

**serge tchatkhotine**

## **LE SYMBOLISME ET LA PROPAGANDE POLITIQUE<sup>1</sup>**

*Le symbolisme caractéristique de notre époque. — « Gleichschaltung » (conformisme ou la mise au pas). — Les symboles politiques. — Le fascio. — La croix gammée. — Les trois flèches. — Les symboles graphiques. — Les saluts symboliques. — Les symboles sonores. — Le mythe. — Les rites. — Le culte religieux. — Le journalisme. — La propagande politique, ses principes.*

Les symboles ont toujours existé, depuis que l'homme a trouvé le moyen de communiquer à autrui ses pensées et ses sentiments, non seulement d'une façon fugace et immédiate, mais aussi d'une manière plus étendue dans le temps et dans l'espace. En effet, l'écriture n'est autre chose qu'une sorte de moyen de communication par symboles. Il est vrai que sous ce rapport, l'humanité a suivi une voie remarquable: à l'origine l'écriture était composée de caractères relativement simples et chacun d'eux représentait un ensemble de notions plus ou moins perfectionné, ce qui s'accordait parfaitement à la manière de raisonner et aux sentiments des primitifs — or, plus tard on en vint à détacher, à individualiser les unités d'écriture, à accorder à certains sons des caractères déterminés et à combiner, en partant de leur variété, les divers mots — les expressions d'idées.

Les possibilités énormes de combinaisons, créées de cette manière, étaient extrêmement utiles à l'évolution intellectuelle de l'humanité. Grâce au perfectionnement technique, le rythme de notre époque devint, cependant, de plus en plus rapide, et l'homme d'aujourd'hui a de moins en moins le temps et l'envie de faire usage de longues suites de caractères — il préfère le style télégraphique, la sténographie, divers systèmes de signes. Nous assistons à ce spectacle

singulier que nous nous appliquons à nouveau à créer des manières plus simples et plus concentrées d'exprimer nos pensées et nos sentiments. Cette tendance s'insinue surtout dans le domaine de la technique, de la production et de la science, où des signes d'abréviation même internationaux, des formules, rappelant l'algèbre, des abréviations conventionnelles se diffusent de plus en plus et nécessitent même un travail de coordination de la part de commissions spéciales, instituées à ce but dans tous les pays.

Ajoutons que depuis ces dernières années, nous observons un curieux phénomène particulièrement sensible dans les rues ; il consiste dans le besoin que beaucoup de personnes éprouvent aujourd'hui de porter des insignes, de manifester en quelque sorte extérieurement un peu de leur vie intérieure, de leur orientation. On voit les gens porter les insignes les plus variés, sportifs ou politiques, indiquant que l'on est membre de telle ou telle association ou société, voire même de tel club de joueurs d'échecs, de philatélistes, de joueurs de quilles, etc. ; on voit enfin les insignes qui n'ont aucune signification particulière, mais qui tout de même sont arborés par suite de quelque impulsion surgissant d'une façon intuitive. On en trouve les formes les plus inattendues. C'est ainsi que les femmes portent volontiers un petit emblème représentant le Mickey-Mouse populaire, ou (chose peu compréhensible) — un basset bien laid, en métal ; parmi les hommes, l'insigne des bananes Fyffes n'est pas chose rare, par exemple, au Danemark. Ce phénomène a une raison biologique plus profonde : comme tout être vivant, l'homme a le besoin de sonder, d'explorer ce qui l'approche de l'extérieur, par exemple, un étranger, sous le rapport de ses intentions, pour reconnaître l'ennemi ou l'ami, ou bien une personne neutre, donc inoffensive, afin d'y adapter en temps utile son attitude. Chez les êtres humains c'est surtout l'expression du visage et les gestes, la manière de parler que l'on entend, que l'on observe et qui servent de base au jugement que l'on s'en forme. Or, à notre époque, où les moyens de communications mécaniques imposent à notre vie un rythme si rapide, où un grand nombre d'événements surviennent avec la promptitude de la foudre, le besoin d'une orientation immédiate, mise au point en moins d'une seconde, se fait impérieusement sentir. Voilà pourquoi les symboles extérieurs ont obtenu de nos jours une telle popularité.

Dans la politique, cette évolution, cette tendance à user des symboles, a une très grande valeur. Ici nous avons affaire à des mouvements de masses. Il est de toute évidence qu'un mouvement politique de nos jours n'a de la chance de réussir que si les idées qu'il professe sont adoptées par un nombre imposant de personnes qui se les rendent propres par un processus d'assimilation —, et de plus, lorsqu'elles sont comprises et soutenues d'une façon unanime par la grande majorité des adhérents à ce mouvement. Si ces conditions sont présentes à l'esprit, on comprend aussitôt qu'un mouvement politique de nos jours ne peut obtenir un succès rapide que s'il a une manière — pour ainsi dire sténographique — d'exprimer ses idées, un symbolisme à lui ; il pourra alors être adopté d'une façon rapide et uniforme par un grand nombre de personnes.

Voilà donc l'explication du fait que les mouvements politiques d'aujourd'hui se servent

tout particulièrement des symboles pour leur recrutement et pour leur action. L'histoire nous fournit d'ailleurs des exemples éclatants de l'emploi des symboles : la progression triomphale du symbole chrétien ; les lettres S.P.Q.R., ancien emblème du pouvoir de Rome, le croissant de l'Islam, etc. Un exemple de lutte politique, au moyen de symboles, nous est donné dans le passé : c'est la lutte entre la croix et le croissant.

Parmi les partis politiques contemporains, les partis socialistes, et notamment le parti social-démocrate en Allemagne, surtout à ses débuts et vers la fin du siècle passé, se sont largement servis de symboles comme un moyen de recrutement, d'exhortation à l'action de leurs adhérents — le drapeau rouge, l'œillet rouge à la boutonnière, ainsi que la forme allocutive « camarade », ne sont autre chose que des symboles déterminés qui ont joué un rôle important dans l'histoire du mouvement socialiste. Il est vrai, qu'au cours des temps, le parti social-démocrate — surtout dans ses milieux dirigeants — devint progressivement plus « raisonnable » à ses propres yeux ; avec l'âge il commença à avoir, en quelque sorte, honte de ses propres explosions sentimentales, le symbolisme lui apparut comme un amusement puéril ; ses chefs ne pataugeaient plus désormais que dans des chiffres, des tableaux ou des statistiques, ils n'opéraient plus qu'avec des preuves logiques, des interprétations économiques, des comparaisons historiques, etc. ; et si, de temps en temps, ils avaient encore recours aux restes lamentables de leurs anciennes méthodes de propagande à base émotionnelle, pratiquées jadis avec tant de perfection, ils s'en servaient d'une façon si molle et si maladroite qu'elles produisaient souvent le contraire de l'effet désiré. Il est vrai que la nouvelle orientation était plus commode, et répondait à la théorie en vigueur : en effet, on croyait, de plus en plus sérieusement, que tout le mécanisme mondial n'était qu'une suite d'opérations économiques et que les hommes n'étaient que les pièces d'un jeu d'échecs, conformés de façon identique, des automates, munis principalement d'appareils digestifs et ne réagissant que sous l'influence de facteurs économiques. On se disait : tout suit son cours naturel — le monde s'industrialise, les conséquences inévitables du chaos capitaliste — la surproduction et le chômage — mènent à la crise, le « combustible » manque pour alimenter les « automates », ceux-ci « se rebellent », et, tous les quatre ans, quand on presse le bouton — c'est-à-dire qu'on les envoie à l'urne électorale — ils votent pour les partis d'avant-garde, dans une proportion toujours plus considérable. Et alors le but, auquel on a aspiré avec tant de patience — les fameux 51 % — se trouvera atteint —, c'est l'ère du Socialisme qui commence — alors les jongleurs de chiffres et les adorateurs de statistiques auront accompli toutes les formalités démocratiques et légales et pourront s'appliquer dorénavant à rendre les « automates » heureux.

La conclusion en politique pratique à tirer de cette théorie, était la suivante : « calme ! discipline ! on répliquera aux adversaires par le bulletin de vote, dix jours après avoir encaissé la gifle ! » — C'est la réponse classique des dirigeants du parti social-démocrate allemand à Berlin, le 20 juillet 1932, jour fatal, où ce parti, devant l'imposture de von Papen, signa sa propre condamnation à mort.

Cette ignorance des données physiologiques modernes, ayant trait à la science de la vie, à

l'homme, l'habitude de considérer l'homme comme un automate, ne réagissant qu'à l'action des seuls facteurs économiques, cette persistance à ne pas tenir compte de sa nature véritable, munie de mécanismes nerveux, cette fidélité opiniâtre à des dogmes manifestement insuffisants, tout cela a été bien amèrement expié: malgré toutes les prophéties concernant l'obtention des fameux 51 %, prophéties qui n'étaient pas si éloignées de s'accomplir, les partis socialistes du monde entier, bien qu'ayant en mains des atouts considérables, ont essuyé défaite sur défaite.

