

La Propagande Tortueuse

Vous trouverez toujours des gens... incapables de croire au mal parce qu'ils sont eux-mêmes incapables de le faire... toujours prêts à sourire quand vous leur signalez une intention de propagande dans des faits en apparence anodins. Ils ne se rappellent pas ce chat de la fable de La Fontaine qui s'était roulé dans de la farine pour se confondre avec les sacs de farine et amener ainsi les souris sans méfiance à portée de sa griffe. Un vieux routier de rat que l'expérience avait rendu prudent ne s'y laisserait pas prendre.

"Ce sac enfante" ne me dit rien qui vaille," se contenta-t-il de dire. Il déguerpit et s'en fut.

Or, à l'heure actuelle, il s'exerce de par le monde une campagne de propagande à la fois grossière et sournoise contre la France. L'écran cinématographique, la correspondance privée, la rumeur publique lui servent de véhicule. Sous des airs paternels, elle distille son poison.

Par exemple, ici, à la Nouvelle-Orléans, deux films de fabrication allemande: "The last payment" et "The red peacock" ont paru sur l'écran. Comme par hasard, le lieu de l'action y est situé à Paris, les personnages y sont Français. Pourquoi les producteurs allemands s'obstinent-ils à choisir Paris comme le lieu de prédilection et les Français comme les personnages préférés de leurs scénarios? Mystère, hasard, croyez-vous? Oh, que non! Allez voir les films et vous serez édifiés. "The last payment" est à cet égard plein d'enseignements. Si le Paris et les Français qui y sont représentés ne sont pas bien faits pour confirmer l'idée que la propagande allemande s'acharnait avant la guerre à donner de la France et des Français à l'étranger, c'est que nous ne savons pas regarder. Paris surtout, et Paris qu'ils exhibent, quel ignoble caricature! Et ces Parisiens! Une cohue de goinfres en frac et en robe de soirée qui s'étassent dans des salles de restaurant dans une promiscuité d'étable et s'y livrent goulûment à des beuveries de reîtres en rhabude. En vérité, il n'y a rien de bien enthousiasmant. Le spectacle est bien combiné pour inspirer du dégoût. Le spectateur se dit naturellement: "Si c'est ça, leur gai Paris, leur merveilleux Paris, merci, nous ne nous dérangerons pas pour aller voir ça."

Or, c'est là le but de la propagande dont nous parlons. Et la preuve, c'est qu'elle tend au même résultat que l'autre, celle qui se transmet par la rumeur publique, par la correspondance privée: détourner les étrangers d'aller visiter la France. Car, il y a deux manières de réduire un pays: par les armes et puis par le blocus économique. On peut l'isoler en élevant autour de lui des montagnes de préjugés défavorables qui en éloignent les étrangers. C'est à quoi s'emploie la propagande allemande. Il ne s'agit plus de détruire des déductions. L'attaque est franche. Elle recourt effrontément au mensonge et à la calomnie. Mais elle sait qu'elle trompera toujours les gens non prévenus. Elle compte sur le silence des autres. Elle vise particulièrement les Américains et les Anglais. D'abord elle s'emploie à déprécier les avantages naturels de la France au point de vue du tourisme, la beauté de ses monuments, le charme célèbre de ses paysages, les douceurs de son climat et de ses mœurs. Rich en eaux minérales, par exemple, la France, dans le décor merveilleux et sous le ciel éminent de ses stations thermales, verse à flots la santé à des légions de malades. On décrit les vertus séculaires de ses sources. Puis on attaque la réputation de ses habitants. On représente la corporation des hôteliers et les commerçants vivant du tourisme comme des pillards. On les accuse de profiter de l'étranger, de lui faire payer tout plus cher qu'aux Français, d'avoir des tarifs spéciaux pour lui, surtout pour les Américains et les Anglais. Voulez-vous la preuve de ce que j'avance? Lisez la reproduction d'une des cartes que reçoivent en France même les touristes américains et anglais:

DO NOT GO TO VICHY

The hotels are scandalously dear. You will be cheated. Vichy is superficial. Drink English or American waters.

