et la persuasion.

### Analyse de l'affiche de propagande 1917 « On les aura ! »

L'affiche se déploie stratégiquement en faveur du patriotisme, utilisant la présence imposante d'un soldat pour susciter un sentiment d'unité et de défense nationale. La sollicitation de souscription implicitement invite à un soutien financier pour renforcer les forces armées, incluant celles des colonies. La décision délibérée de ne pas nommer directement les ennemis, mais plutôt l'assurance résolue de "on les aura !", semble renforcer le sentiment de détermination et d'engagement à triompher, sans nécessairement identifier explicitement qui sont ces adversaires. C'est une approche subtile visant à mobiliser le sentiment patriotique sans entrer dans les détails spécifiques des conflits.



Figure 1 : Affiche par Jules-Albert Faivre, T.I., n°131, 15 novembre 1916, p.11

L'affiche effectuée en 1917, par Jules-Albert Faivre, sur demande de l'État français, s'adresse aux différentes populations. À cette date, la France est en pleine guerre.

L'affichiste utilise un moyen d'expression simples sans recours à la représentation académique des formes ou au langage symbolique.

Pendant la période de guerre, les affiches se révèlent être l'un des moyens de communication les plus répandus utilisés par les autorités pour transmettre des messages. Imprimées en grand nombre et distribuées, elles ornent les murs des villes, généralement à proximité des centres du pouvoir. Une de ces affiches emblématiques dépeint un jeune soldat poilu sur un fond blanc, animé par un élan vigoureux vers l'avant, symbolisant sa détermination à lutter contre l'ennemi. Les traits du soldat suggèrent sa nationalité française, avec des yeux clairs, un fusil dans la main droite, et la main gauche tendue vers le haut, un geste interprété comme un appel au combat pour les compatriotes restés à l'arrière. Deux slogans percutants, "On les aura!" et "2<sup>ème</sup> emprunt de la Défense nationale, souscrivez", ornent cette affiche. Ces messages constituent un double appel au nationalisme, encourageant les citoyens à défendre leur patrie tout en sollicitant leur participation à l'effort financier de la France, une contribution à laquelle les Tunisiens sont également appelés. L'affiche reflète l'urgence de la situation financière pendant la Première Guerre mondiale. En 1914, l'optimisme prévalait quant à une guerre courte, mais la réalité imposa des besoins de financement considérables, d'où le lancement d'un deuxième emprunt en 1917 pour soutenir l'effort de guerre. Face à l'épuisement des finances publiques, l'État français fait appel à l'épargne des citoyens. Cette affiche porte un message puissant et saisissant : tout comme le poilu verse son sang sur le front, le citoyen resté au pays doit le soutenir en s'engageant dans l'emprunt. Le patriotisme est invoqué à travers un double message, établissant un lien émotionnel entre le soldat au front et le civil qui, en

contribuant financièrement, participe activement à la victoire de la France.



Figure 2 : Affiche par Auguste Leroux,  
T.I., n°149, 25 décembre, 1917, p.14

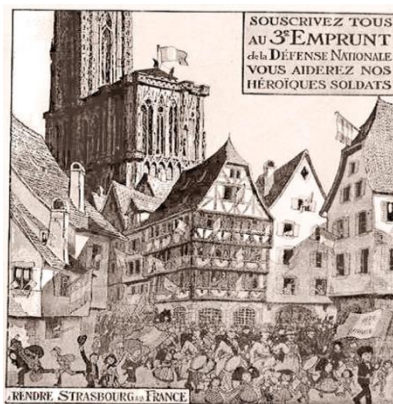
La figure 2 représente une affiche créée par l'artiste Auguste Leroux. Elle met en scène un soldat protecteur tenant une petite fille, avec une femme allaitant un bébé en arrière-plan. L'appel est à la souscription pour le 3<sup>ème</sup> emprunt de la Défense Nationale. L'utilisation de symboles familiaux, tels que la fille et la mère, transforme l'image du soldat en figure paternelle plutôt qu'en combattant, suscitant ainsi une réponse émotionnelle.