Leurs adversaires fascistes, derniers descendants du capitalisme agonisant, sans idéaux humains, sans programme économique bien défini, trouvèrent moyen de soulever et d'entraîner les masses, d'ébranler les grandes démocraties, et souvent même, leur arrachèrent directement le pouvoir.

Comment pareille chose a-t-elle été rendue possible?

La réponse est évidente: les adversaires des gouvernements démocratiques n'étaient pas attachés à des dogmes erronés et rigides; ils comprenaient intuitivement la véritable nature de l'homme et en tiraient des conclusions politiques pratiques. Il est vrai que leurs buts politiques sont absurdes et hostiles à l'idée même de l'humanité; mais ils eurent du succès parce que le socialisme ne sut pas se servir de la seule arme efficace en l'occurrence, la propagande; ou bien il en fit usage à contrecœur et sans énergie.

Le fascisme a aujourd'hui pleinement adopté le langage symbolique comme instrument de combat. Nous connaissons tous le rôle considérable joué par la diffusion de la croix gammée, dans l'ascension d'Hitler au pouvoir. En Italie, Mussolini a également pratiqué sur une vaste échelle la lutte des symboles. Il est intéressant de suivre l'évolution des méthodes de propagande, pendant ces dernières années. Tout au début, c'est le parti social-démocrate allemand qui en faisait l'usage le plus étendu. Les sociaux-démocrates russes se sont bien inspirés de ses méthodes, surtout les bolcheviks, qui les ont habilement exploitées, et sur une large échelle. La guerre civile et l'exécution du plan quinquennal leur en fournirent tout particulièrement l'occasion. Plus tard, ils furent fort imités par les communistes allemands, qui se contentèrent le plus souvent de les copier servilement; c'est d'ailleurs pour cela que l'application de ces méthodes demeurait le plus souvent inefficace. Mussolini emprunta beaucoup aux Russes; il fit attentivement observer leurs méthodes, et introduisit en Italie maints procédés assez utiles pour lui.

Hitler n'eut pas à se donner beaucoup de mal, pour mettre sur pied l'application de son langage symbolique; il s'inspira directement de Mussolini et des communistes. Il s'en servit d'une manière logique et suivie et prit d'autant mieux l'avantage que ses adversaires n'avaient pas le moins du monde compris ce qui se passait; ils le laissaient tranquillement agir.

Que faisait donc Hitler?

Par des discours enflammés, dégagés de toute entrave, il attirait sur lui l'attention; il attaquait violemment le gouvernement républicain, il le critiquait, il l'injurait, il proférait des menaces inouïes: « Les têtes vont tomber », « La nuit des longs couteaux », le document de

Boxheim\*, telles étaient les menaces de la propagande nazie qui avait, et qui *devait* avoir une énorme influence sur les masses ; cela pour deux raisons : en premier lieu, ces masses rendues facilement excitables par la misère matérielle, prêtaient volontiers l'oreille à toutes les critiques ; en second lieu, le fait que cette propagande se faisait impunément, éveillait la conviction que les pouvoirs répressifs et les moyens de défense de l'État étaient entièrement paralysés, et qu'on ne pouvait plus espérer de ce côté là l'heureux dénouement d'une situation insupportable. Hitler et ses adeptes rassemblés au son du tambour faisaient encore une chose qui devait renforcer énormément l'effet de ses paroles. Ils se servaient de la propagande symbolique et ils employaient dans ce but un symbole très simple du point de vue graphique, la croix gammée, qu'ils dessinaient partout en grand nombre. Précisément parce qu'elle était si aisément reproduisible, elle fut reproduite à des millions d'exemplaires et elle servit de signal excitant, faisant naître dans les masses une certaine réaction nerveuse, qui nous est familière, maintenant que nous connaissons les expériences et les conclusions de Pavlov, la création des réflexes conditionnés.

Le mot d'ordre, devenu particulièrement célèbre ces dernières années, de « Gleichschaltung » (conformisation ou mise au pas), n'est autre chose qu'une expression de ce phénomène sous son aspect politico-social. Le mécanisme en est le suivant : toute parole violente, parlée ou écrite d'Hitler, toute menace, s'associait dans l'esprit de ses auditeurs à ses symboles qui devenaient peu à peu les signes évocateurs de ses paroles, de ses menaces ; rencontrés partout, ils agissaient constamment sur les masses, ils ranimaient sans cesse l'inclination favorable à Hitler, ils maintenaient l'effet de la « Gleichschaltung » produit par ses discours exaspérés, de la même manière que l'on renforce le réflexe conditionné de Pavlov, en répétant de temps à autre la stimulation « absolue ». Le gouvernement allemand d'alors avait deux possibilités de réduire à néant cette réaction d'association. On pouvait, soit combattre les symboles, les affaiblir, les tourner en ridicule par certaines actions ou contre-mesures, soit les interdire, empêcher « le Tambour », les injures, les cris et les menaces. On ne fit ni l'un ni l'autre, on laissa tranquillement les ennemis donner à leurs symboles une vigueur toujours renouvelée.

Si l'on se place au point de vue politique, on se demande sur quoi repose donc la possibilité d'obtenir un bon résultat dans la lutte par les symboles ? L'exposé des faits suivants peut servir de réponse : du point de vue de la physiologie des nerfs, on peut distinguer deux types d'hommes : ceux qui réagissent rapidement, les actifs, et ceux qui réagissent plus lentement et qui composent la catégorie des éléments passifs. Généralement les plus actifs sont aussi les plus conscients. Il est facile de constater qu'il existe bien plus d'éléments passifs que d'éléments actifs. Le nombre des auditeurs dans les assemblées en est un bon critère. Les chiffres fournissent au problème une solution claire. On peut, par exemple, facilement constater, que dans une ville de 60 000 électeurs, il n'y a que 4 à 5 000 personnes environ qui

\* V. la citation, page 101.

peuvent être considérées comme éléments actifs, et cela, compte tenu de tous les partis politiques. Cependant les 55 000 personnes passives ont le même droit de vote que les autres. C'est donc d'eux, au fond, que dépend le résultat politique.

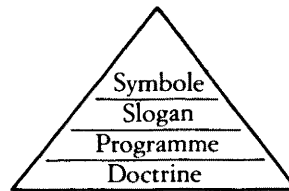
La propagande des partis a pour tâche d'influencer et de gagner à leur cause les 55 000 passifs, qui ne viennent pas aux assemblées, ne lisent pas les journaux politiques de combat ; les partis ouvriers n'ont pas les moyens de faire distribuer les tracts en nombre suffisant, et les feuilles de ces partis, souvent longues, ennuyeuses et doctrinaires, ne sont lues par personne.

Aussi n'est-il pas étonnant que cette propagande n'ait plus ou peu d'attraits.

Par contre, la propagande fasciste en Allemagne, très poussée au point de vue émotionnel, prenant possession des rues, atteignit son but, car elle touchait la masse des « 55 000 ». Parmi les émotions, qui avaient le plus de prise sur ces éléments passifs, il faut d'abord mentionner la crainte ; c'est pourquoi cette propagande par symboles populaires opère essentiellement par intimidation. C'est dans cette intention qu'Hitler se servit de la croix gammée avec laquelle il remporta la victoire. Ses adversaires n'avaient pas reconnu le principe décisif de cette lutte ; ils n'avaient aucun symbole, ils croyaient pouvoir opérer avec des preuves logiques, et lorsque enfin ils faisaient appel aux sentiments, c'était toujours en essayant de tourner l'adversaire en ridicule, le moins efficace des procédés, exprimé, en outre, le plus souvent sous des formes absolument insuffisantes et maladroitement. Leur propagande tournait dans un cercle vicieux, et c'est ainsi qu'ils furent battus.

Le symbole peut jouer, dans la formation des réflexes conditionnés (comme cela découle de tous nos raisonnements), le rôle de facteur conditionnel, qui, se greffant sur un réflexe préexistant, absolu, ou sur un réflexe conditionné formé antérieurement, peut à son tour devenir un excitant, déterminant telle ou telle réaction voulue par celui qui fait agir ce symbole sur l'affectivité d'autres individus.

La parole, parlée ou écrite, peut être utilisée pour représenter un fait concret, unique et simple, ou une multitude de faits, plus ou moins compliqués, aussi bien qu'une abstraction ou tout un ensemble d'idées abstraites, scientifiques ou philosophiques. De même un symbole peut être concret ou abstrait. En politique, on entend généralement par symboles des formes simples représentant des idées, voire même des systèmes ou doctrines fort compliquées et abstraites. Le schéma suivant, illustre les rapports existant entre un symbole politique et son contenu.



