

## La propagande en Albanie

---

par John HOREKENS,

Adjoint au Collège d'Enseignement Général d'Arzew (Algérie).



Depuis une trentaine d'années, l'Albanie, ce petit pays distant de Bruxelles de deux mille kilomètres seulement, fait partie d'un autre monde. Son peuple, balkanique, devenu, par la force des circonstances, plus asiatique qu'européen, vit entièrement coupé de son cadre naturel, replié sur lui-même.

Mon propos n'est pas d'analyser ici les faits historiques qui ont engendré la situation politique présente, dont le moins que l'on puisse en dire est qu'elle est regrettable (1).

Depuis sa prise du pouvoir, en 1944, Enver Hoxha (2) a fait preuve d'un remarquable sens politique. Après avoir réussi une brillante application de la « tactique du salami » (une tranche par jour) (3) en Albanie, il est parvenu à se maintenir, vingt-six ans durant, à la tête de l'Etat, et à imposer ses vues à quiconque manifestait un certain goût pour la vie, même dans ce sombre pays qu'est devenue la République Populaire d'Albanie.

La question que je me pose ici est de savoir comment un peuple peut vivre ainsi isolé du monde sans exploser, sans jamais briser les carcans qui l'emprisonnent, sans même apparemment manifester la moindre intention d'élargir son horizon.

La réponse tient en un mot : propagande.

Maurice Mégret (4) écrit que, « la dialectique marxiste-léniniste étant

---

(1) Cf John HOREKENS, *Les relations de la République populaire d'Albanie avec les pays communistes*, Mémoire de licence, Université libre de Bruxelles, 1969.

(2) Secrétaire général du Parti du Travail d'Albanie, depuis sa fondation en 1941.

(3) La méthode de conquête du pouvoir, appelée « tactique du salami », comporta en Albanie trois étapes :

1. Liquidation de la résistance armée anticomuniste.

2. Liquidation des adversaires politiques, y compris les « compagnons de route ».

3. Liquidation de tous les dirigeants du Parti, à l'exception d'un seul : Enver Hoxha.

(4) Maurice MÉGRET, *La guerre psychologique*, PUF, collection « Que sais-je », n° 713, 1956, p. 91.

le mouvement même de l'histoire, l'intégration de son message dans l'appareil du Parti ou dans la structure de l'Etat, est total : tout est éducationnel, à l'intérieur, et marche vers la libération des peuples, à l'extérieur. Le réseau des institutions est donc organisé pour constituer un quadrillage complet ». Pour Staline, la presse, la radio, le cinéma sont des « courroies de transmission » entre les masses et le Parti.

Selon Lindley Fraser (5), la propagande est l'activité ou l'art d'inciter les autres à adopter une ligne d'action différente de celle qu'ils suivraient en son absence. Ce qui veut dire aussi, qu'elle peut inciter les masses à ne pas agir du tout, ou les induire à penser autrement.

Lénine disait que ce qui compte avant tout, « c'est l'agitation et la propagande dans toutes les couches du peuple » ; Hitler affirmait : « La propagande nous a permis de conserver le pouvoir, la propagande nous donnera la possibilité de conquérir le monde ».

Enver Hoxha a très bien appris la leçon de ces maîtres du conditionnement de l'opinion. Il s'est bien rendu compte qu'un régime dictatorial ne peut exister s'il n'est constamment soutenu par une propagande adaptée.

Dans son excellent petit ouvrage sur la propagande, Jean-Marie Domenach (6) caractérise le marxisme par son pouvoir de diffusion : « c'est une philosophie capable de se propager dans les masses, d'abord parce qu'elle correspond à un certain état de la civilisation industrielle, ensuite parce qu'elle repose sur une dialectique qui peut être réduite à son extrême simplicité sans être substantiellement déformée. Il est certain, cependant, que le marxisme n'aurait pas connu une expansion aussi large et rapide si Lénine ne l'avait transcrit en une méthode d'action politique pratique ».

Dans sa forme la plus élémentaire, le marxisme est aisé à comprendre et reste tout de même une doctrine très convaincante. Des idées simples, telles que la lutte des classes ou la faillite inévitable du capitalisme, insufflent aux masses mécontentes ou économiquement insatisfaites, un sentiment de haine envers un ennemi tangible, et peuvent les persuader que la lutte vaut la peine d'être menée car elle ne peut qu'aboutir à une victoire finale (7).