Don't croyez-vous que provient cette carte? D'un Américain, Mr. Walter Berry, président de la Chambre de Commerce américaine de Paris, qui l'envoie avec une lettre adressée à l'Intransigent, de Paris, et que je reproduis ci-dessous:

"I was very pleased to read in the Intransigent of a few days ago an article in favor of the French water-cure resorts. The contributor of that article endeavored to induce his compatriots to patronize the watering places of France rather than the foreign resorts. In so doing he was making use of an indisputable fact, and the propaganda—if any—was certainly most honest and loyal in spirit.

"To the contrary, what can one say of the methods the Germans are using for discrediting the French watering places in the opinion of foreigners in general and of Americans in particular? In fact, they

employ letters and cards, as the one I enclose, with the aim of casting a slur upon the good name of your resorts. The vulgarity and shamelessness of such methods is enough to fill one's heart with disgust, and they well deserve of being publicly reprobated and exposed. Under the same envelopes, mailed in France, letters and cards are sent to the American Chamber of Commerce, and I need not point out to you that the English used could not be less English than it actually is. The phrase 'VICHY IS SUPERFICIAL,' as an instance, cannot possibly come from an English or American pen.

"You are—of course—at liberty to make whatever use you may deem advisable of the documents that I cannot refrain from sending you, and believe me,

Yours very sincerely,
WALTER BERRY, President.
American Chamber of Commerce,
Paris.

Voici un témoignage qui ne sera pas suspect au public américain. Après lui, l'auteur de cet article pourra fournir le sien. Il a voyagé en France, il y a voyagé avec des Américains, il y est descendu dans les mêmes hôtels qu'eux, il y a fréquenté les mêmes restaurants qu'eux, il s'y est déplacé dans les mêmes conditions qu'eux. Jamais il n'a constaté que les Américains y fussent exploités, qu'on leur ait compté des prix plus élevés qu'aux Français.

Les hôteliers de France sont des industriels respectables et trop avisés pour ne pas se rendre compte de leurs intérêts bien compris. Ils savent que le seul moyen de retenir un client est de le traiter honnêtement, de le maintenir satisfait, et c'est à la recherche de ces résultats que consacrent leurs efforts leurs syndicats professionnels et leur fédération de syndicats. Ces derniers imposent à leurs membres une discipline destinée à mettre l'industrie de l'hôtellerie française au-dessus de tout soupçon et à protéger le touriste. Mais il y a plus. Des entreprises régionales, les syndicats d'initiative, le gouvernement français lui-même se sont souciés de sauvegarder les intérêts des touristes contre la convoitise d'individus peu scrupuleux. Ils exercent une surveillance étroite sur les hôtels et les commerces vivant du tourisme, ils les obligent, entre autres choses, à établir un tarif uniforme pour tout le monde et à l'afficher de façon à ce qu'il soit partout bien en vue. Ils fournissent gratuitement aux touristes tous les renseignements désirables sur les prix des hôtels, des restaurants, sur les tarifs des moyens de transport, etc., etc., et se tiennent à leur entière disposition pour contribuer à leur rendre le séjour dans leur région intéressant, instructif et à tous égards aussi agréable que possible. Ce sont comme je l'ai dit les "syndicats d'initiative" des différentes villes et régions de France et le gouvernement français lui-même par l'intermédiaire de l'Office Français du Tourisme qui fait partie du Ministère des Travaux publics.