La base de la pyramide est formée par une *doctrine*, par exemple la doctrine marxiste. L'étage suivant est un extrait de cette doctrine en vue d'une action : c'est un *programme* ; disons celui du parti socialiste ; le troisième étage est constitué par une concentration encore plus grande : les idées générales du programme sont exprimées en *slogans*, par exemple : « Socialisme partout ! » Et, enfin au sommet se trouve le *symbole* (par exemple, celui des trois flèches), qui en un coup d'œil résume, rappelle l'idée socialiste et cherche à déterminer une action favorable au parti, telle l'adhésion ; c'est, en quelque sorte, un signe sténographique du slogan, du programme, de la doctrine. Il a cet avantage, qu'étant court et simple, il agit rapidement, la formation du réflexe conditionné cherché se produit d'une façon aisée. Il est d'autant plus efficace, qu'il est plus suggestif, c'est-à-dire qu'il transmet facilement surtout l'idée agissante, associée au mouvement qu'il représente, et notamment la base émotive à laquelle ce mouvement a recours : la menace, la compassion, l'intérêt matériel, etc. C'est ainsi que les symboles peuvent devenir des instruments extrêmement actifs pour agglomérer ou pour mettre au pas les multitudes. Le *In hoc signo vincis !* était très caractéristique du christianisme avec son symbole : la Croix. Si on analyse les divers symboles graphiques qui furent employés par les hommes, dans les grands mouvements de l'histoire, on arrive à des constatations intéressantes : on voit qu'il existe des symboles qui expriment par eux-mêmes l'idée du mouvement, comme la Croix, évoquant l'idée du sacrifice du Christ pour l'humanité et cherchant à rallier les hommes au nom de la miséricorde et de l'amour d'autrui ; comme la faucille et le marteau du communisme — symbole marxiste — qui évoque l'idée de la constructivité sociale, l'idée du travail, source de bien-être.

Le symbole fasciste, le faisceau de licteur, a un sens : c'est un instrument de punition, donc de violence servant à faire valoir le droit ; à Rome du moins, il n'est pas déplacé : il se rapporte à une période de l'histoire romaine et par conséquent italienne. Il a le grand désavantage d'être trop compliqué, donc difficilement reproductible, et c'est pourtant la simplicité qui fait la force des symboles graphiques. C'est le cas, par contre, par exemple, de la croix gammée d'Hitler, qui n'a pas de sens intrinsèque : c'est un ancien signe hindou, la « svastika », qui n'a aucun rapport avec le national-socialisme ; en le voyant pour la première fois, on ne conçoit rien du tout ; il saute peut-être aux yeux grâce à sa forme extravagante et cause plutôt un sentiment désagréable, rappelant celui qu'on éprouve à la vue d'une araignée ou d'une punaise. Les hitlériens se sont efforcés de démontrer que c'était un vieux signe aryen et même nordique. Il n'en est rien : on retrouve ce motif partout, même en Chine et en Afrique. En tout cas, il a été adopté par Hitler, exclusivement à cause de sa forme simple et frappante, comme une bonne marque de fabrique. D'ailleurs ce n'est même pas lui qui eut l'idée de l'appliquer à son mouvement, il dit dans son livre qu'il a adopté le projet d'un dentiste bavarois. Quand Hitler affirme que la croix gammée doit inspirer l'idée du triomphe du travail productif, « idée qui fut et restera éternellement antisémite », on ne peut le prendre au sérieux : il nous semble, que même « expliquée », cette « vérité » est difficile à retenir. Mais quand il dit lui-même qu'un « insigne impressionnant peut, dans des centaines de milliers de cas, éveiller

l'intérêt initial, à l'égard d'un mouvement nouveau », nous sommes parfaitement d'accord avec lui.

A propos du symbole socialiste antifasciste des trois Flèches, il n'est pas sans intérêt d'en faire connaître ici l'histoire. Nous la tenons de l'auteur même de ce signe.

« Vers la fin de l'année 1931, toute l'Allemagne frémit à la suite de la découverte, dans les environs de Darmstadt, d'un document, qui est passé dans l'histoire sous le nom de « document de Boxheim ». C'était un programme que les nazis avaient l'intention d'appliquer lorsque leur parti serait monté au pouvoir. Un document sanglant, plein de haine, de sentiments de vengeance et de menaces. Ce document ne prévoyait qu'une mesure de répression: le poteau d'exécution. Nous en citons quelques articles :

« 1. Tout décret de S.A.\*, de l'armée territoriale, etc., sera l'objet d'une obéissance immédiate, sans préjuger de la section de laquelle il provient. Toute opposition sera, en principe, punie de mort.

« 2. Toute arme à feu devra être remise aux S.A. dans les 24 heures. Tout individu qui, ce délai expiré, serait trouvé en possession d'une arme à feu, sera considéré comme un ennemi du peuple allemand et des S.A., et fusillé sur-le-champ sans jugement.

« 3. Tout fonctionnaire et tout ouvrier employé au service des autorités ou attachés aux transports publics devront de suite reprendre leur travail. Toute obstination et tout sabotage seront punis de mort. L'administration des S.A., représentée par moi\*\*, remplacera les autorités supérieures (les ministères).

« 4. Les mesures de nécessité urgente prises par la direction des S.A. ont force de loi à compter du jour de leur publication par affiches. Toute violation de ces mesures sera, dans des cas particulièrement graves, punie de mort, en plus des autres peines fixées, etc. »

Une agitation énorme s'empara de toute l'Allemagne; la presse des partis de gauche et les ouvriers étaient particulièrement révoltés, on entendait partout des propos furieux.

Cinq jours plus tard, en traversant un carrefour à Heidelberg, je\*\*\* fus tout à coup comme frappé par la foudre. Au coin d'un mur était peinte une croix gammée, rayée par un gros trait de craie blanche. Une pensée me traversa comme un éclair: mais voilà la solution que j'avais cherchée au problème d'un symbole de lutte, qui nous serait propre! C'est précisément ce qu'il nous faut!

Je m'expliquai immédiatement le fait psychologique: un ouvrier impulsif, excité par l'affaire de Boxheim, ne pouvant plus contenir son émotion, poussé à réagir violemment, avait pris un morceau de craie et barré l'insigne odieux — la croix gammée; en la détruisant ainsi, il donnait libre cours à sa haine accumulée. Qui était-il? Nous ne le saurons jamais. L'image d'un Soldat Inconnu de notre grande armée ouvrière apparut subitement à mes yeux. En proie à une

\* Sections d'assaut du mouvement hitlérien.

\*\* Chef local des S.A., signant l'affiche.

\*\*\* C'est l'auteur de ce récit qui parle.



grande émotion, je dressai un plan, simple et clair : il devait en être ainsi partout, aucune croix gammée dans toute l'Allemagne ne devait être dorénavant épargnée ; le symbole hitlérien qui agissait comme un moyen de déclenchement d'un réflexe conditionné favorable à Hitler, devait nous servir à obtenir l'effet contraire : désormais, il devait montrer l'esprit agressif indomptable de ses adversaires : toutes les croix gammées barrées par une main invisible, brisées — un nouveau réflexe conditionné enfoncé à grands coups dans l'esprit des masses — la volonté d'une nouvelle force, celle de la classe ouvrière, enfin éveillée et surgissant partout !

J'avais trouvé la solution, mais était-elle applicable ? Pouvais-je espérer la mettre en pratique dans l'Allemagne entière ? C'était là la grande et émouvante question. Le lendemain soir je convoquai quelques jeunes ouvriers, tous camarades de la « Bannière du Reich ». Je leur parlai de notre lutte, je leur expliquai la signification du symbole, je les enflammai leur mettant à chacun un morceau de craie à la main : « Au combat, les gars, leur dis-je, barrez le monstre à crochets par une flèche, par un éclair ! » Le trait devint la flèche, le caractère dynamique de notre lutte était ainsi mieux exprimé.

Frémissant de joie ils s'élançèrent dans la nuit ; le désir d'action maîtrisé à contrecœur, inhibé par les appels à l'« ordre », à la « discipline » émanant des chefs, trouvait enfin à se donner libre cours. Les nuits suivantes se passèrent dans un véritable délire. Les adversaires sentirent tout de suite qu'il se passait quelque chose dans la ville, ils ouvrirent les yeux ; de nouvelles croix gammées apparurent, tout aussitôt barrées par nous. Les hitlériens étaient furieux : ils ne pouvaient que peindre de nouvelles croix. Une curieuse guérilla éclata dans la ville.