La conscience de classe, base de la conscience politique selon Marx, doit être éveillée et éduquée par une élite de révolutionnaires professionnels, « avant-garde consciente du prolétariat ». C'est le rôle du Parti

(5) Lindley FRASER, *Propaganda*, London, Oxford University Press, 1957, p. 1.

(6) Jean-Marie DOMENACH, *La propagande politique*, PUF, collection « Que sais-je », n° 448, 5<sup>e</sup> édition 1965, p. 21.

(7) Lindley FRASER, *op. cit.*, p. 124.

communiste, dont les agitateurs et propagandistes (8) sensibilisent et entraînent les masses. « Dans cette perspective, écrit Domenach, la propagande, entendue dans un sens très large (allant de l'agitation à l'éducation politique) devient la courroie de transmission, le lien essentiel d'expression, à la fois très rigide et très souple, qui continuellement rattache la masse au Parti, l'entraîne peu à peu à rejoindre l'avant-garde dans la compréhension et dans l'action ».

Un tel but n'est pas atteint par improvisation : la propagande a ses règles.

Et même si l'objectif final — qui est d'amener autrui à penser comme soi-même — n'est pas atteint, au moins les techniques de propagande conditionnent-elles l'opinion, plongent-elles les masses dans un état de léthargie qui permet aux dirigeants de ne pas se soucier de leurs réactions.

\*  
\*\*

La propagande est le pain quotidien des Albanais depuis près de trente ans. Je n'oserais soutenir que tous les Albanais — et surtout ceux des générations qui ont connu l'entre-deux-guerres — sont convaincus de l'excellence du régime dictatorial du « sultan rouge ». Mais je puis affirmer que la propagande a au moins endormi l'opinion publique et que celle-ci est devenue absolument incapable de réagir sagement et objectivement à ce qui lui est présenté.

Lindley Fraser écrit très justement (9) que tout citoyen d'une démocratie populaire, né après 1930, ayant passé sa jeunesse dans une atmosphère de totalitarisme, a été élevé dans des conditions d'esclavage intellectuel qui l'amènent à considérer ces conditions, que nous jugeons intolérables, comme naturelles et allant de soi. Les conséquences de cette attitude sont évidentes : ces hommes croient aveuglément aux dogmes du marxisme, aux slogans répétés contre, par exemple, la menace occidentale ou les iniquités du colonialisme capitaliste. Ils sont tellement pénétrés de propagande qu'ils l'acceptent comme une inévitable nourriture quotidienne.

Pourquoi aurais-je été bien accueilli à Shköder (Scutari) par des gens à qui l'on répète inlassablement, jour après jour, que les touristes occidentaux qui s'offrent de luxueuses vacances dans les palaces de la côte Adriatique (ils existent en Albanie ; exclusivement réservés aux étrangers,

---

(8) Plekhanov est l'auteur de la distinction entre agitateur et propagandiste : « Le propagandiste inculque beaucoup d'idées à une seule personne ou à un petit nombre de personnes ; l'agitateur n'inculque qu'une seule idée ou qu'un petit nombre d'idées ; en revanche, il les inculque à toute une masse de personnes. » Cité par DOMENACH, *op. cit.*, p. 25.

(9) Lindley FRASER, *op. cit.*, p. 133.

ils sont une source de dollars US), sont tous de vilains capitalistes qui exploitent cruellement de misérables ouvriers opprimés et pratiquement réduits à l'état d'esclaves !

Mais ce mépris et cette haine des Occidentaux que la propagande inculque aux Albanais, ne s'est pas forcément accompagné du soutien enthousiaste du régime de Hoxha et Chehu (10). Si ces sires sont restés si longtemps sur leur trône, c'est plus grâce à leur flair politique et à leur habileté à éliminer immédiatement le moindre opposant, qu'à l'acclamation consentante de leur peuple.

Dans l'ouvrage cité, Jean-Marie Domenach étudie les grandes règles de la propagande : règle de la simplification systématique et de l'ennemi unique, règle de grossissement et de défiguration, règle d'orchestration, règle de transfusion et règle d'unanimité. Dans son cours sur l'opinion publique, au Collège d'Europe de Bruges, Léo Moulin, complétant la liste de Domenach, analyse les neuf règles suivantes qui m'aideront à donner un aperçu concret de la propagande politique dans la République Populaire d'Albanie : règle de la simplification systématique ; règle de l'ennemi unique ; règle de la déformation systématique ; règle de la répétition ; règle de l'orchestration ; règle du silence ; règle de la négation des faits et du mensonge ; règle de la transfusion et règle de la contagion.