Figure 3 ; Affiche par le Lieutenant Jean Droit,  
T.I., n°149, 25 décembre, 1917, p.14

La figure 3 de Jean Droit dépeint un soldat au cœur du champ de bataille, sous un intense bombardement. Cette composition capturant le rêve de la victoire cherche à susciter l'adhésion à l'emprunt. Elle véhicule des symboles d'honneur, de dévouement et de devoir, transmis à travers l'illustration. Ces messages évoquent la grandeur des thèmes de libération et de guerre, transformant l'affiche en un instrument de mobilisation sociale.

Figure 4 ; Affiche par Hansi T. I., n°149, 25 décembre, 1917, p.14.



La figure 4, une création d'Hansi, met en avant un soutien patriotique privilégiant l'illustration, où le texte sert simplement à communiquer l'information principale : la libération de Strasbourg ou plus largement de l'Alsace-Lorraine, avec pour objectif de "Rendre Strasbourg à la France". Le drapeau tricolore, brandi par deux poilus, flotte au-dessus de la cathédrale de Strasbourg dominant la scène. Une rue strasbourgeoise, entourée de maisons traditionnelles arborant des drapeaux français, est le théâtre du défilé de soldats. La procession est conduite par des enfants en costumes folkloriques. Cette illustration feutrée a également été utilisée pour un autre appel : "Entrée des Français à Strasbourg 1918".



Figure 5 : Affiche par Daniel Ridgway T.I.,  
n°149, 25 décembre, 1917, p.14.

La figure 5, créée par le peintre américain Daniel Ridgway Keight, est une pièce destinée à promouvoir le 3<sup>ème</sup> emprunt de la défense nationale au cours de la longue et coûteuse période de la Grande Guerre. Cette affiche, largement axée sur le texte, se distingue par l'accompagnement visuel d'un vieil couple comptant méticuleusement leurs économies. L'intention derrière ces affiches était de mobiliser des ressources financières pour le financement de la guerre, en mettant en avant des valeurs fondamentales telles que

la défense de la patrie et le patriotisme. Ces thèmes se répètent dans l'ensemble des affiches de l'époque, prenant diverses formes mais toujours enracinées dans le passé national. Les affiches, conscientes du devoir du soldat sur le front, mettent également en lumière le rôle crucial des civils. Leur responsabilité est de contribuer matériellement pour soutenir l'effort de guerre. L'illustration du couple âgé en train de compter leurs économies symbolise cet engagement financier des citoyens envers la cause nationale. Ces affiches vont au-delà de la simple promotion financière. Elles s'efforcent de diffuser un message plus profond, celui de maintenir un moral éprouvé par les réalités de la guerre. Elles cherchent à sauvegarder la cohésion nationale, en faisant face aux difficultés de la vie quotidienne, à l'absence des proches sur le front, et au deuil qui ébranle les certitudes de la société. En somme, ces œuvres visent à unifier la nation autour d'un soutien collectif indispensable.

En France, les appels ont connu un grand succès, avec les emprunts d'État souscrits par les épargnants couvrant la moitié des dépenses de la guerre. L'étude des supports iconographiques révèle que l'actualité, diffusée à travers différentes représentations, englobe divers genres. La revue illustrée met en évidence une harmonie entre l'écriture et la représentation, soulignant l'importance du reportage et de l'image. Le pouvoir de l'image, infini dans sa capacité à communiquer, se manifeste à travers les gravures d'actualité, les légendes et les commentaires qui les accompagnent. Face à la Grande Guerre, les "illustrateurs reporters" ont été incités à intégrer des images dans leurs publications, créant ainsi un rapport illustré de l'actualité.

On se posera la question : comment la Grande Guerre avait-elle incité ou poussé les « illustrateurs reporters » à intégrer des images de la guerre dans leurs publications et de créer ainsi un rapport illustré de l'actualité ?

## Guerre et reportage photographique

Outre les puissantes affiches de guerre, la Première Guerre mondiale a laissé son empreinte à travers la lentille captivante de la photographie d'actualité. Observer ces images en dehors de leur contexte immédiat est une rare opportunité, et c'est précisément ce que propose la sélection de photographies publiées par la revue "La Tunisie Illustrée". À l'époque où la gravure précédait largement la photographie, cette dernière a apporté une nouveauté significative à la représentation de la guerre. "La Tunisie Illustrée", déjà engagée dans le reportage couvrant les événements de cette période, a joué un rôle crucial. L'émergence du "statut à reporter de guerre" et les clichés capturés sur le front par les correspondants militaires ont marqué une nouvelle ère. Ainsi, à travers la presse illustrée, le public a pu être plus intimement informé des faits et du déroulement de la guerre, élargissant sa compréhension grâce à ces témoignages visuels.