Habitué à traduire par des chiffres l'intensité d'un phénomène, je me munis d'un bloc-notes et je parcourus chaque matin une rue déterminée. Je comptai les croix gammées barrées et les croix nouvellement peintes. Je constatai une certaine proportion. Les jours passèrent. La guérilla faisait rage, la proportion restait toujours à peu près la même. Après une semaine de lutte de symboles, sur les murs de la ville, le moment attendu vint : la proportion entre les deux chiffres s'accrut en notre faveur. D'abord lentement, d'une manière oscillante, puis toujours plus rapidement, jusqu'à ce qu'il n'y eût plus partout que des croix gammées barrées. Trois semaines s'étaient écoulées. La bataille était gagnée ! Les hitlériens étaient épuisés, ils comprirent enfin, qu'il n'y avait rien à faire et ils abandonnèrent la partie. Je rencontrais maintenant beaucoup de nos militants, qui, les yeux brillants d'enthousiasme, me confiaient : « C'est extraordinaire ! Chaque fois que l'on voit dans la rue le signe ennemi barré, on ressent comme un choc intérieur : nos hommes ont passés par là, ils sont actifs, ils luttent vraiment ! »

La tâche était donc réalisable, je pouvais croire que cette lutte serait couronnée de succès ; elle le serait certainement, si seulement on pouvait l'instaurer partout. Le deuxième pas devait donc être tenté : on devait gagner à cette cause, nos organisations, nos chefs. N'était-ce pas possible ? L'idée était simple et, mise en pratique, avait donné des résultats positifs. De simples ouvriers la comprenaient tout de suite et l'acceptaient ; pourquoi les chefs ne le

feraient-ils pas ? Nous avons des organisations puissantes ; ce réseau pouvait en peu de temps rendre nos nouvelles armes populaires et efficaces. Plein de confiance, je me lançai dans la lutte.

Je commençai par parler à mes meilleurs amis socialistes de mes tentatives et de mes expériences : on décida d'adopter la flèche comme symbole du Front d'airain ; entre-temps je l'avais transformé en une triple flèche, tout d'abord pour arriver, par la répétition du signe, à un renforcement de son efficacité, ensuite pour souligner l'idée collective du mouvement. De plus, le symbole des trois flèches exprimait fort bien la triple alliance entre les organisations ouvrières réunies du Front d'airain : le parti, les corporations syndicales et la Bannière du Reich avec les organisations ouvrières sportives ; ainsi les trois flèches symbolisaient aussi les trois facteurs du mouvement : puissance politique et intellectuelle, force économique et force physique. En plus, ce symbole est dynamique, offensif et rappelait aussi les trois qualités qu'on exigeait des combattants : l'activité, la discipline et l'union. Les idées libératrices de la Révolution française y étaient également exprimées : liberté, égalité, fraternité.

Et puis encore : le parallélisme des trois flèches exprimait d'une façon tangible la pensée du front uni : tout devait être mobilisé contre l'ennemi commun.

Enfin, le chiffre trois paraît si souvent dans la vie humaine, dans les pensées, dans la vie intime, dans l'histoire, qu'il est devenu en quelque sorte un chiffre « sacré ». Le fait qu'il a pris racine dans le domaine du subconscient joue un rôle considérable pour son efficacité psychologique.

Ce symbole, si facile à reproduire que tout enfant pouvait le dessiner, avait de plus cet avantage qu'il ne pouvait être détruit : les adversaires ne pouvaient pas superposer leur symbole au nôtre, comme nous le faisons sur le leur, car dans ce cas on aurait eu l'impression que c'était encore la croix gammée qui était barrée par nos trois flèches. »

La supériorité de ce symbole de lutte politique, sur tous les autres, réside aussi dans le fait qu'il est, après la croix chrétienne, le plus simple. Si on place les symboles les plus connus dans un ordre de complexité croissante, on obtient l'énumération suivante : la Croix, la plus simple de tous, ensuite les trois flèches, la croix gammée, puis le croissant de l'Islam, l'insigne soviétique — le marteau et la faucille, et enfin les symboles beaucoup plus compliqués : le faisceau fasciste et les insignes des Empires : les aigles, les lions, etc.

A côté de symboles par l'image il y a les symboles par lettres, dont les plus connus dans l'histoire sont le S.P.Q.R. romain (Senatus Populus Que Romanus) qui, dans l'antiquité, placé en maints endroits, proclamait partout la puissance de Rome ; le R.F. (République Française) de la Révolution Française, symbole qui existe encore de nos jours en France. Ces symboles par lettres ne sont cependant que des symboles d'État, et leur force suggestive est fonction de la force de celui-ci ; ils sont trop abstraits pour captiver les masses ; et l'imagination seule le plus souvent ne suffit pas à créer l'émotion.

Dans la lutte politique, menée en Allemagne en 1932, on a affaire non à un symbole, mais à tout un système de symboles, générateurs de comportements et d'états d'âmes, ou, en

terminologie scientifique, que nous avons apprise dans les chapitres qui précèdent, comme excitants conditionnels de réflexes dérivant de divers systèmes d'instincts. Deux principes, se référant surtout aux instincts 1 et 3 étaient réalisés dans les systèmes de symboles employés dans la lutte par les deux grands groupements : les hitlériens et les socialistes. Ces deux principes étaient celui de l'intimidation et du ridicule. Les formes étaient : graphique, plastique et sonore. Les deux principes pouvaient se manifester dans chacune de ces formes.

Ainsi, le symbole graphique d'intimidation des hitlériens était la croix gammée ; celui des socialistes — les trois flèches. On les reproduisait partout à la craie, au crayon, au charbon ou en couleur, sur les murs et les palissades, dans les rues, sur les véhicules, etc. ; ils figuraient sur les drapeaux, les fanions en papier et sur les transparents et les pancartes, on les portait aussi comme insigne ; ils figuraient constamment à la première page des principaux journaux et dans le texte des périodiques, ils s'étalaient sur les affiches, sur les feuilles volantes, sur les papillons, on les dessinait sur le sol, sur les fenêtres embuées, les surfaces poussiéreuses des automobiles, des tramways et des wagons de chemin de fer. Ils figuraient partout, rappelant sans cesse à la population l'existence du Front d'airain, comme le faisait Hitler pour son mouvement, et en lui parlant de la volonté et de la puissance de la grande organisation ouvrière.

Les symboles graphiques de persiflage avaient pour but de créer dans la propagande de rues un ton ironique, partant du fait que dans la lutte politique le ridicule tue. Ce signe était une caricature de Hitler, dessinée en quelques traits sur une croix gammée, trouvée au hasard, et barrée de trois flèches.

Comme symbole plastique d'intimidation, équivalant au salut romain d'Hitler et de Mussolini, les antifascistes adoptèrent le geste du bras droit énergiquement tendu vers le haut, le poing serré. Ce geste symbolisait l'esprit combatif, la menace et devait servir comme salut collectif, salut individuel, salut dans les rues, comme geste de serment, et aux défilés en colonnes.

Son équivalent, le symbole plastique moqueur, était l'ancien geste romain, par lequel la foule de Rome vouait à la mort le vaincu, dans les combats des gladiateurs : le poing avec le pouce tourné en bas. Il devait dire aux adversaires : « Vous êtes voués à la perte, vous êtes faibles, on vous aura ! » A chaque rencontre dans les rues avec les nazis, ce geste devait répondre au salut hitlérien de provocation. On s'en servait dans les processions, dans les chœurs parlés et à toute occasion donnée, où s'imposait l'agression ironique des adversaires.

Comme symbole sonore menaçant et comme pendant au cri naziste de « Heil Hitler », les socialistes employaient le cri : « Freiheit » (Liberté), rappelant l'idéal socialiste le plus élevé : la liberté politique et morale, l'affranchissement du joug capitaliste. Le cri était combiné avec le geste de combat, le poing levé. On s'en servait le plus souvent possible dans les rues : tout homme, toute femme, portant l'insigne des trois flèches, se saluaient par le cri de guerre de la liberté. Pour assurer aux symboles une propagation et un effet aussi rapide que possible, les partisans se promenaient régulièrement, à une heure déterminée, dans les rues et sur les places les plus animées — le mot technique de ce genre de propagande était « promenade de symboles ».

Comme symbole sonore ironique, on répandait un cri, qui tournait en ridicule le cri nazi « Heil Hitler ». Il se basait sur un jeu de mots, on transformait le mot « Heil » (vive) en « Heilt ! » (guérissez), et quand les adversaires criaient leur « Heil Hitler », on leur répondait : « Oui, en effet, c'est nécessaire, guérissez Hitler de sa folie des grandeurs ! » ou bien : « Il sera bientôt guéri ! » ou « Le Front d'airain le guérira vite ! ». De même si l'on trouvait écrits sur un mur les mots « Heil Hitler », on ajoutait un « t » au mot « Heil » de telle manière que l'inscription devenait « Heilt Hitler » (guérissez Hitler) ; ainsi, le salut hitlérien était tourné en ridicule et perdait de son efficacité de symbole menaçant.