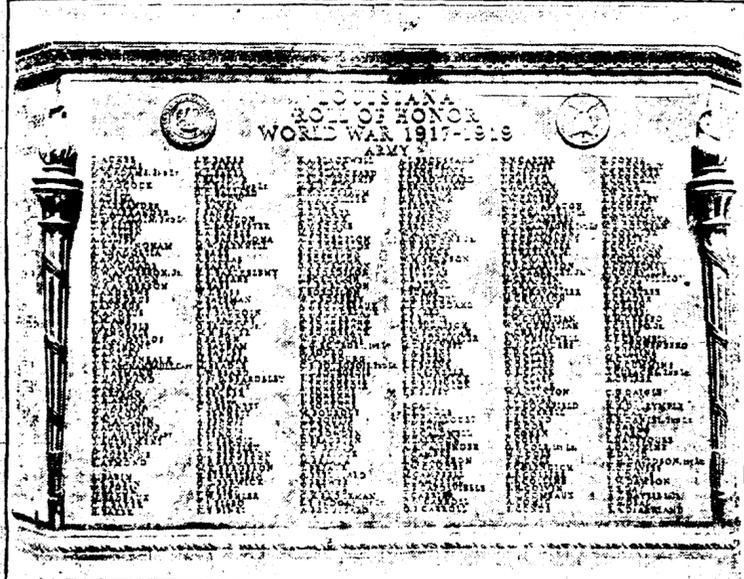
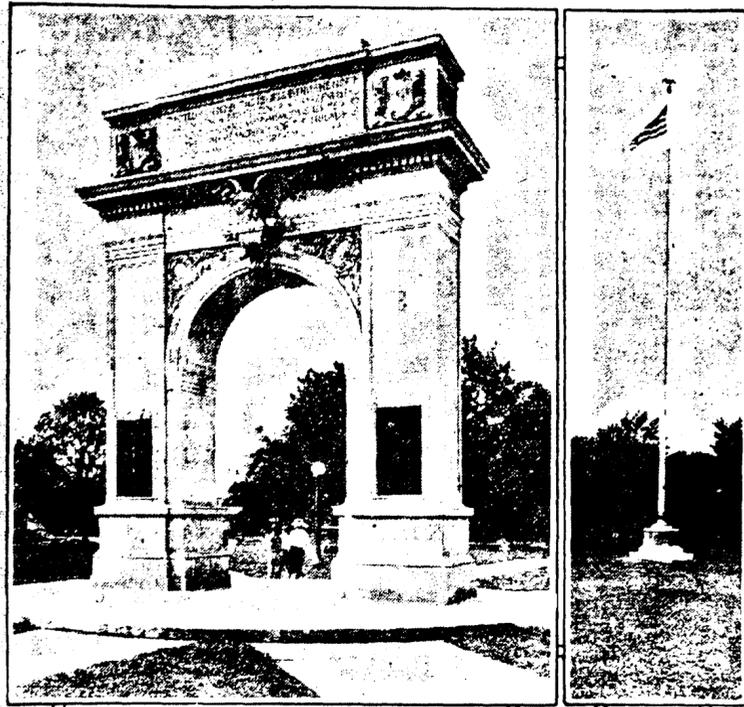
C'est que la France veut des touristes, américains et anglais. Pourquoi? Pour des raisons commerciales sans doute. Mais surtout afin de resserrer les liens d'amitié qu'elle désire conserver avec les "nations étrangères," l'Amérique et l'Angleterre en particulier. Elle tient à ce qu'ils viennent voir ce qu'elle est et ce qu'elle fait. Elle veut que les étrangers dont elle recherche l'amitié voient de leurs propres yeux les efforts inlassables qu'elle fait pour se relever des ruines de la guerre, le succès de ces efforts, ses populations au travail. Car, il ne faudrait pas croire que la France cherche à alimenter le commerce de ses restaurants de nuit et de ses lieux de plaisir. Elle essaie plutôt d'en détourner les touristes. Elle veut que ceux-ci la voient telle qu'elle est: laborieuse, sérieuse, honnête et hospitalière. Elle porte dans son sein des richesses bienfaisantes. Elle invite l'étranger à venir les contempler et à venir en partager les effets salutaires. Ce sont ses trésors artistiques de tous ordres, ses paysages variés et d'un charme voluptueux, ses stations climatiques, thermales et balnéaires, ses nombreux foyers de science et de culture. Elle veut plaire, et pour plaire, elle cherche à montrer ses avantages. Qui l'en blâmerait? Le désir de plaire n'est-il pas un hommage rendu à celui qu'il vise? N'est-il pas un élément civilisateur par excellence?