\*  
\*\*

La propagande doit avant tout être simple : la doctrine sera divisée en quelques points aussi clairement définis que possible. Il est inutile, en effet, d'essayer de faire ingurgiter aux masses une argumentation élaborée et complexe : l'opinion publique ne peut mémoriser que des faits simples, des idées élémentaires. La propagande aura recours, pour les lui faire absorber, à des slogans et à des symboles.

Ces slogans, on peut les lire en Albanie jusque sur les façades des maisons d'habitation. Il m'était impossible de les comprendre, ne possédant pas la langue albanaise, mais je pouvais néanmoins reconnaître facilement les marteaux et les faucilles, ainsi que les mots « marxisme-léninisme » qui sont de consommation plus que courante dans ce pays.

Mais c'est dans la presse que le citoyen albanais a le plus de chance de trouver sa ration quotidienne de slogans. N'importe quel article, traitant de n'importe quel sujet, est truffé de mots d'ordre. Chaque titre est un slogan. Le livre que j'ai sous les yeux porte un titre prometteur :

---

(10) Mehmet Chehu est président du gouvernement de la République populaire depuis le 20 juillet 1954. Pour une biographie sommaire de Chehu et Hoxha, voir Branko LAZITCH, *Les partis communistes d'Europe, 1919-1955*, Paris, Les Iles d'Or, 1956, pp. 65-69.

« Les idées du marxisme-léninisme triompheront du révisionnisme » (11) — ceci est un concentré d'une phrase de la politique albanaise, qui se limite, il faut l'avouer, à une imitation servile des camarades chinois dans leur lutte contre l'embourgeoisement de la société soviétique. Cette phrase-clé, les Albanais l'entendent tous les jours, sous une forme ou une autre. Les dirigeants la reprennent dans chacun de leurs discours.

Que l'on lise par exemple le communiqué commun publié à l'issue de la visite d'une délégation albanaise à Pékin en janvier et février 1961 (12) dont voici quelques extraits.

« La délégation économique du gouvernement albanaise a exprimé sa joie et son admiration devant les réalisations stupéfiantes obtenues par le peuple chinois sous la conduite du Parti communiste chinois dirigé par le camarade Mao-Tse-Toung, et du gouvernement de la République Populaire de Chine, dans tout ce qui a trait à l'édification du communisme. Le peuple albanaise et le Parti du Travail albanaise estiment hautement les principes et la fermeté dont font preuve le peuple chinois et le Parti communiste dans leur lutte contre l'impérialisme, leur soutien du mouvement de libération nationale, leurs efforts en vue de la coexistence pacifique des nations ayant des systèmes sociaux différents, leur contribution à la sauvegarde de la paix mondiale, leur combat contre le révisionnisme moderne, représenté par la clique de Tito en Yougoslavie, la défense du marxisme-léninisme, la consolidation de l'unité du camp socialiste.

« Le peuple chinois est rempli d'admiration et de respect pour les réalisations stupéfiantes obtenues par le peuple albanaise dans l'édification du socialisme, sous la conduite avisée du Parti du Travail albanaise, dirigé par le camarade Enver Hoxha, et le gouvernement de la République Populaire d'Albanie, pour la détermination dont il a fait preuve dans la lutte contre l'impérialisme, le soutien du mouvement de libération nationale, la sauvegarde de la paix mondiale, la défense du marxisme-léninisme, le combat contre le révisionnisme moderne représenté par la clique yougoslave de Tito, et pour ses efforts en vue de la consolidation de l'unité du camp socialiste ».

L'on est quelque peu surpris, lorsque l'on considère la situation économique de l'Albanie (13), d'entendre parler de l'admiration et du respect qu'inspirent les réalisations stupéfiantes de son peuple. Mais

---

(11) *Les idées du marxisme-léninisme triompheront du révisionnisme*, Naïm FRASHËRI, Tirana, 1964 (en français : articles de « Zeri I Popullit »).

