« Le mot d'ordre de la semaine »
(*Parole der Woche*)
Un journal mural sous le troisième Reich

Thierry Feral

Dans l'histoire du troisième Reich, l'année 1936 représente un tournant décisif. Elle marque en effet le passage du régime hitlérien de sa phase de stabilisation à sa phase impérialiste.
Dès le 16 janvier 1936, Joseph Goebbels, le grand patron de la propagande, affirme publiquement le droit de l'Allemagne à se lancer dans la conquête de nouveaux territoires. C'est alors que va naître le célèbre slogan : « *Des canons à la place du beurre* » (*Kanonen statt Butter*)[1].
Le budget des affaires sociales, encore de 2,3 milliards de marks en 1933 — ce qui constitue néanmoins déjà une régression d'un demi-milliard par rapport à la dernière année de la République de Weimar — et en érosion permanente depuis, est ramené à 900 millions ; le budget militaire par contre passe à 9 milliards pour 700 millions en 1933.
Le 7 mars 1936, les troupes allemandes occupent la Rhénanie en violation du traité de Locarno (octobre 1925, réaffirmé le 7 juin 1933) et le 29 mars, les élections pour le *Reichstag* — réduites à un seul parti — se résument en fait à une approbation de l'action politique du *Führer* (98,3 % de oui, les bulletins nuls étant comptés comme des « oui »).
À partir du 27 juillet 1936, la « Légion Condor » intervient en Espagne et un mois plus tard, le 24 août, le service militaire obligatoire (réinstauré le 16 mars 1935 en violation du traité de Versailles) est porté à deux années pleines. En septembre est adopté lors du Congrès de Nuremberg le « Plan de quatre ans » (*Vierjahresplan*) en vue du déclenchement de la guerre.
Entre-temps se sont déroulés les Jeux Olympiques de Berlin (1er au 16 août 1936) par lesquels Hitler a donné le change aux dirigeants internationaux en se situant en défenseur de la paix. Mais dès cette époque, les observateurs vigilants sont convaincus que la guerre n'est plus qu'une affaire de délai... et d'attitude plus ou moins conciliante des nations européennes face aux agissements des nazis...

Toutefois, imposer une politique délibérément belliciste ne va pas sans heurts : le bien-être de la population s'en trouve gravement affecté, on redoute ses conséquences tant sur le plan individuel que social et politique. Aussi ce nouveau cours historique s'accompagne-t-il d'un perfectionnement des structures répressives en prévision des oppositions qui pourraient se manifester[2], ainsi que de la mise en œuvre de méthodes propagandistes nouvelles.

D'où cette forme originale de manipulation des masses que fut le journal mural *Le mot d'ordre de la semaine* (*Parole der Woche*).

---

[1] Voir Tim Schanetzky, *Kanonen statt Butter*, Munich, Beck, 2015, introduction.
[2] 10 février 1936, extension des pouvoirs de la Gestapo ; 18 avril, élargissement des prérogatives de la Cour de justice de la communauté raciale populaire (*Volksgerichtshof*) ; 17 juin, nomination de Heinrich Himmler comme chef de toutes les polices ; 26 juin, désignation de Reinhard Heydrich à la tête des services de sécurité du Reich ; fin août, ouverture de nouveaux camps de concentration...

Le 16 mars 1936, à la veille des élections pour le *Reichstag* fixées au 29, une circulaire du « bureau de propagande active » de la direction centrale du parti national-socialiste annonce la création d'un journal mural (*Wandzeitung*) s'adressant à l'ensemble des citoyens du Reich et exclusivement destiné à l'affichage public. Prévu pour être fixé, selon le mode spécifié par la circulaire, sur des panneaux de bois installés le long des rues et sur les places publiques, mais aussi dans les entreprises, les hôtels, restaurants, débits de boisson, salles d'attentes, bureaux de poste, gares et stations de tramway, *Le mot d'ordre de la semaine* devra « *être apposé avec un maximum de soin* » et surtout « *changé sans faute à chaque nouvelle parution* » afin de coller à l'actualité idéologique.

Les deux premiers exemplaires, appels de personnalités à « *remercier le Führer en votant pour lui le 29 mars* », parurent respectivement les 16 et 24 mars 1936 sous le numéro zéro[3].

À partir du 1er avril 1936, *Le mot d'ordre* fut régulièrement édité jusqu'à fin février 1943[4]. Interrompue brutalement dans la foulée de la catastrophe de Stalingrad (2 février 1943), sa publication fut reprise début 1944 mais ne survécut pas à un numéro unique.

Semaine du 7 au 13 avril 1938
Appel à voter oui au référendum sur l'intégration de l'Autriche au Reich (*Anschluß*)

À noter que le numéro de fin novembre 1943 — dans lequel est rapporté que le *Führer* aurait proclamé le 8 novembre que si le peuple allemand perdait la guerre, il ne verserait pas une seule larme sur son sort car il aurait mérité son destin — fut un faux diffusé par les services britanniques.