La presse illustrée française de haute gamme, à travers des présentations élégantes, se positionnait en faveur de la guerre. Elle ne se limitait pas à une simple périodicité, mais plutôt à un moyen de communication artistique, comparable au théâtre, à la peinture, et aux monuments. La fonction de cette presse dépassait la simple diffusion d'informations pour devenir un support mémoriel, enregistrant ce que les acteurs principaux considéraient comme acquis passé. Le numéro 98 du 29 novembre 1914 de « La Tunisie Illustrée » reflète l'importance accordée aux événements liés à la guerre. Des prises de vue, mémorisées par des artistes tels que Soler, évoquent l'impact significatif de ces événements.

La propagande s'exprimait également à travers des mises en scène illustrant la victoire, comme l'arrivée des prisonniers allemands à Tunis. La foule les suivait attentivement à travers l'avenue Jules-Ferry, l'avenue de France, la rue des Maltais, et l'avenue Bab-Souika, convergent finalement vers la caserne Saussier. Ainsi, la presse illustrée ne se contentait pas de rapporter les faits, mais jouait un rôle clé dans la construction de la mémoire collective, capturant visuellement l'essence de cette époque marquée par la guerre.

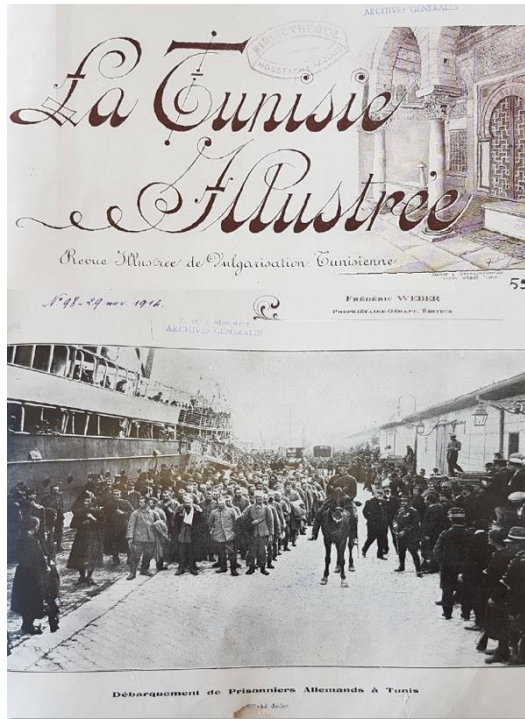


Figure 6 : Débarquement de prisonniers Allemands à Tunis, T.I., n°98, 29 novembre, 1914, p.1.

L'arrivée des prisonniers allemands à Tunis le 29 novembre 1914 constitue un moment historique majeur, soigneusement documenté en première page de la revue. La photographie captivante offre une plongée visuelle dans la réalité de cet événement, dépeignant des soldats d'un âge difficile à déterminer. Têtes nues, revêtus d'uniformes souillés, leur apparence indifférente témoigne des rigueurs de la guerre. Parmi ces détenus, quelques officiers en civil se distinguent, arborant malgré tout une fierté indéniable. La scène est encadrée par les zouaves, tenant des poignards au canon, tandis qu'une foule dense se masse des deux côtés de l'avenue, créant une atmosphère chargée d'émotion. C'est une véritable capture du réel, une fenêtre ouverte sur un moment clé de l'histoire. L'analyse de cette photographie va au-delà de la simple description visuelle.

Selon Roland Barthes, « *l'émission et la réception du message relèvent toutes deux d'une sociologie : il s'agit d'étudier des groupes humains, de définir des mobiles, des attitudes, et d'essayer de lier le comportement de ces groupes à la société totale dont ils font partie* » ( Barthes, R., 1961.). Elle devient une source d'information empreinte de sociologie, reliant l'émission et la réception du message aux dynamiques de groupes humains. C'est une fenêtre sur les mobiles, les attitudes, et une tentative de lier le comportement de ces groupes à la société totale à laquelle ils appartiennent. Il est fascinant d'explorer le rôle de la gravure et de la photographie dans la presse illustrée, mais la dimension communicative de l'image photographique, en particulier dans des moments historiques, se révèle d'une importance immense. Elle transcende le temps, capturant l'essence d'une époque et facilitant une connexion intime entre le passé et le présent.