Mais elle veut plus. Elle doit de l'argent aux nations étrangères, aux Etats-Unis et à l'Angleterre. Dans les ressources de son sol fertile, dans le labour incessant de ses populations ordonnées et laborieuses, elle veut leur montrer un gage de remboursement certain.

La vie y est chère? Oui, mais combien moins qu'aux Etats-Unis et en Angleterre, même qu'en Espagne!

Dans un prochain article, je discuterai cette question de cherté de la vie en France et du confort qu'on y trouve. Je montrerai aussi l'intérêt du tourisme en France. Pour le moment, il me suffit d'avoir mis en garde les Américains contre les calomnies qui tendent à les détourner de voyager en France. Si, d'ailleurs, leurs inquiétudes n'étaient pas calmées par mon article, je ne saurais mieux faire que de leur recommander de s'adresser à "l'Office Français du Tourisme," 342, Madison Ave., New York City, organe officiel du Ministère des Travaux Publics du gouvernement français, et ils y obtiendront toutes les précisions et l'aide désirables pour voyager en France avec la plus grande sécurité, le maximum de confort, de plaisir et de profit intellectuel et matériel.

AUX MORTS POUR LA PATRIE



Mardi, "Memorial Day," a eu lieu la dédicace de l'Arc de Triomphe élevé sur le Square McCarthy en l'honneur des néo-orléansais tombés au champ d'honneur. A gauche: un autre monument en mémoire des héros de la guerre, le porte-drapeau élevé au Parc Audubon. La photographie plus bas montre la tablette sur laquelle sont inscrits les noms de néo-orléansais morts à l'armée pendant la grande guerre.

Des Oiseaux, Des Fleurs

Aux petits des oiseaux Dieu donne la pâte! Sans doute, mais qui eût pensé que leur pâte serait cette année nos chapeaux. Car tous les chapeaux de femmes sont en ce moment garnis d'oiseaux. Evidemment, c'est le printemps qui veut cela. Le printemps n'est-il pas la saison des oiseaux? Tous les poètes vous le diront... et toutes les modistes aussi. Que les femmes sont cruelles! s'écrieront avec indignation les personnes sensibles. L'hiver, elles se parent de fourrures; l'été, il leur faut encore de nouvelles victimes! Que les personnes sensibles se rassurent. La fourrure coûte certes la vie à mainte innocente bête qui mériterait un sort meilleur que de finir en garniture de manteau; mais les oiseaux... ne sont pas de vrais oiseaux.

A moins que dans quelque pays fabuleux on ne rencontre cet étrange perroquet de drap gris en forme d'artichaut qui décortique le chapeau de plecton.

A moins qu'une arabe fée ait fait tomber d'un ciel de haute lisse l'oiseau-qui-n'a-pas-de-nom, qui se compose d'une dent de tigre en carton noir attachée à une touffe de plumes de coq...

A moins qu'il n'y ait des colibris en étoupe, et des perruches cirées...

A moins que des hirondelles de velours aient soudain remplacé la charmante hirondelle dont le vol se casse pendant les soirs d'été aux quatre coins du ciel...

Vous pouvez, mesdames, suivre la mode sans que votre cœur soit déchiré entre votre pitie et votre coquetterie.

Un chapeau ne portera pas—autel de sacrifice édifié par des doigts magiques—un holocauste de petites victimes massacrées. Quand vous tournerez la tête, le froissement des plumes ne vous fera pas penser, avec un frisson rapide et poignant, à des

UNE VICTOIRE FRANÇAISE

Elle fut remportée il y a cent sept ans, au Congrès de Vienne, où l'atmosphère était un peu plus cordiale qu'à Gènes... J'abrège le récit que nous en laissa Philibert Audebrand. Ambassadeurs, ministres et plénipotentiaires achevaient donc de dîner chez lord Castlereagh lorsqu'une discussion gastronomique s'éleva. Il s'agissait de la supériorité des divers fromages. Chaque diplomate défendait avec chaleur l'industrie caennaise de son pays. Tout à coup, Talleyrand prit la parole.