(12) « Les communistes d'Albanie et de Chine et la ligne générale du mouvement communiste mondial » in *Est et Ouest*, n° 258, 16-31 mai 1961.

(13) Voir à ce sujet : « L'évolution politique et économique de la République populaire d'Albanie » in *Notes et Etudes documentaires*, n°s 3.555-3.556, 20 janvier 1969.

cette sorte de déclaration solennelle, fondée sur une série de simplifications, de préjugés, voire de mensonges, est une bonne propagande qui donnera du courage et stimulera le citoyen albanais.

Un corollaire de la règle de la simplification systématique est la règle de l'ennemi unique. La meilleure manière de simplifier est de ramener à un. Il est de loin plus efficace de mobiliser la haine d'un peuple contre une personne que de la répartir entre plusieurs ennemis.

« Concentrer sur une seule personne les espoirs du camp auquel on appartient ou la haine qu'on porte au camp adverse, c'est évidemment la forme de simplification la plus élémentaire et la plus rentable » note Domenach (14) et il ajoute : « L'individualisation de l'adversaire offre beaucoup d'avantages. Les hommes aiment être affrontés à des personnes visibles plutôt qu'à des forces obscures. Particulièrement en les persuadant que leur ennemi véritable n'est pas tel parti ou telle nation, mais le chef de ce parti ou de cette nation, on fait coup double : d'un côté on rassure ses partisans, convaincus d'avoir en face d'eux, non pas une masse résolue comme eux, mais une foule mystifiée conduite par un mauvais berger et qui l'abandonnera quand ses yeux s'ouvriront ; d'un autre côté, on peut espérer diviser le camp adverse et en détacher certains éléments. On s'attaquera donc toujours à des individus ou à de petites fractions, jamais à des masses sociales ou nationales dans leur ensemble ».

Les notions de clique, de complot, de conspiration trouveront donc une place importante dans la propagande.

Dans un long article publié le 20 janvier 1961 dans « Zeri I Popullit » (15), les révisionnistes sont des « opportunistes de droite » qui « peuvent tromper beaucoup de gens, et même des gens qui sont honnêtes mais insuffisamment familiarisés avec l'idéologie et le point de vue politique, et cela arrive dans les rangs des Partis communistes et ouvriers comme en dehors de ces Partis ».

Un « complot criminel » contre le régime était annoncé au IV<sup>e</sup> Congrès du Parti du Travail d'Albanie en février 1961 : « La Yougoslavie et la Grèce, en collaboration avec quelques traîtres albanais qui se trouvent dans notre pays ou se sont réfugiés en Yougoslavie, et en coopération avec la 6<sup>e</sup> flotte américaine, ont organisé il y a quelques mois une attaque contre l'Albanie en vue de renverser la République populaire. Le complot criminel a complètement échoué. Les détails du complot ainsi que toutes les preuves se trouvent entre les mains de la justice populaire » (16). En mai, certains dirigeants albanais étaient accusés et condamnés pour

(14) DOMENACH, *op. cit.*, pp. 49 ss.

(15) HOREKENS, *op. cit.*, pp. 46 ss.

(16) HOREKENS, *op. cit.*, p. 50.

leur participation à ce complot. La presse albanaise publia les comptes-rendus des séances, où l'on peut lire les déclarations suivantes :

« L'accusé : Il était prévu que le Nord de l'Albanie deviendrait une zone d'influence matérielle yougoslave, tandis que le Sud du pays passerait sous l'influence des Grecs. La région de Cameria deviendrait autonome sous l'influence du gouvernement grec (...).

L'accusé : En fait, la Yougoslavie est un Etat capitaliste qui prétend être un Etat socialiste » (17).

Pour des raisons historiques (18), l'ennemi héréditaire de l'Albanie est la Yougoslavie. Pour la propagande communiste albanaise, elle est représentée par le maréchal Tito, ou, plus largement et pour utiliser la terminologie albanaise, par « la clique révisionniste du renégat Tito ». Au Congrès du Parti communiste du Viet-Nam du Nord, tenu à Hanoï en septembre 1960, le général Balluku, ministre de la Défense et délégué albanaise, demanda à tous de ne pas relâcher la lutte contre « les révisionnistes yougoslaves, agents de l'impérialisme (...) qui, depuis seize ans, ne cessent de comploter pour détruire l'unité de fer de notre Parti (...) afin de réaliser leur but principal : l'absorption de l'Albanie » (19).