Enfin, on peut encore accroître énormément l'efficacité psychologique d'un symbole, en combinant les deux principes ; par exemple, un petit dessin symbolique du Front d'airain a connu un très grand succès en Allemagne et fut reproduit en millions d'exemplaires. Il présentait la croix gammée en bottes et avec la tête de Hitler effrayée, fuyant devant les trois flèches.

La guérilla de symboles prend parfois des formes très curieuses : les adversaires déforment réciproquement les symboles : les nazis, par exemple, transformaient les trois flèches en trois parapluies, les socialistes, à leur tour, ridiculisaient la croix gammée et la tête de Hitler, comme nous l'avons vu ci-dessus, etc. A la même catégorie appartient la déformation très répandue à Paris de l'inscription « Vive le roi » en « Vive le rôti ».

Le symbole est généralement conçu comme une représentation instantanément évocatrice d'une idée ou d'une doctrine, il est le signe presque mécanique, ou plutôt automatique, qui suggestionne les hommes, qui les rallie autour de cette idée. Mais l'idée ou la doctrine est une création des hommes, destinée à stimuler leur activité, la polarisant dans un sens déterminé ; elle contient toujours des éléments de ce que Pavlov a nommé le réflexe du but. Or, si l'homme tend vers un but, c'est qu'il ne se contente pas de ce qu'il vit actuellement, il cherche quelque chose de mieux, de plus attrayant et, voyant l'impossibilité d'atteindre, de son temps, ce but, il crée l'idéal, l'oiseau bleu. C'est l'origine des mythes. La politique et les mythes ont des points de contact très nets.

Ce qui caractérise le mythe, c'est surtout sa tendance collective, sociale, existant « à la faveur de la société et en sa faveur », selon une expression heureuse de Roger Caillois, dans un livre récent *Le Mythe et l'Homme*. Les formules que cet auteur donne sur ce problème sont si claires, que je crois utile de citer ici ces passages : « L'innervation, pour ainsi dire, du mythe est d'essence affective, et renvoie aux conflits primordiaux suscités çà et là par les lois de la vie élémentaire. Le mythe représente à la conscience l'image d'une conduite dont elle ressent la sollicitation... Le mythe appartient au collectif, il justifie, soutient et inspire l'existence et l'action d'une communauté, d'un peuple, d'un corps de métier ou d'une société secrète », et surtout, dirons-nous, d'un mouvement populaire religieux ou politique, auquel l'histoire et la vie sociale fournissent les sources de la création des mythes, leur trouvent des enveloppes qui les caractérisent.

Mais alors se pose la question primordiale : quelles sont les nécessités affectives qui poussent les hommes à créer des mythes ?

Ici encore la réponse qu'en donne Caillois est très suggestive : « L'individu est en proie à des conflits psychologiques avec la civilisation. Ces conflits sont les faits de la structure sociale elle-même et le résultat de la contrainte qu'elle fait peser sur ses désirs élémentaires. L'individu ne pourrait sortir de ces conflits que par un acte condamné par la société. Le résultat est qu'il est paralysé devant l'acte tabou et qu'il va en confier l'exécution au héros. Ce dernier est par définition, celui qui trouve à des situations mythiques une solution, une issue heureuse ou malheureuse. L'individu qui souffre du conflit et qui ne peut en sortir, en vertu des prohibitions sociales, délègue le héros à sa place : ce dernier est alors celui qui viole les prohibitions. » Mais l'individu ne saurait éternellement s'en tenir à une identification virtuelle au héros, à une satisfaction idéale, il lui faut l'acte, il exige encore l'identification réelle, la satisfaction de fait. Le mythe même n'est autre chose que l'équivalent d'un acte.

C'est précisément pourquoi nous voyons ici que le mythe emploie toujours des symboles qui font revivre sans difficulté des états d'âme qui soutiennent dans les défaillances. Ces symboles prennent parfois la forme de rites, d'actions réelles symboliques, qui donnent aux individus la sensation, plus ou moins fallacieuse en réalité, de réaliser quand même leurs aspirations. « Le rite introduit dans l'atmosphère mythique l'individu même. »

Tant que le rite subsiste dans la vie sociale, le mythe a la chance de durer lui aussi et d'exercer son pouvoir sur les hommes, mais il tombe en désuétude, si le rite est délaissé. Il devient, alors, comme dit Caillois, objet de littérature ; c'est ce qui est arrivé de nos jours à la mythologie ancienne.

Nous allons voir plus loin que dans l'Antiquité les rites jouaient dans la vie un rôle extraordinaire, non seulement dans les pratiques religieuses, mais aussi dans la vie privée et politique. On leur donnait souvent la forme des fêtes publiques, qui revenaient périodiquement et fournissaient l'occasion aux hommes de laisser librement se manifester leur affectivité, plus ou moins longuement inhibée en dehors des fêtes par les nécessités sociales ou les lois restreignant la liberté de comportement. C'étaient de vraies manifestations de désinhibition collective, d'excès autorisés, par lesquels l'individu se trouvait dramatisé et devenait ainsi lui-même le héros du mythe, le rite réalisant le mythe et permettant de le vivre. A propos de la fête, Freud dit qu'elle est « une violation solennelle d'une prohibition ».

Actuellement on peut encore observer que les mouvements politiques, qui exploitent sciemment l'affectivité des masses, le besoin qu'elles éprouvent d'extérioriser leurs espoirs ou leurs aspirations, de les vivre au moins symboliquement, s'efforcent de créer des mythes et font grand usage des fêtes spectaculaires qui prennent parfois tous les caractères des rites. C'est ainsi, par exemple, que le culte du Soldat Inconnu, création de l'après-guerre qui s'est propagé presque partout, a créé des rites de pèlerinage à l'Arc de Triomphe à Paris, de la cérémonie de la flamme, du marathon de Rethondes à Paris, etc. Mais ce sont surtout les mouvements fasciste et hitlérien qui ont recours à ces méthodes et qui — dans des exhibitions, à Nuremberg et ailleurs, de leur force guerrière, offrent des exemples de ce genre, se rapprochant par l'exaltation des participants, des fêtes des tribus sauvages ; avec la seule distinction que

l'organisation moderne et la discipline « de cadavre » y jouent un grand rôle, la mentalité barbare restant inaltérée. Moffat, cité par Caillois, trace un parallèle entre ces fêtes hitlériennes et celles de cette secte politique semi-fasciste en Amérique, le Ku-Klux-Klan. Il dit que « les rites de punition y sont nettement destinés à donner aux membres cette ivresse brève qu'un homme inférieur ne peut dissimuler quand il se sent pour quelques instants détenteur de puissance et créateur de peur ». On voit ici encore que c'est surtout le « premier » instinct, que l'on exploite dans ces cas. En plus de cet instinct, c'est encore le « deuxième » instinct ou nutritif, se trouvant à la base du culte religieux, comme nous l'avons déjà vu, qui est généralement le substratum sur lequel croissent et prospèrent les mythes. Mais comme dans le mythe on peut distinguer deux aspects, l'élément mystique et celui de magie, on peut affirmer que dans les religions ce sont surtout les éléments de mystique qui prédominent, tandis que les rites des mythes, ayant à leur base des velléités de violence, relèvent plutôt de la magie, qui a elle-même l'attitude de conquête, la « volonté de puissance ». Les symboles graphiques, comme, par exemple, la croix gammée, ou les symboles sonores et plastiques, qui rappellent les formules et les gestes d'incantation, d'envoûtement, sont des formes sans doute apparentées à la magie.

On pourrait peut-être objecter que de nos temps, où le rationalisme cherche à s'insinuer partout, où les sciences positives offrent une vision toujours plus nette de la nature et des lois qui régissent les choses, il serait étrange de parler de magie, de l'influence des mythes ; on serait tenté de croire que les dangers que nous entrevoyons actuellement pour l'humanité et la culture sont imaginaires ou tout au moins exagérés. A part tout ce que nous avons dit dans ce qui précède à propos des lois de comportement humain se basant sur les données de la psychologie biologique objective, nous croyons pouvoir répondre à cette objection éventuelle, par les paroles suivantes de Roger Caillois, qui, par l'étude de la philosophie des mythes, ne croit pas écarté le danger en question. « Les virtualités instinctives, dit-il, n'ont pas péri. Persécutées, dépossédées, elles remplissent encore de conséquences, timides, incomplètes et rebelles, les imaginations des rêveurs, parfois les prétoires des tribunaux et les cabanons des asiles. Elles peuvent, qu'on y songe, poser encore leur candidature au pouvoir suprême. Elles peuvent même, l'époque s'y prête, l'obtenir. Des mythes humiliés, aux mythes triomphants, la route est peut-être plus courte qu'on ne l'imagine. *Il suffirait de leur socialisation.* Au moment où l'on voit la politique parler si aisément d'expérience vécue et de conception du monde, mettre à la peine et à l'honneur les violences affectives fondamentales, recourir enfin aux symboles et aux rites, qui le prétendra impossible? »

C'est précisément de ce danger de la socialisation des mythes et des rites en question, relevant de la violence, de l'idée asociale et du procès de leur socialisation, qui est déjà en cours, que nous voulons parler plus bas, en donnant des exemples et des preuves irréfutables. Nous voulons parler aussi de possibilités d'action qui, opposant aux armes réelles du viol psychique, des armes non moins réelles et efficaces, pourront avoir raison des forces obscures qui entraînent l'humanité vers le bord du gouffre. Puisqu'un principe doit nous guider dans

cette lutte, où se joue notre destin : vouloir opposer à des gaz asphyxiants des images saintes et des litanies, n'est autre chose qu'une forme de suicide.