—Messieurs, dit-il, vous reconnaîtrez qu'en fait de fromage, la France n'a point de représentant sur cette table. Elle a des droits d'en avoir. Je demande donc que la décision soit ajournée à huitaine. D'ici là, je m'engage à fournir des documents qui jetteront une lumière toute nouvelle sur la question qui préoccupe vos Excellences. Que décidez-vous?

Ici, toutes les têtes officielles s'inclinent. L'Europe, unanime, admet l'ajournement.

Au jour fixé, un courrier de confiance, retour de mission, franchissait les barrières de Vienne au triple galop d'un bidet blanc d'écurie. Il arrivait à temps, car le Congrès était à table. Les brillants convives jetaient vaillamment de la mâchoire. Encore un peu, et le second service allait faire place au dessert.

Alors, le prince de Bénévent fait un signe de la main. Un magnifique fromage de Brie, doré, onctueux, opère son entrée. Aussitôt, l'Europe regarde, attentive et charmée. Un officier de bouche plonge le couteau de vermeil dans les flancs de ce produit de la France. Le comte de Kohentzel déglutit, M. de Nesselrode analyse. Tous ceux qui sont assis autour d'eux les imitent. Bientôt, des cris d'enthousiasme retentissent. Voilà qui est fini: on ne dispute plus. La supériorité gastronomique de notre pays est universellement, glorieusement proclamée.

Talleyrand mettait ce triomphe au nombre de ceux dont son amour-propre avait été le plus flatté. Il avait raison. Ce fromage ne fut-il pas une victoire?...

IMPOSSIBLE

Le patron—Ne pouvez-vous pas lire cet avis qui est affiché?

L'employé—Non, monsieur, je ne puis pas lire durant le jour, je ne suis allé qu'aux écoles du soir.

UNE POIRE

A quoi tient cependant la réputation d'un pays?... Et comme il est salutaire de regarder chez le voisin la manière dont on y écrit l'histoire.

Un auteur américain du sexe féminin, la "célèbre Fanny Hurst"—c'est ainsi que la désigne le journal qui commente ses Dicts et Pronostications—la célèbre Fanny Hurst, venue visiter la France pour s'instruire et instruire ses contemporains de ce qui s'y passe depuis la guerre, accorde quelques-unes de ses impressions à un journal de New-York. Je vous les recommande.

Donc, la célèbre Fanny Hurst est féministe, ce dont je la loue—à condition, bien entendu, de s'entendre sur le mot et la chose... Elle est féministe, et psychologue... Si elle n'était point psychologue, elle n'eût pas mérité qu'on l'appellât la "célèbre" Fanny Hurst, et on n'eût pas songé à nous l'expédier pour rendre des arrêts définitifs sur Paris. Ville-Lumière. Or, la célèbre Fanny Hurst, qui ne déteste point l'effet et sait manier l'interview, définit sous une forme sensationnelle l'âme de notre pays... Oyez plutôt:

Says Paris Brandishes Sword In One Hand and Reaches Out for Pocketbook With Other

ce qui peut se traduire à peu près ainsi: "Paris brandit l'épée d'une main; de l'autre—mon Dieu! de l'autre, elle ne nous l'envoie pas dire—de l'autre, Paris fait appel à la bourse" et, pour parler net, essaye de détrousser le passant...

L'image est gracieuse et vous voyez le tableau d'ici: Paris, symbolise sous les traits de Mandrin, un glaive dans la dextre, pour quelque massacre futur, la main du cœur s'égarant au fond des poches pour y attraper des dollars.

En quatorze mots, l'éminent écrivain fait le tour de la mentalité et du cœur français. On le voit, tout y est: l'air, l'ambiance, le sentiment, les états d'âme... La célèbre psychologue procède par intuition comme M. Bergson; mais en l'espèce sa méthode se précipite avec sûreté du patricien au général.