Lorsque Tirana commença à prendre ses distances vis-à-vis de Moscou pour se rapprocher de Pékin (20), on put remarquer que la polémique dirigée contre les Yougoslaves s'adressait en fait aux Soviétiques. Plus tard, d'ailleurs, lorsque pour répondre à ces attaques, les Soviétiques critiquèrent les Albanais, ils visaient en fait les Chinois. C'est ce que Laszlo Nagy appelle la « lutte par révisionnistes et dogmatiques interposés » (21).

Après le XXII<sup>e</sup> Congrès du Parti communiste d'Union soviétique, en 1961, le différend fut exposé en public, et les protagonistes du conflit sino-soviétique (et albano-soviétique) n'eurent donc plus recours à des manœuvres indirectes. Pour la propagande albanaise, il n'y a plus de distinction entre l'URSS, la Yougoslavie ou les satellites soviétiques. L'ennemi change d'étiquette : ce n'est plus la Yougoslavie, c'est le révisionnisme en général.

Il importe de remarquer que le communiste est extrêmement intolérant et ne peut supporter une opinion contraire. Mais l'hérétique est un ennemi bien plus vil que le bourgeois ou le capitaliste. D'abord combattre

(17) HOREKENS, *op. cit.*, p. 56.

(18) Cf Skendi STAVRO, *Albania*, Atlantic Press, London, 1957.

(19) HOREKENS, *op. cit.*, p. 42.

(20) Après la mort de Staline, avec la déstalinisation, et surtout à partir de 1956, après l'échec des Octobre polonais et hongrois.

(21) Laszlo NAGY, *Démocraties populaires. Du bloc soviétique au communisme des patries*, Arthaud, 1968.

l'ennemi de l'intérieur (de l'Etat ou du camp), puis s'attaquer à l'ennemi du dehors : c'est un principe qui apparaît comme singulièrement important pour les communistes. Ainsi, le tir de la propagande albanaise est beaucoup plus concentré sur l'ennemi révisionniste que sur l'ennemi capitaliste. Elle ne rate pas la moindre occasion d'attaquer Tito, Krouchtchev, puis Brejnev et Kossiguine, Dubcek ; bref, tout ce qui n'est pas Staline ou Mao-Tse-Toung.

Une application de cette règle de l'ennemi unique est l'existence d'un ami unique : Staline est encore, en Albanie, vénéré comme un dieu. On voit ses photos sur les murs, ses bustes sur les places, à côté de ceux d'Enver Hoxha. Le pays vit encore en pleine époque du culte de la personnalité. Le camarade Mao y a bien sûr également une belle place : c'est un ami parce qu'il respecte Staline. Il faut constater que si l'on loue quelqu'un, c'est toujours par référence à Staline : Krouchtchev était un traître parce qu'il avait fait enlever le tombeau de Staline du mausolée de Lénine.

Un principe de la propagande est de présenter toute nouvelle, toute information à l'avantage de l'idéologie qu'elle défend. Le grossissement des nouvelles est un procédé couramment utilisé, comme l'est le silence à propos d'informations non conformes ou néfastes à la cause.

Hitler écrivait dans « Mein Kampf » (22) : « Toute propagande doit établir son niveau intellectuel d'après la capacité de compréhension du plus borné parmi ceux auxquels elle s'adresse. Son niveau intellectuel sera donc d'autant plus bas que la masse d'hommes à convaincre sera plus grande ».

Les informations venant de l'ennemi sont dénigrées, accompagnées d'ironie, de railleries, d'injures qui humilient l'adversaire. Tito est un renégat, « l'araignée titiste » ; Krouchtchev est « le plus grand traître de tous les temps » ; les révisionnistes sont des aventuriers, des opportunistes de droite. La direction tchécoslovaque, en août 1968, est désignée par le terme « clique renégate de Dubcek ». Les titres dans les journaux albanais, à propos de l'invasion de 1968, s'énonçaient : « Agression impérialiste des révisionnistes soviétiques contre le peuple tchécoslovaque » ; « Crime haineux contre la liberté des peuples et le socialisme » ; « Agression barbare du type fasciste ».