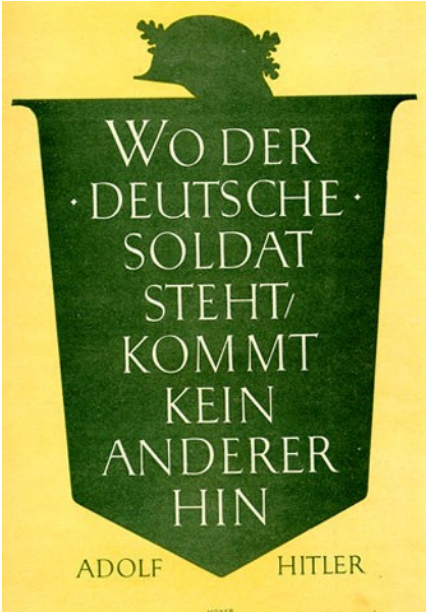
---

[3] *Parole der Woche* du 16 mars : « *Der 29. März ist der Tag des Dankes an den Führer [...]. Wir danken dem Führer, indem wir ihm am 29. März unsere Stimme geben* » ; *Parole der Woche* du 24 mars : « *Deine Stimme dem Führer [...]. Alles für Deutschland* ».

[4] Le dernier numéro couvre la période 25 février au 15 mars 1943. Il s'agit d'une image sépia représentant un soldat derrière lequel font bloc un ouvrier (marteau), un paysan (faux), un médecin ou ingénieur chimiste (blouse blanche), une femme et différents autres représentants de la congrégation raciale populaire allemande ; le texte, deux lignes en rouge réparties en haut et en bas de l'image, appelle à la « guerre totale » : « *Der Kampf ist hart / Wir sind härter* » (*Le combat est dur / Nous sommes plus durs*).

Chose curieuse sous le troisième Reich où la propagande était omniprésente, *Le mot d'ordre* devait être acheté 20 pfennigs l'exemplaire par son placardeur à la direction de la propagande, ce qui explique, en partie du moins, son manque de succès initial ; d'autant qu'un receveur des postes ou un chef de gare voyait mal sur quels fonds (publics ou privés ?) il devait financer son abonnement. Ce qui, le 1er janvier 1937, provoqua cette mise au point par circulaire du responsable à la propagande du district de Coblence : « *Récemment un important courrier adressé à la direction de la propagande du Reich par les bureaux de poste réclame que la direction de la propagande mette à la disposition des bureaux de poste des exemplaires du mot d'ordre de la semaine pour l'affichage. Il est évidemment impossible que la direction de la propagande leur envoie gratuitement ces exemplaires*. »

Quant aux tenanciers d'hôtels, restaurants, bars, etc..., ils trouvaient le format du *mot d'ordre* trop important[5]. C'est pourquoi, à partir de la guerre, l'hebdomadaire fut également proposé sous la forme d'un tract de dimension plus modeste. C'est cette formule que l'on confond souvent avec la *Devise hebdomadaire de la NSDAP* (*Wochenspruch der NSDAP*), feuillet cartonné de 23 x 33,5 cm, porteur d'une citation de Hitler, d'un cadre du Parti, d'un poète ou d'une personnalité historique, et qui fleurira dans les bureaux, salles de classe, cabinets de consultation, etc..., sur l'initiative de certains *Gauleiter* à partir de 1937 et nationalement de janvier 1939 à avril 1944.



Wochenspruch, 4-10 mai 1941
« Là où se trouve le soldat allemand, nul autre n'occupe le terrain »

Durant les sept années de son existence, la présentation du *mot d'ordre* ne cessera d'évoluer sous l'impulsion de ses rédacteurs en chef successifs, Walter Schulze, Hannes Kremer, W. Wächter[6]. Cette évolution s'accompagne d'une importance sans

[5] 135 x 54 cm, puis à partir de 1937, 120 x 84 cm.
[6] Noms indiqués par Franz-Josef Heyen, *Parole der Woche*, Munich, DTV, 1983, pp. 14-15 (F.J. Heyen, 1928-2012, était archiviste et professeur de sciences fondamentales de l'histoire à l'université de Trêves).

cesse croissante accordée à l'image et à la photographie, lesquelles toutefois ne détrôneront jamais l'importance accordée au texte. En effet [circulaire du 1er janvier 1937], en tant qu'«*unique journal mural agréé par la NSDAP* », le *mot d'ordre* se devait d'offrir « *toutes garanties pour que son contenu hebdomadaire soit à même de saisir la communauté raciale populaire dans son ensemble (das Volk erfassen) dans le but de résoudre les tâches de l'heure, d'attirer l'attention et d'informer la totalité de la communauté raciale populaire sur les événements présents... , de sans cesse porter témoignage de la manière nationale-socialiste d'être et d'agir*. »

À partir de 1938, et afin de faire choc, la polychromie, précédemment limitée à trois couleurs pour des occasions exceptionnelles, devient une règle.

Quant au contenu écrit du *mot d'ordre*, s'il représente jusqu'à la déclaration de guerre un bon manuel pour comprendre les grandes options du régime, il devient à partir de 1940 un bréviaire du mensonge, de la haine, du fanatisme, et perd par là même tout intérêt historique.

Le fait cependant que des millions d'Allemands aient pu prêter foi à de telles horreurs et balivernes, voire s'en nourrir, ne peut que nous inciter à la plus grande vigilance face à notre environnement médiatique et à exercer sans relâche notre esprit critique vis-à-vis de ce que l'on nomme toujours peut-être à tort *l'information*.

Parole der Woche : semaine du 1er au 7 juillet 1942
« Qui porte ce signe est un ennemi de notre communauté raciale populaire »

© Association Amoureux d'Art en Auvergne
Clermont-Ferrand