Car si Paris reçoit à la pointe de son épée ce jugement sans appel, c'est que la célèbre dame veut manger une poire... Les poires, chacun le sait, facilitent l'heureux fonctionnement des reins et prédisposent à la sagesse du caractère... Ayant désiré manger ce fruit que Dieu n'avait pas défendu au paradis terrestre, elle se mit en devoir de l'acheter, les espaliers ne fleurissant guère le long des boulevards, et voilà que du choc de l'addition jaillit à ses yeux, en mille étincelles, la vérité, la fulgurante, l'atroce vérité: Je vois, je sais, je crois, je suis déabusée!

songe notre autotresse, poire en main; et du coup, elle comprend la fureur sanguinaire des gens de chez nous et leur scélératesse.

Le journal marque la révélation en deux lignes pour l'isoler mieux et en mesurer plus profondément la funeste horreur:

Achat d'une Poire Dix Francs la Pièce.

Et ayant vicié sur la transformation désobligeante de notre capitale, sur le "stupéfiant mélange de servilité et d'orgueil des hommes," et sur la futilité des femmes, "contentes de rester les mannequins que les hommes parent de bijoux et de toilettes," la célèbre Fanny Hurst, dans le feu de son indignation, déclare en deux lignes, mises également en valeur:

Paris no cheaper Than America.
Paris pas meilleur marché Que l'Amérique.

Avez-vous que voilà de quoi mettre fort en colère une dame en mission, qui comptait accomplir d'honnêtes économies. Elle en témoigne d'autant plus de déplaisir que, dit-elle: "In reality money goes twice as quickly here because there are so many charming things one just has to buy." (En réalité, l'argent file deux fois plus vite en France qu'en Amérique, parce qu'il y a tant de jolies choses, de délicieuses créations, qu'on ne résiste pas au désir de les acheter.)

La célèbre Américaine, au nom qu'on pourrait croire boche, déplore le goût français et son génie créateur, puisqu'il est l'occasion de tentations qu'avait la guerre chacun réalisait avec "économie," tandis qu'aujourd'hui elles causent la déception que vous savez.

Cette idée la lancine, l'offusque, elle y revient...

"One thing Americans planning holiday visits here should have dinned into their ears is the fact that Paris is no cheaper than America." (Une chose que les Américains doivent bien se mettre dans la tête, c'est que Paris n'est pas meilleur marché que l'Amérique...)

Evidemment, la France manque de délicatesse. Elle a subi, pour l'honneur du Droit, pendant plus de quatre ans, la guerre et ses écrasantes charges; elle a vu ses enfants mourir à la peine; neuf de ses départements ont été envahis, sacagés, pillés... Halétements sous les désastres, elle a cependant arraché la victoire qui permettra enfin la Paix du monde... Puis, elle s'est remise passionnément au travail. Non payée par l'Allemagne, elle fait des prodiges pour édifier la paix des vandales ont détruit. Elle laboure les champs criblés d'obus, et le blé pousse! Elle

plante des arbres sur le cadavres de nos pommiers, de nos carliers, fauchés par des brutes en travers de la route, et les fruits pendent aux branches. Les usines, sous un toit de fortune, rallument leurs fourneaux et l'industrie reprend son essor... La France, magnifique créancière reniée par des voleurs, seule dans la lutte, ruinée et perdue d'impôts, malgré tous les obstacles, malgré la baisse du franc, malgré la félonie des vaincus, tient bon, elle crée... Au prix d'efforts inouïs, elle met en circulation ces "jolies choses" dont parle la célèbre voyageuse.

Et ces jolies choses ne sont pas meilleur marché qu'en Amérique! Ça, vraiment, ce n'est pas gentil... La France manque aux devoirs de la galanterie. Mlle Fanny Hurst, qui est une fine psychologue, n'a pas manqué de le remarquer.