L'idée que la photographie ne se limite pas à une simple reproduction du réel, mais plutôt à une construction fragmentaire ou délibérée de la réalité perçue, peut sembler surprenante. Cette perspective invite à considérer la photographie comme un art de la composition et de l'interprétation visuelle.

Au cours du XXe siècle, et « *depuis longtemps, la force du journal est relativisée : rien ne semble en effet, pouvoir, égaler la force du discours qui s'adresse directement à des personnes réunies en un même lieu, comme Adolphe Thiers l'a parfaitement exprimé en 1835 : établissant une distinction nette entre les deux moyens de communication qu'il appelle la parole écrite et la parole parlée* » (Baudier, R. , Cazenave, E., 2000).

La mécanisation de la prise de vues a progressivement intégré la photographie dans le domaine de la presse écrite en tant que moyen d'illustration privilégié pour les actualités nationales et internationales. Cette évolution a été marquée par l'émergence d'une nouvelle manière de raconter des histoires, où l'image figée devient le support visuel de la narration. Il est important de souligner que,

malgré l'ascension de la photographie, la force du journal n'a jamais été complètement éclipsée. Adolphe Thiers (Sawyer, 2020), dès 1835, discernait déjà une distinction claire entre la parole écrite et la parole parlée comme moyens de communication. Cette réflexion met en lumière le pouvoir unique du discours oral, capable de s'adresser directement à un public rassemblé en un même lieu. Ainsi, l'évolution de la photographie dans le contexte de la presse écrite souligne la complémentarité des médias visuels et verbaux, chacun apportant sa propre perspective et sa force communicative particulière.

### Le reportage imagine :

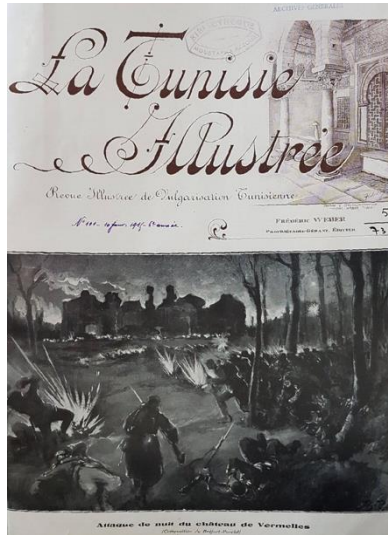


Figure 7 : Attaque de nuit du château de Vermelles,  
La T.I. n°101, 10 janvier 1915, p.1.

À la suite des récits narrés, les artistes trouvent l'inspiration pour donner forme à leurs tableaux. La richesse artistique de La Tunisie Illustrée se manifeste à travers des œuvres captivantes traitant du thème de la guerre. Dans le numéro 101 du 10 janvier 1915, l'artiste

Bréfort-Porché nous transporte dans une scène de combat nocturne, illustrant avec une perfection saisissante l'attaque du château Vermelles. Malgré son caractère "imaginé", la précision minutieuse des détails suggère un dévouement artistique exceptionnel et une recherche de réalisme, soulignant ainsi la fusion entre la créativité et la représentation fidèle de l'événement.



*Figure 8 : Zeppelin en perdition,  
La T.I., n°104, 4 mars 1915, p.1.*

La page de couverture du numéro 104 daté du 4 mars 1915 présente une illustration captivante intitulée "Dans la mer du Nord". Cette représentation graphique met en lumière la tragédie de deux Zeppelins allemands, victimes d'une tempête dévastatrice. Le dessin évoque la complexité et la vulnérabilité de ces aéronefs de pointe, soulignant une réalité surprenante : malgré leur supériorité technique, les Allemands ont déjà perdu dix Zeppelins depuis le début de la guerre. Cette série de pertes questionne la robustesse de ces "navires aériens" allemands, jetant ainsi une ombre sur leur avantage technologique.



Figure 9 : En Alsace,  
La T.I., n° 107, 24 avril 1915, p.1.