Le mythe et l'emploi des symboles nous amènent à parler d'une forme de mouvement populaire, où ces pratiques sont surtout évidentes ; employées déjà depuis des siècles, elles fournissent l'occasion d'analyser leur efficacité en se basant sur leur durée. Ce sont les mouvements religieux et leurs cultes. Leur rapprochement des problèmes de la propagande politique est d'autant plus justifiable que ce sont des mouvements de grande envergure qui ont le souci de s'attirer des adeptes toujours plus nombreux, de les conformiser, qui ont les mêmes buts que n'importe quel mouvement politique, puisqu'ils tendent aussi à résoudre les questions du comportement humain en vue du salut des hommes et de leur communauté. On sait que parfois aussi ils ont joué dans l'histoire un rôle éminemment politique et le jouent encore aujourd'hui en certains pays. La seule chose qui les différencie des mouvements, ayant pour base les instincts alimentaire ou combatif, est qu'ils peuvent avoir d'autres bases : la morale chrétienne, par exemple, a celle de l'instinct maternel, puisque c'est la compassion, la miséricorde qui la guident ; du point de vue du culte, comme nous l'avons déjà vu plus haut, beaucoup de religions ont comme base, à notre avis, l'instinct alimentaire.

Les formes adoptées par les églises pour leur propagande émotive, sont en principe absolument les mêmes que celles des mouvements politiques. Voyons, par exemple, les symboles : la Croix, comme symbole graphique, agit, en principe, de la même manière que la croix gammée des hitlériens ou la faucille et le marteau des communistes ; elle a seulement ce grand avantage d'être simple et facilement reproductible par chacun ; et puis elle permet de saisir immédiatement sa signification, ce qui n'est pas le cas pour la croix gammée, la svastika — qui n'a absolument rien à voir avec le national-socialisme et les « théories » d'un Hitler, qui, en propagandiste avisé, l'a simplement adoptée pour son mouvement, grâce à sa simplicité, qui en permet une reproduction facile. C'était pour lui une marque de fabrique, comme elle avait été, d'ailleurs, longtemps avant Hitler, la marque de la brasserie danoise renommée « Carlsberg ». Il a beau expliquer avec une profusion de mots dans son *Mein Kampf*, comment et pourquoi il en est venu à adopter la svastika, ses constructions « ad hoc » ne trompent personne. Le symbole communiste, la faucille et le marteau, est beaucoup plus beau, du point de vue humain ; et étant compréhensible par lui-même — outils de travail — il exprime exactement l'idée constructive de l'État prolétarien. Il a le désavantage, par rapport à la Croix chrétienne, d'être trop compliqué à dessiner, ce qui entrave sa diffusion.

Un autre symbole religieux chrétien, du type plastique, correspondant au salut romain de Mussolini et de Hitler (ce dernier empruntant toujours les idées et les formes employées par d'autres) ou au poing tendu des antifascistes, est le signe de croix que les croyants font, en portant la main au front et aux épaules.

L'Église emploie aussi des symboles auditifs, équivalents au cri « Heil Hitler ! », « Duce ! » des fascistes, au « Freiheit ! » des socialistes allemands ; entre autres : « Amen ! », « Alleluia », « Kyrie éleison » de l'Église grecque, ou l'exclamation : « Christoss voskress ! » (Christ est ressuscité !) de l'Église russe.

Comme symboles, on pourrait citer encore les totems des diverses peuplades préhistoriques ou des tribus sauvages de nos temps, qui étaient les attributs constants de leurs croyances religieuses et au sujet desquelles Freud et d'autres ont fait des études aussi approfondies qu'intéressantes. Il suffira d'indiquer que dans les rites des cultes religieux, même modernes, comme le culte chrétien, on trouve une foule de symboles, autant graphiques que plastiques ou sonores, on trouve des rites, qui prennent la forme de prières collectives, de chants, de liturgies et de sacrements ; des processions, des prédications et mille autres formes d'influence sur les divers états d'âmes, afin de les canaliser dans une direction de comportement voulue par les directeurs — les prêtres. Les pratiques sont, en réalité, absolument les mêmes que celles de la propagande en général, et surtout de la propagande politique. Il est superflu d'insister, l'analogie étant évidente. Il faudrait encore ici mentionner un mouvement qui emploie, en général, pour sa diffusion des méthodes de propagande, basées sur le même principe, mais qui offre cette particularité que tout en étant un mouvement construit idéologiquement d'une manière très nette sur le « quatrième » instinct (maternel), il utilise néanmoins comme base dans son organisation propagandiste et dans les formes de sa propagande, l'instinct numéro 1 (lutte). Ce mouvement est celui de l'Armée du Salut, où la hiérarchie des charges est étroitement copiée sur le modèle de l'organisation militaire : on y trouve des « généraux », des « colonels », etc. L'uniforme, les tambours, les parades y jouent un grand rôle. Il suffit de l'avoir mentionné ici.

Avant d'aborder la propagande politique moderne, proprement dite, il n'est pas superflu de dire quelques mots sur une activité qui est en liaison étroite avec la première : c'est le métier de journaliste. Un journaliste est aussi un « ingénieur d'âmes », il doit connaître parfaitement l'instrument sur lequel il joue — tout le clavier des instincts humains, de leurs bas-fonds, de leurs sublimations ; il doit pouvoir provoquer dans les multitudes les réflexes conditionnés acquis, inhiber les uns, en désinhiber d'autres, en créer de nouveaux, déclencher des actions. Il a, pour atteindre ces buts, un instrument prodigieux, la presse. Mais quoique cette dernière dispose aujourd'hui de moyens techniques extraordinaires et beaucoup plus efficaces qu'autrefois, il faut constater que son influence diminue. Pendant la Révolution française son rôle comme organe de propagande politique fut très grand ; au cours du XIX<sup>e</sup> siècle et au commencement du nôtre, elle a atteint son apogée, mais depuis la guerre, grâce à une démocratisation toujours grandissante de la politique, l'emploi de méthodes populaires, suggestives, comme arme de propagande, grâce aussi à la diffusion énorme de la radio, le rôle de la presse passe au second plan : il suffit de se rappeler la crise de septembre 1938, où des millions de gens étaient jour et nuit suspendus à l'écoute des postes de T.S.F., qui les renseignaient naturellement beaucoup plus vite que les journaux. D'autre part, la multiplicité des journaux, leur concurrence trop évidemment commerciale, leur volume — souvent d'une vingtaine de pages et plus — qui entrave la possibilité d'une orientation rapide, ce que l'homme d'aujourd'hui apprécie le plus — tout cela est cause d'un certain déclin de l'influence de la presse moderne. Mais néanmoins, le rôle qu'elle joue est encore assez important, pour le signaler ici en parlant des moyens de propagande politique.



Quoi qu'un journal politique soit, en général, un appel au raisonnement, puisqu'il fournit avant tout au lecteur les informations sur les événements qui l'intéresse ou, sous forme d'articles, des commentaires qui éclairent l'ensemble de phénomènes politiques en relations plus ou moins étroites, il a la possibilité (et il s'en sert couramment) de faire appel à l'émotivité du lecteur. Il y arrive, ou bien, par une information plus ou moins tendancieuse, qui crée un état affectif donné, ou encore, par l'emploi de paroles ou de rythmes appropriés, il touche certaines cordes de l'âme humaine, en évoquant des réflexes conditionnés, que le journal se propose de guider pour atteindre ses propres buts ou ceux de la collectivité dont il est l'organe ; il peut aussi créer un état émotif, en disposant le matériel dans un ordre préconçu et lui donnant des titres sous forme de slogans, de symboles. Aujourd'hui, où les hommes sont souvent si pressés qu'ils n'arrivent pas même à lire leur journal au début de la journée, ils se contentent de jeter un coup d'œil sur les titres des articles ou des nouvelles, et surtout aussi sur les titres généraux d'une rubrique ou sur la manchette, qui, en peu de paroles (tel un diapason), crée une orientation, un état d'esprit, une tendance. Il va sans dire que les quotidiens politiques, surtout les organes des partis, jouent sur la base de l'instinct combatif. Les articles de polémique avec les adversaires politiques fournissent surtout des occasions.