Seulement, elle oublie une toute petite chose... la guerre... Elle ne s'est pas aperçue que pendant que notre franc baissait, le dollar augmentait de telle sorte que au poire, achetée chez nous dix francs dans quelque restaurant chic, n'était cependant payée par elle que quatre francs, tandis que si la fantaisie nous prenait à nous autres, pauvres écrivains français, de nous offrir un déjeuner fin, la poire marquée sur la note dix francs serait bel et bien payée dix francs...

Il y a là une légère différence qui n'échappera pas à la pénétrante psychologue, et peut-être même remarquera-t-elle qu'en l'occasion la poire, c'est nous.

Car, ayant subi la guerre et déchainé la Victoire, la logique voudrait que nous fusionions, nous aussi, des favorisés, soldant de nos quatre francs toute marchandise cotée le triple... Et c'est justement le contraire qui arrive... Nous ne nous en plaignons pas, car nous sommes de la race "Belle Angevine," comme dirait Maurice Donnay; mais si poires que nous soyons, il y a des poires Hurst que nous avions difficilement et que nous ne digérons pas du tout...

Et, d'abord, que je rassure la célèbre Fanny Hurst: toutes les poires ne coûtent pas dix francs. Mais qu'elle suive bien mon raisonnement: comme, du fait de la guerre et de la mauvaïse foi des Allemands, tout a triplé en France, la réputation de luxe qui veut garder sa réputation est obligée, sans y trouver plus de bénéfice, de majorer sa poire extra, et de l'offrir au prix qui soulève cette tempête...

Les Françaises, elles, ont simplifié leur vie: les unes vont au marché acheter d'honnêtes petites poires de plein vent, les autres s'en passent, et seule la célèbre Fanny Hurst s'efforce de ne point trouver chez le fournisseur de grande marque l'économie commode à laquelle elle était habituée.

C'est la guerre, madame! D'ailleurs, les scandales de cet écrivain ont si fort scandalisé les Américaines, que c'est par elles que je les ai connues.

"Ne la croyez pas, m'ont-elles écrit; c'est une vraie L... Nous protestons de toutes nos forces. Dites que nous ne la croyons pas."

Eh bien! voilà qui est fait!

YVONNE SARCEY.

L'UNIVERSITE FLAMANDE

L'Université flamande sera-t-elle installée à Gand ou à Anvers? Les Flamandants la veulent établir à Gand, au lieu et place de la vieille université française. Voici que quatre députés socialistes de Bruxelles, MM. Meysmans, Elbers, Fischer et Uytendaele, proposent Anvers comme siège. Pour justifier ce choix, ils invoquent des raisons fort judicieuses: "Géographiquement, la métropole flamande est presque idéalement le centre du pays flamand. Vers elle peuvent converger les étudiants du Limbourg et de la province d'Anvers à l'est, du Brabant flamand au sud, et des deux Flandres à l'ouest."

"Personne ne méconnaîtra non plus qu'Anvers ne soit en une large mesure le foyer le plus ardent de la vie intellectuelle et artistique flamand."

"Il est inutile, d'ailleurs, d'insister sur tous les avantages que présente notre métropole sous tous les aspects de la question."

Les partisans de l'université flamande à Gand objectent que l'université de cette ville dispose de tout un outillage scientifique. Cet argument a une valeur incontestable. Mais un pareil avantage peut-il compenser les inconvénients?

Le problème de l'Université flamande doit être résolu. Il est devenu pour la Belgique une véritable plaie. Mais, de grâce, qu'on adopte une solution définitive et non un véritable expédient.

Voici la conclusion de M. Meysmans et de ses collègues: "Nous avons la conviction que ce sera pour le peuple flamand une bénédiction de voir naître, au sein de la grande Métropole flamande, une Université pour les enfants de toute la Flandre; et l'œuvre aura été l'œuvre commune de tous, puisque la Wallonie, par le vote de ses élus comme plus tard par la contribution de ses villes, aura également été un de ses artisans."

On ne sait encore quel accueil sera fait à cette proposition. Les flamandants de droite et d'extrême-gauche n'en veulent pas. L'autre partie de la droite semble pencher pour le doublement des cours de l'Université de Gand.