Les dirigeants chinois et albanais font preuve de beaucoup d'imagination dans leur escalade des injures. Dans un message adressé au V<sup>e</sup> Congrès du Parti du Travail d'Albanie, Mao déclara que « la clique des dirigeants révisionnistes de l'Union soviétique, la clique de Tito et toutes les autres

---

(22) Cité par DOMENACH, *op. cit.*, p. 54.



cliques de renégats et de canailles de tout accabit ne sont que de simples tas de boue alors que vous, comme une montagne fière, vous vous élevez vers le ciel » (23). Au IV<sup>e</sup> Congrès, en février 1961, Chehu avait recommandé, pour ceux qui détruisent l'unité du Parti, « un crachat au visage, le poing sur la figure, et si besoin est, une balle dans la peau! » (24).

Le 29 avril 1966, à un banquet à Pékin, Chehu accusa l'URSS de chercher la conciliation en Europe, afin de maintenir le statu quo et d'aider les Américains à porter leurs efforts de guerre en Extrême-Orient. « Etant donné que les révisionnistes sont les ennemis du marxisme-léninisme et les complices des Etats-Unis, tous les révolutionnaires doivent s'opposer au révisionnisme moderne soviétique. » Chehu traita les dirigeants soviétiques de « valets de l'impérialisme » et de « saboteurs du mouvement communiste » (25).

Le 21 juin 1965, M. Shtylla, ministre albanais des Affaires étrangères, dans un discours devant l'Assemblée populaire à Tirana, soulignait un des thèmes favoris de la propagande albanaise, à savoir « les révisionnistes krouchtchéviens et la clique titiste qui se coalisent contre les marxiste-léninistes » (26).

La répétition est la première condition d'une bonne propagande. On a vu, par les thèmes présentés par la propagande albanaise, que les dirigeants de ce pays l'ont bien compris.

Si l'on veut faire croire quelque chose à quelqu'un la meilleure façon d'y arriver est de lui répéter inlassablement les thèmes principaux jusqu'à ce que, inconsciemment, il les accepte comme vérité. Le bourrage de crâne n'existerait pas sans répétition. C'est la base de l'endoctrinement. Goebbels disait (27) : « L'Eglise catholique tient parce qu'elle répète la même chose depuis deux mille ans ».

La presse albanaise se plaît à reprendre les éternelles attaques contre Yougoslaves, Soviétiques, révisionnistes et capitalistes. Mais la répétition ne doit pas devenir lassante ; il faut lui briser la monotonie en présentant le même thème sous divers aspects.

Hitler affirmait que « la propagande doit se limiter à un petit nombre d'idées et les répéter inlassablement. La masse ne se souviendra des idées les plus simples que si elles sont répétées des centaines de fois. Les changements qu'on y apporte ne doivent jamais affecter le fond de l'enseignement qu'on se propose de répandre, mais seulement la forme. C'est ainsi que le mot d'ordre doit être présenté sous des aspects différents,

(23) HOREKENS, *op. cit.*, p. 99.

(24) HOREKENS, *op. cit.*, p. 52.

(25) HOREKENS, *op. cit.*, p. 94.

(26) HOREKENS, *op. cit.*, p. 90.

(27) DOMENACH, *op. cit.*, p. 55.

mais figurer toujours condensé en une formule invariable en matière de conclusion » (28).

La répétition risque d'engendrer la monotonie : il ne s'agit donc pas seulement de répéter, mais aussi de varier. Nous touchons ici une autre règle de la propagande : celle de l'orchestration.

« L'orchestration d'un thème donné consiste en sa répétition par tous les organes de propagande dans les formes adaptées aux divers publics et aussi variées que possible » (29). Pour bien réussir, une campagne de propagande doit « s'amplifier en échos indéfinis » et susciter partout des reprises du thème : il est nécessaire d'en suivre la progression, de la nourrir continuellement d'informations nouvelles, de lui apporter des slogans nouveaux en temps opportun, afin de ne pas endormir ni essouffler l'opinion publique. La propagande sera donc diffusée par les moyens les plus divers : presse, radio, slogans muraux, voire journaux muraux, discours, etc... ; dirigée à des niveaux intellectuels différents, selon le niveau social ; adressée par des hommes de niveau différent : du militant de base au secrétaire général du parti.