Les possibilités d'action dont il est question ici peuvent être secondées par des images qui transmettent les idées et les sentiments avec une rapidité extrême et qui sont surtout précieuses comme moyens d'évocation d'états d'âme voulus. Une organisation rationnelle de la rédaction d'un journal vise surtout à créer auprès du journal des archives d'informations et d'images et de les classer de sorte que les éléments nécessaires puissent être repérés en peu de temps, ce qui contribue, naturellement, aux nécessités de combat politique au moyen de la presse.

Avant d'aborder l'exposé de quelques exemples, tirés de l'histoire politique de l'humanité, et qui illustrent ce que nous venons de dire, il nous semble intéressant de parler ici des principes mêmes de la propagande politique moderne, telle qu'elle résulte de considérations théoriques que nous avons traitées dans les chapitres qui précèdent, et qui se basent sur les données des sciences biologiques d'aujourd'hui. Cette analyse sera utile pour mieux comprendre les exemples historiques. Elle se base sur les faits capitaux suivants.

Les grands mouvements de masse, qui caractérisent notre époque et qui s'extériorisent dans l'acte de voter (élections, plébiscite) ou dans les actions de rue (manifestations, émeutes révolutionnaires), ne sont pas les résultats des délibérations conscientes d'individus composant la masse, mais l'effet de processus nerveux physiologiques, appelés dans le langage psychologique classique, « volitifs », déclenchés sciemment par des énergies appliquées de l'extérieur, par des moyens dits de propagande, ou démagogie, ou mieux encore « psychagogie ».

Ceci vaut les « vraies » démocraties, qui s'inspirent des thèses de la Déclaration des Droits de l'Homme, ainsi que pour les dictatures modernes, qui à la vérité ne sont pas de vraies dictatures, mais des dictatures à aspect pseudo-démocratique. Ces dernières sont aussi portées par les masses, mais dans ce cas les masses sont manœuvrées savamment et trompées sur leurs intérêts vitaux — violées psychiquement.

Les théories biologiques modernes, ainsi que les expériences et les statistiques, donnent, entre les éléments plus ou moins conscients et actifs, et les autres — les passifs sujets à la suggestion sensorielle — dans les masses, la proportion du dixième environ, comme nous l'avons déjà vu ci-dessus. La défaite des mouvements démocratiques en Allemagne et en Italie par le fascisme repose sur la méconnaissance de ce fait capital. Or, de cette constatation découle logiquement l'idée que ces deux groupes d'hommes sont à traiter différemment du point de vue propagandiste: les premiers peuvent et doivent être persuadés, les autres conformisés, mis au pas, en tenant compte de leur réceptivité spécifique. Et celle-là doit être étudiée à fond. On est enclin, dans les milieux des politiciens démocratiques à minimiser ce problème; on entend souvent dire que, dans la propagande, il suffit de suivre le « bon sens ». Rien n'est plus erroné et plus néfaste pour l'efficacité de la lutte politique que cette affirmation: la propagande politique est une vraie science, elle est du domaine de la psychologie appliquée, collective. Nous traiterons dans le chapitre suivant des formes, que la propagande, soit persuasive, soit émotionnelle, peut prendre; ici nous nous bornerons seulement à souligner quelques règles générales théoriques, qui la conditionnent.

Il est peut-être profitable, pour mieux comprendre ces règles, de commencer par une critique des méthodes de propagande, qui sont à la base de l'action politique de la plupart des partis des régimes démocratiques, surtout des partis socialistes; ces méthodes « classiques » sont en contradiction évidente avec les données scientifiques. Leur propagande prend souvent des formes attristées, elle se plaint, elle accuse l'adversaire d'atrocités, d'esprit d'agression, elle fait ressortir, en d'autres termes, son audace et sa force. C'est une mauvaise tactique, puisque on rend ainsi, sans s'en apercevoir, un service à la propagande adverse. C'est le principe que nous nommerons d'« intimidation rétroactive ou à rebours ». Ensuite, elle abuse souvent de l'ironie, elle ne fait que se moquer de l'adversaire même là où une action de lutte, une démonstration de sa propre force s'impose. Elle est souvent trop doctrinaire, abstraite, et emploie des formes que les masses considèrent comme ennuyeuses et insipides. Ses actions sont fortuites et dirigées seulement par intuition, souvent trompeuse; elle manque de système et de coordination, c'est pourquoi à un grand effort ne correspond parfois qu'un résultat bien médiocre. Enfin, et c'est très grave, elle est souvent en retard par rapport aux événements et à la nécessité de réagir immédiatement à ces derniers.

On commet souvent l'erreur, même dans la propagande ayant pour base le principe de la suggestion, de penser et d'agir comme si chaque personne réagissait de la même manière; tandis qu'en réalité la mentalité des divers groupes de la population est bien différente, et la propagande rationnelle ne peut être que différenciée. On croit souvent aussi qu'il suffit de trouver une formule heureuse, un symbole ou un slogan, pour avoir un succès garanti, comme si ce n'était qu'une question de publicité commerciale pour un article quelconque. On oublie alors que l'essentiel dans la propagande rationnelle c'est le plan. Un tel plan comporte:

- a) La différenciation des groupes d'individus à influencer,
- b) L'établissement des buts psychologiques à atteindre chez les éléments de chaque groupe,

- c) La création d'organes pour réaliser l'action vers ces buts,
- d) La création, par ces organes, de formes d'action de propagande,
- e) La distribution des actions dans l'espace et le temps (établissement du plan de campagne),
- f) La coordination de ces actions,
- g) Le contrôle de la campagne, et précisément de la préparation des actions, de leur exécution et de leurs effets.

Toute propagande rationnelle repose sur un nombre relativement restreint de formules tranchantes et concises, formules qui doivent être enfoncées à grands coups dans la conscience des masses, mises d'avance en état de super-impressionnabilité. C'est le principe même de la création des réflexes conditionnés de Pavlov. Une autre condition à remplir est l'uniformité et la simultanéité de l'action de propagande en plusieurs endroits du pays, d'où résulte la nécessité d'une direction centrale pour chaque action de grande envergure. On doit également exiger d'une bonne propagande qu'elle se manifeste sous des formes vraiment artistiques ; un mot d'ordre de lutte contre la platitude est de rigueur ici. Malheureusement, l'opinion erronée, que l'on peut offrir aux masses des choses élémentaires, vulgaires et sans valeur du point de vue esthétique, est assez répandue. Il ne faut pas non plus abandonner, dans la propagande, la base morale ; dans ce domaine également, l'âme du peuple est souvent plus sensible que celle de certains « propagandistes » confus et blasés.

La lutte politique ne s'arrête jamais et la propagande ne peut pas chômer. c'est ce qu'a bien compris Hitler : il ne se bornait pas à faire de la propagande seulement pour les élections ; il la faisait continuellement tandis que ses adversaires ne se réveillaient qu'à certaines époques, et même dans la période électorale, ils accueillaient souvent avec joie les jours fériés, pour interrompre l'agitation et « se détendre », comme il disaient, mais, en vérité, c'était plutôt pour éviter la lutte, qui les ennuyait et pour sacrifier à leurs habitudes bourgeoises.

Nous avons déjà vu et nous le verrons encore mieux plus loin, qu'Hitler, en plaçant sa propagande suggestive populaire sur le plan de l'instinct de lutte, fait appel à la violence psychique, en s'appuyant sur la violence réelle. Il a dit dans son livre *Mein Kampf* : « un bandit résolu a toujours la possibilité d'empêcher un honnête homme d'exercer son activité politique », et il applique lui-même cette règle dans la pratique : en 1931-1932 ses troupes de propagandes (les S.A.) empêchaient par la violence leurs adversaires de tenir des réunions dans les districts ruraux. Une fois sur cette voie, dit-il, il faut rester conséquent et ne jamais osciller entre la violence et l'indulgence.

Une autre règle de la propagande hitlérienne et mussolinienne est l'emploi de l'exagération : Goebbels, par exemple, donnait, comme chiffre des troupes de choc d'Hitler (S.A.), à Berlin, le nombre de 10 000 hommes quand il n'y en avait que 3 000. Hadamovsky, son collaborateur intime, recommande ouvertement ce procédé, en disant : « il faut montrer sa propre force, et même plus qu'on en a ; la propagande par la force, si elle est bien calculée, impressionne et donne des résultats décisifs, surtout à l'extérieur ». Il est bon que les adversaires de Hitler sachent bien à quoi s'en tenir et ne se fassent pas d'illusions.