Dans cette composition artistique intitulée "En Alsace", l'illustration captivante de Bréfort-Porché met en scène le 23<sup>ème</sup> bataillon de chasseurs alpins s'attaquant vaillamment au grand Reichackerkopf. À travers son œuvre, l'artiste offre une perspective évocatrice et poignante, présentant une vision artistique de la défaite ou de la retraite des troupes allemandes. Chaque détail minutieusement dessiné contribue à l'expression dynamique de cet épisode historique, ajoutant une profondeur émotionnelle à la narration visuelle

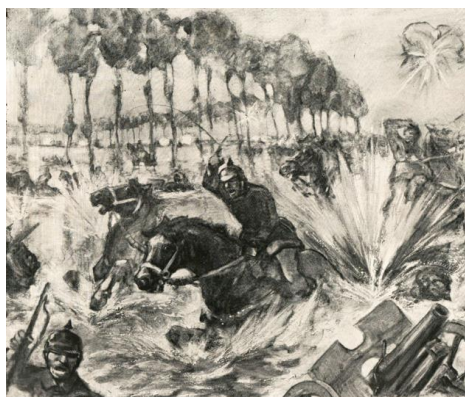


Figure 10 : En Flandre,  
La T.I., n° 98, 29 novembre 1914, p.6.

L'illustration dépeint de manière saisissante "des artilleurs allemands surpris par l'inondation". Son inspiration provient d'un article du journal *Times* décrivant une inondation accidentelle dans la région de l'Yser, entraînant des pertes humaines du côté allemand. Intrigué par cette situation, l'artiste a imaginé l'utilisation stratégique d'inonder les tranchées, transformant un accident en une idée tactique de guerre. Ce n'est pas tant une représentation fidèle d'un événement réel de guerre, mais plutôt une interprétation artistique guidée par l'imagination de l'artiste. Son objectif était clair : encourager le moral des troupes françaises et influencer l'opinion publique. En choisissant de représenter une scène où les Allemands sont pris au dépourvu et vaincus par la nature, l'artiste cherchait à susciter un sentiment de victoire et de résilience. Cet engagement artistique s'inscrit dans une tendance plus large, où peintres et illustrateurs ont contribué de manière significative en imaginant des scènes de guerre où les forces allemandes étaient systématiquement vaincues. Ces représentations visaient à galvaniser le moral sur le front et à forger une perception positive de la situation chez le public. Ainsi, chaque pinceau et chaque coup de crayon ont joué un rôle crucial dans la guerre psychologique, contribuant à renforcer l'esprit combatif des troupes françaises.



Figure 11 : Senlis, Incendie du palais de justice, La T.I., n°95, 18 octobre 1914, p.1.

L'œuvre de Bréfort Porché offre une vision poignante de la destruction infligée par les Allemands au Palais de justice et à la sous-préfecture de Senlis, une petite ville d'Île-de-France. Les détails précis de la composition évoquent la réalité des bombardements, des incendies et des pillages subis. Cette attaque a également laissé comme victime ardent, le maire de Senlis, qui a subi un sort tragique : interrogé, rudoyé, bafoué, puis finalement fusillé par les Allemands, avant d'être enterré de manière dérisoire, les pieds en l'air.

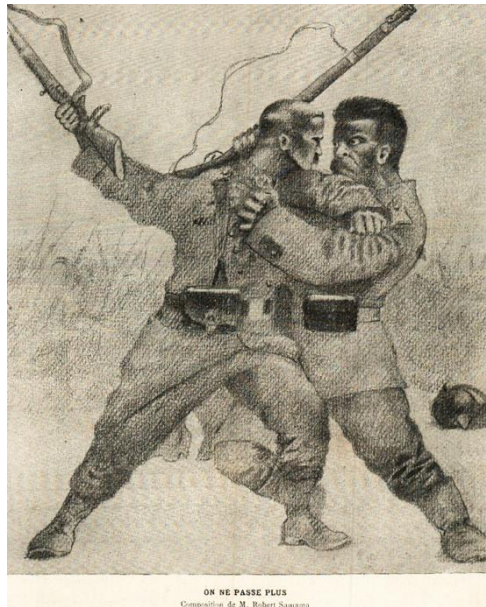


Figure 12 : *On ne passe plus*,  
La T.I., n°106 avril 1915, p. 6.