Que l'on prenne, par exemple, le thème de l'antirévisionnisme. Chaque article de « Zeri I Popullit » contient une attaque, si petite ou indirecte soit-elle, contre les dirigeants yougoslaves ou soviétiques. Radio-Tirana et ATA (Agence Télégraphique Albanaise) se font l'écho de cette presse écrite. Pas un discours n'est prononcé qui ne comprenne, sous l'une ou l'autre forme, une injure à Tito. Le thème de l'anti-révisionnisme, et plus spécialement l'« anti-yougoslavisme », est repris, pratiquement sans interruption, depuis 22 ans. Le fait qu'il existe des échanges commerciaux entre l'Albanie et la Yougoslavie ne change en rien cette polémique qui est devenue une habitude : Tito reste le renégat ; la propagande albanaise le chante sur tous les tons.

La règle du silence est une conséquence de la règle de la déformation systématique, comme l'est la règle de la négation des faits et du mensonge. Toute la question est de savoir quelle part de vérité est bonne à dire : faut-il grossir la vérité, ne rien dire, la nier, ou la combattre par le mensonge ?

Le principe est évident : la propagande passera sous silence tous les faits positifs concernant le camp adverse. Les succès spatiaux, par exemple, ne trouvent pas de place dans la presse : combien d'Albanais savent que des hommes — des Américains — ont marché sur la Lune ?

---

(28) DOMENACH, *op. cit.*, p. 56.

(29) *Idem.*

La culture occidentale, bourgeoise et décadente, ne pénètre pas dans le camp albanais : on l'ignore ; les leaders de la République populaire cherchent à y faire fleurir une culture albanaise socialiste (30).

Radio-Tirana, dans une émission, en français, du 9 juillet 1966, commentait ainsi le voyage du général de Gaulle en Union Soviétique : « Le communiqué franco-soviétique, signé voici quelques jours à Moscou par de Gaulle et le révisionniste moderne Podgorny, et l'accueil triomphal que les révisionnistes krouchtchéviens ont réservé au représentant de la bourgeoisie capitaliste française ne font que prouver la victoire de de Gaulle et la défaite des révisionnistes soviétiques. De Gaulle a joué et il a gagné sur trois tableaux : il a ouvert les portes de l'Union soviétique à la culture et aux capitaux français, à la coopération dans tous les domaines, il a réalisé le chantage contre l'impérialisme américain et il a accru la crainte de ce dernier (...) » (31). Ceci est un bon exemple de la manière dont une propagande peut présenter des faits qui, au départ, n'ont rien à voir avec elle.

Une bonne propagande ne peut partir du néant. Elle doit se fonder sur un sentiment existant, et l'exploiter : la xénophobie, l'antisémitisme, le racisme sont autant de sentiments qui peuvent être réveillés, être « passionnalisés ». La propagande doit opérer sur un « substrat préexistant », elle doit sortir de leur léthargie les haines ou les préjugés d'une opinion publique, qui se verra conditionnée par leur intermédiaire. Walter Lippman écrivait dans « Public Opinion » : « Le chef politique en appelle d'abord au sentiment prépondérant de la foule (...). Ce qui compte, c'est rattacher par la parole et par des associations sentimentales le programme proposé à l'attitude primitive qui s'était manifestée dans la foule » (32). Et Pol Quentin, dans son ouvrage sur la propagande politique, écrit très justement : « Aucune énergie, fût-elle potentielle, ne doit se perdre dans un domaine où le gain de temps est primordial. L'école américaine de psychologie constate par exemple, que les préjugés raciaux sont solidement implantés chez l'individu dès l'âge de cinq ans. Une campagne politique plaçant la rapidité avant tout s'efforcera de rattacher par quelque point ses programmes nouveaux à la source d'énergie mentale que constitue ce stéréotype préexistant. Elle bénéficiera ainsi d'une véritable « transfusion » de la conviction analogue à la vente de sa clientèle que fait un médecin renommé à un plus jeune » (33).

---

(30) La révolution culturelle, dont on a tant entendu parler à propos de la Chine, n'a pas eu les répercussions que l'on escomptait en Albanie : c'est un point sur lequel Albanais et Chinois ne semblent pas entièrement d'accord.

(31) HOREKENS, *op. cit.*, p. 95.

(32) Cité par DOMENACH, *op. cit.*, p. 63.

(33) *Idem*, p. 64.

Avant de vouloir changer les opinions, la propagande doit les confirmer dans l'hostilité ou dans l'accord : elle doit d'abord se mettre dans le courant pour pouvoir le faire ensuite dévier vers ses buts.