Nous avons déjà souligné que la propagande ne doit pas être faite en adoptant aveuglément un schéma, mais qu'elle doit se différencier, selon les milieux auxquels elle s'adresse. Hitler avait employé, pour la propagande, des troupes de choc spécialement organisées, qui lui ont permis de pénétrer facilement dans les campagnes et de gagner à sa cause les paysans, d'un côté, en les terrorisant, d'autre part du fait que sa propagande y avait le monopole, les autres partis s'étant désintéressés presque entièrement de la population rurale. Dans un article du journal *Deutsche Republik* en 1932, Siegfried Höxter analysait le problème de la propagande pour les districts ruraux, et y distinguait surtout deux zones : l'une traversée par les grandes lignes de communications, qu'il nomme la zone mixte, et l'autre, où la paysannerie forme une couche plus uniforme de la population, et où les idées de Hitler on put pénétrer plus facilement. En conséquence il était d'avis que les méthodes de propagande populaire agressive, basée sur l'instinct de lutte, comme celles inaugurées par les socialistes en 1932, sous le signe des trois flèches, et qui se sont montrées efficaces contre Hitler, devaient être employées dans la première zone, tandis que dans la seconde, elles devaient être modifiées et s'adapter à l'ambiance et à la mentalité paysanne, c'est-à-dire prendre le caractère d'une propagande détaillée, souvent individuelle, rappelant les méthodes des voyageurs de commerce ou des agents d'assurances.

Un autre exemple de propagande politique différenciée est fourni par la tentative faite en Allemagne par le « Front d'airain », de diviser, pour les besoins de sa propagande, le pays en trois zones : la zone de l'ouest, avec une population où les sentiments républicains prévalaient, la zone nord-est, où les réactionnaires prussiens imposaient leurs idées, et la zone sud-est, où les tendances socialo-communistes se manifestaient plus fortement. En conséquence, le plan de la propagande était conçu de la façon suivante : les éléments des quatre instincts de base devaient se manifester naturellement partout, et la propagande s'adresser à des intérêts économiques, combatifs, de prévoyance, ainsi qu'aux tendances vers la joie et vers une conception plus légère de la vie. Mais, en plus, dans la zone nord-est, plus réactionnaire, le caractère qu'il convenait de communiquer à la propagande, devait présenter surtout des éléments combatifs ou d'intimidation ; dans la zone sud-est — la zone industrielle — des éléments et des raisons économiques, dans la zone ouest — faire peser dans la propagande, surtout ce qui stimule la volonté de défendre les avantages existants et la volonté de sécurité, ainsi que la prévoyance. Les instincts 3 et 4 devaient prévaloir dans les zones du sud et de l'ouest, les instincts 1 et 2 — au nord et à l'est.

Nous avons déjà mentionné qu'une propagande rationnelle suppose une organisation très poussée des services qui doivent la mener ; on connaît dans l'histoire des derniers temps trois exemples d'organisation matérielle formidable de la propagande : ce sont l'office de propagande de lord Northcliffe en Angleterre pendant la grande guerre, les institutions de propagande dans la guerre civile russe et le ministère de propagande du III<sup>e</sup> Reich. Nous en parlerons encore avec plus de détails, ici nous voulons seulement souligner quelques règles générales, qui se rapportent au problème de l'organisation d'une propagande moderne.

La première règle consiste en un contrôle exact de l'exécution et de la portée des mesures adoptées pour la propagande ; rien n'est plus important que ce souci qui est trop souvent négligé aujourd'hui. Au contraire, il est nécessaire de surveiller constamment l'effet produit, de l'établir avec la plus grande objectivité, de le représenter par des moyens aussi démonstratifs que possible et d'en tirer des conclusions pratiques pour les actions ultérieures ; cela s'applique aussi au contenu de la propagande. A cet effet, le travail exécuté et les résultats obtenus doivent être contrôlés suivant des méthodes modernes : cartes, plans schématiques et tableaux synoptiques, du genre de la « météorologie politique » du temps de la guerre civile russe, où on se servait de cartes politico-géographiques spéciales, pour faciliter le coup d'œil sur les événements et établir leurs relations fonctionnelles.

Une organisation rationnelle de la propagande exige aussi la centralisation du service d'information, de presse, etc., puisque la propagande, pour donner les résultats qu'on attend d'elle, doit se baser sur une vision complète de la situation. Un état-major, qui établit et dirige les campagnes politiques, est un organe sans lequel il ne peut y avoir aucune garantie sérieuse de succès et souvent la raison de l'échec d'une campagne, comme on l'observe, là où tout est dévolu au hasard, provient de l'absence d'un pareil état-major : combien de fois ne voit-on improviser une campagne de propagande, constituer une commission *ad hoc*, confier la tâche à une personne, à un ministre, qui est surchargé de besogne.

Pour mener la propagande il faut disposer d'équipes de spécialistes, d'agitateurs, etc., et même les instruire, instituer des cours de propagande. Hitler avait bien saisi cette règle, en formant tout un corps, les S.A., comme de vraies brigades de choc de propagande : ce sont ces troupes qui l'ont, en vérité, porté au pouvoir. Mais pour mobiliser des militants-propagandistes, pour les jeter dans la mêlée aux moments voulus, il faut leur donner des instructions concrètes et les enflammer : c'est ce qu'une propagande rationnelle fait au moyen de réunions dites « d'allumage » et faites pour animer les militants. La pratique de la lutte en Allemagne a montré que c'était le meilleur moyen d'organiser rapidement les campagnes politiques.

Enfin, les moyens financiers jouent naturellement un rôle très important dans la propagande, mais à l'encontre de l'idée très répandue selon laquelle on ne saurait faire de propagande efficace sans la mobiliastion de très grandes ressources pécuniaires, nous affirmons qu'il y a là une grande exagération : on a vu des campagnes politiques efficaces menées avec des ressources presque dérisoires — le secret est dans la rationalisation des actions et dans la possibilité de mobiliser psychiquement, d'enthousiasmer les grandes masses. En général, on peut même dire que l'argent pour une propagande populaire, au moyen de symboles, se trouve dans la rue, il faut seulement savoir le chercher et le prendre : en Hesse, par exemple, le Front d'airain a financé en 1932, toute sa propagande victorieuse contre Hitler avec de l'argent recueilli par la vente de ses insignes. Un principe sain est que la propagande doit pouvoir se nourrir par elle-même.

Que la propagande, telle qu'elle est analysée et décrite ici, assure un succès presque certain, est démontré par les résultats formidables de la propagande hitlérienne, mais aussi et

surtout par une expérience politique faite en Hesse en 1932, cette expérience ayant été menée avec la rigueur d'une expérience scientifique de laboratoire. Dans les élections en Hesse, que nous décrivons en détail plus loin, sur cinq villes (Offenbach, Darmstadt, Mayence, Worms et Giessen) les nouvelles méthodes de propagande du Front d'airain furent employées dans les quatre premières, la cinquième étant abandonnée aux vieilles méthodes socio-démocrates ; cette ville servait donc en quelque sorte de cobaye-témoin. Dans les quatre villes, Hitler fut battu, à Giessen il eut la victoire. Mais plus encore : voici un tableau qui donne les résultats frappants de cette expérience :

Villes	Date de la mise en marche de la propagande	Laps de temps jusqu'aux élections (en jours) :	Gains en votes :
Offenbach . . . . .	25/5	25	3 300
Darmstadt . . . . .	27/5	23	1 500
Mayence . . . . .	30/5	20	1 300
Worms . . . . .	6/6	13	600

Les élections ont eu lieu le 19-6.

On voit par ce tableau que les gains ont été en fonction de la durée de la propagande. Cet exemple montre clairement qu'on a parfaitement en main la possibilité de diriger les réactions des masses et c'est précisément le secret de Hitler.

S'il en est ainsi, il faut bien se garder des idées préconçues sur la soi-disant liberté de presse et de propagande : il faut se rappeler que c'est précisément en jouant sur cette liberté que lui octroyaient les lois de la République allemande que Hitler est parvenu à l'anéantir. L'empoisonnement est un crime, qui est châtié par les lois de la collectivité humaine. Il est temps de comprendre qu'il peut y avoir des situations, où les grandes masses, dont le vote détermine tout dans un état démocratique, peuvent succomber à un véritable empoisonnement psychique au sens le plus réel, le plus physiologique. Si on s' imagine qu'il suffira alors de faire appel à la raison, de tenter de contrebattre l'empoisonnement, le « viol psychique », par une propagande de persuasion, on devra convenir, qu'après tout ce que nous avons dit, on se crée une illusion dangereuse. Le seul moyen, si on ne veut pas porter atteinte à la liberté de la parole si chère à bon droit aux démocrates sincères, c'est de savoir se garantir par des appareils d'immunisation psychique, par des organes de propagande, qui doivent veiller à ce que toute velléité de violer l'âme collective par des pratiques psycho-physiologiques, dont il est désormais démontré que ce sont des véritables moyens d'intoxication, trouve immédiatement une riposte efficace de protection psychique.

1. Ce texte est extrait de *Le Viol des foules par la propagande politique*, Paris, Copyright Gallimard, 1952.