D'un autre côté, la création imaginative de 1915 par Robert Samama, intitulée "On ne passe plus", présente une scène de lutte entre un soldat français et un Allemand visiblement vaincu. À travers cette caricature, l'ennemi est diabolisé en le qualifiant de "Boche" à la "tête carrée", renforçant l'idée de sa défaite inévitable.

Cette représentation sert également à galvaniser le moral des soldats sur le front, en illustrant la résistance farouche du soldat français face à son adversaire. En somme, ces œuvres artistiques de l'époque témoignent des horreurs de la guerre et de la façon dont les artistes ont utilisé leur talent pour représenter et interpréter les événements dramatiques de cette période sombre.

Diverses formes artistiques pendant la guerre ont servi à transmettre des messages et à influencer l'opinion publique. Parmi elles, l'affiche, en raison de sa large accessibilité, était fréquemment utilisée. Des dessins accompagnaient souvent des poèmes et des œuvres de bienfaisance, créant une symbiose entre l'art visuel et la littérature pour susciter des émotions et un soutien envers la cause. Les tableaux, quant à eux, dépeignaient des scènes de combats imaginaires ou mettaient en avant les catastrophes chez l'adversaire, utilisant ainsi la créativité artistique pour façonner la perception de la guerre. Les reportages photographiques, omniprésents tout au long de la période, jouaient un rôle crucial en montrant deux aspects essentiels : la défaite de l'ennemi et l'attention portée aux soldats maghrébins blessés de retour du front. Ces photographies capturaient des moments intimes, révélant les soins particuliers accordés à ces combattants. Ainsi, l'art pendant la guerre transcende le simple esthétisme pour devenir un puissant outil de communication, reflétant les émotions, les réalités et les aspirations de cette époque tumultueuse.

## Conclusion

La Grande Guerre a été le berceau de nouvelles formes de communication destinées à toucher l'ensemble des populations, qu'elles soient civiles ou militaires. À mesure que le conflit s'étirait dans le temps, l'incertitude quant à son dénouement faisait du moral des individus un élément déterminant pour le succès ultime. Les affiches, les reportages photographiques et même les récits imaginaires ont émergé comme des acteurs clés de cette mobilisation idéologique.

Ces moyens de communication ont agi comme des vecteurs influents à la disposition des gouvernements, permettant d'influencer les opinions publiques. L'impact des affiches était particulièrement fort, pénétrant progressivement la vie quotidienne des individus. Elles marquaient les esprits en faisant appel à l'imaginaire collectif à travers des messages simples, des slogans percutants et des visuels directs.

Les affiches ont ainsi joué un rôle remarquable, devenant un instrument majeur de la propagande pour construire la victoire. L'idée centrale était de mettre en scène visuellement la victoire à travers l'image, en la diffusant dans le plus grand nombre de lieux possible. C'était une stratégie visant à ancrer l'idée de la victoire dans l'esprit de la population, à la mobiliser et à renforcer le soutien à l'effort de guerre.

En somme, la Première Guerre mondiale a été le théâtre où la communication, à travers divers médias, a acquis une puissance stratégique inédite, s'immisçant profondément dans la vie quotidienne pour façonner les perceptions et les attitudes.

## Bibliographie

- Barthes, R. (1961.). Le message photographique . *Communications*,1, pp.127.
- Aït-el-Djoudi, D., Jauffret, J.C. (2002). Hommes et femmes en guerre d'Algérie. *Revue Historique des Armées*, (n°229), pp. 133-136.
- Baudier, R. , Cazenave, E. (2000). Les origines d'une conception moderne de la communication Gouverner l'opinion. (Presses universitaires de Grenoble, .), p.113-114.
- Joffe, H. (2007). Le pouvoir de l'image : persuasion, émotion et identification. *Diogène*, 217, 102-115.
- Sawyer, S. (2020). Adolphe Thiers, au-delà de la justification : À propos de Stephen, W. Sawyer, Adolphe Thiers: . La contingence et le pouvoir. *Grief*, 7(2), 94-98.
- Vandercammen, M. & Gauthy-Sinéchal, M. (1999). Études d'image et de communication. *Recherche marketing: Outil fondamental du marketing*(De Boeck Supérieur.), (pp. 319-358).