La propagande albanaise est fondée presque exclusivement sur des thèmes négatifs : elle critique tout et tout le monde, sauf Marx, Lénine, Staline et Mao. C'est une propagande basée sur l'ennemi : c'est un terrain idéal.

Dans les débuts de la République populaire, elle s'est servie de la haine du peuple, très misérable, contre la classe dirigeante, très riche, en tablant sur les liens de solidarité de l'internationale socialiste. C'est ainsi qu'a pu se former le ménage albano-yougoslave. Le divorce ne s'est cependant pas fait attendre longtemps. Il était très aisé pour les dirigeants albanais de changer de tactique : les Yougoslaves ne seraient plus des amis communistes, ils redeviendraient tout simplement des ennemis héréditaires.

Le sentiment anti-yougoslave, endormi par une propagande d'amitié, fut facilement réveillé par une propagande en sens contraire. Les portraits de Tito disparurent. Une campagne d'une violence inouïe se chargea de détruire son prestige créé jusque là par une propagande non moins intensive (34).

Cet exemple illustre très bien la règle de transfusion : le public n'est qu'un jouet dont l'opinion peut être modifiée dans le sens que l'on veut, pourvu que l'on sache miser sur ses préjugés profonds.

L'opinion publique n'est souvent qu'un ensemble de conformismes dont l'existence est assurée par l'impression qu'a l'individu qu'il pense et agit « comme les autres », que son opinion est bien l'opinion générale, unanimement professée. « La propagande aura donc pour tâche de renforcer cette unanimité et même de la créer artificiellement » (35). « Créer l'impression d'unanimité et s'en servir à la fois comme d'un moyen d'enthousiasme et de terreur, c'est le mécanisme de base des propagandes totalitaires » écrit Domenach. Pour atteindre cette unanimité, la propagande agit par un effet de contagion : les agitateurs et propagandistes, par leur exemple, amèneront leur entourage à agir comme eux. Les manifestations de masse sont un excellent moyen de contagion : lors des meetings, les slogans, les mots d'ordre, les drapeaux, les symboles agissent sur les foules et les plongent dans un « état second » — il s'agit véritablement d'un conditionnement de l'opinion.

Le mouvement communiste en Albanie, au début de la seconde guerre mondiale, était très peu important. La résistance comptait une majorité de non-communistes. Les détachements de guérilleros de Chehu et Hoxha

(34) HOREKENS, *op. cit.*, p. 28.

(35) DOMENACH, *op. cit.*, p. 66.

en vinrent néanmoins rapidement à bout, grâce à l'appui de Tito. Ainsi, le Parti communiste albanais put prendre le pouvoir lorsque les Allemands quittèrent le pays, alors qu'il ne représentait en fait, qu'une minorité.

C'est par un travail de propagande à tous les niveaux, misé sur la contagion, que le pays s'inclina et que s'installa le régime communiste. Il faut reconnaître que les Yougoslaves portent une part très importante de responsabilité dans cette instauration. La vérité est que les épurations des « ennemis du peuple », les slogans et mots d'ordre en faveur du peuple misérable qui allait être, enfin, libéré du joug oppresseur des capitalistes occidentaux et des bourgeois locaux, le véritable travail d'agitation mené à partir des cellules à travers le pays, finirent par faire accepter, ou du moins par ne pas faire rejeter, un régime qui n'aurait pas pu s'implanter dans ce pays, si l'on considère son degré de popularité en 1944 (36).

Si la propagande, expurgée de son péjoratif sens de « bourrage de crâne », peut être une forme de « participation vécue des masses à la vie démocratique de la nation » (37), elle constitue cependant un grave danger lorsqu'elle se voit confiée à des hommes sans scrupules et dont l'esprit de tolérance ne varie qu'en fonction du sens de l'opportunisme. Hoxha et son équipe ont indéniablement bien réussi dans leur entreprise — mais peut-on leur accorder une palme pour avoir défendu une cause qui fait si peu de cas de la liberté et de la dignité humaine ?

---

(36) Il faut, bien sûr, tenir compte d'autres facteurs, de politique internationale : attitude des Alliés, ... mais ce n'est pas ici mon propos.

(37) DOMENACH, *op. cit.*, p. 121.

