



Propagande allemande et renouveau patriotique : l'enjeu médiatique des Feuilles suisses du dimanche (1915-1918)

Alexandre Elsig

DANS **Journalisme et relations internationales** 2013/1, PAGES 57 À 69
ÉDITIONS **Relations internationales**

ISSN 0335-2013

ISBN 9782130618249

DOI 10.3917/ri.153.0057

Article disponible en ligne à l'adresse

<https://shs.cairn.info/revue-relations-internationales-2013-1-page-57?lang=fr>



Découvrir le sommaire de ce numéro, suivre la revue par email, s'abonner...
Flashez ce QR Code pour accéder à la page de ce numéro sur Cairn.info.



Distribution électronique Cairn.info pour Presses Universitaires de France.

Vous avez l'autorisation de reproduire cet article dans les limites des conditions d'utilisation de Cairn.info ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Détails et conditions sur cairn.info/copyright.

Sauf dispositions légales contraires, les usages numériques à des fins pédagogiques des présentes ressources sont soumis à l'autorisation de l'Éditeur ou, le cas échéant, de l'organisme de gestion collective habilité à cet effet. Il en est ainsi notamment en France avec le CFC qui est l'organisme agréé en la matière.

Propagande allemande et renouveau patriotique : l'enjeu médiatique des *Feuilles suisses du dimanche* (1915-1918)

Si la Suisse de 1914-1918 se tient à l'écart du conflit militaire, elle n'échappe pas au feu nourri des propagandes belligérantes. Dans cette première guerre totale, l'esprit des neutres est un champ à investir par tous les moyens, dans une ampleur jusque-là inédite et par un processus empirique où les idées, les structures et les vecteurs de propagande sont à mobiliser ou à inventer. Placée au carrefour de quatre belligérants à partir de mai 1915, la Suisse constitue un pion géostratégique fondamental au sein de ce « tribunal des neutres¹ ». Parmi les vecteurs médiatiques mobilisés par les belligérants, la presse représente le principal levier d'action. Aucun imprimé en Suisse n'échappe à l'appétit des belligérants, que ce soit les revues culturelles destinées aux faiseurs d'opinion ou les illustrés de divertissement ciblant le « grand public ». Cet article s'intéresse aux stratégies qui ont été activées pour toucher un public « de masse » par le biais de la presse illustrée. L'accent sera porté sur la production et la diffusion d'une littérature divertissante, par l'étude d'un cas particulier, celui des suppléments dominicaux de la presse alémanique (« *Sonntagsblätter* »). Ce vecteur culturel donne naissance à une véritable lutte de pouvoir entre les intellectuels suisses et la diplomatie allemande au cours de la guerre.

En Suisse, les périodiques illustrés deviennent de véritables *mass media* au tournant du siècle, suivant l'évolution internationale avec un léger décalage². Si la production éditoriale est dense, la Suisse reste un pays au lectorat fragmenté. Peu d'illustrés indigènes sont capables de concurrencer sur le plan technique des grands titres étrangers. Ceux-ci se taillent la part du lion avant 1914. Une évolution illustre ce phénomène dès la fin du XIX^e siècle. Le marché suisse est trop faible pour permettre à la majorité

1. L'expression est tirée de Raoul Mortier, *Au tribunal des neutres, À la gloire de la France*, Paris, Dunot et Pinat, 1917.

2. Sur la problématique des illustrés et de la presse de masse, Gianni Haver, « La presse illustrée en Suisse : 1893-1945 », in *Photo de presse : usages et pratiques*, Lausanne, Antipodes, 2009, pp. 39-65 ; François Vallotton, « Entre adaptation idéologique et nécessité commerciale, l'avènement de la culture de masse en Suisse (1900-1940) », in Jean-Yves Mollier et al. (dir.) *Culture de masse et culture médiatique en Europe et dans les Amériques, 1860-1940*, Paris, Puf, 2006, pp. 179-191.

des quotidiens alémaniques d'illustrer leur édition de fin de semaine, dite de divertissement (« *Unterhaltung* ») ou d'instruction (« *Belehrung* »). Pour pallier ce manque, la petite et moyenne presse a recours à des suppléments édités en Allemagne, sans en-tête, qui lui sont livrés « clés en main ». Les feuilles suisses n'ont plus qu'à y ajouter leur titrairie personnalisée³. En 1913, la Suisse romande connaît également l'arrivée de ce type de production, à la différence qu'une seule entreprise suisse, la Sadag, gère la production. Et les proportions sont bien moindres : la firme genevoise fournit une feuille du dimanche illustrée à quatre quotidiens lausannois et neuchâtelois, dont la populaire *Tribune de Lausanne*⁴.

En Suisse allemande, le phénomène est bien plus massif. On estime à 400 000 le nombre d'exemplaires dominicaux qui sont fournis chaque semaine à la presse en 1914, pour un bassin de lecteurs potentiels d'environ 2,5 millions d'Alémaniques. Cette large diffusion s'inscrit pleinement dans ce que Dominique Kalifa nomme le « premier âge romantique » de la culture de masse (1860-1930)⁵. Détenant plus de la moitié du marché alémanique, l'entreprise allemande Minerva, de Wurtzbourg (Bavière), gère cette mainmise depuis sa succursale de Zurich, fondée en 1911⁶. Les suppléments de cette firme proposent un mélange d'illustrations nationales et étrangères, agrémenté de littérature populaire et de conseils pratiques. Bien souvent, seule l'illustration de couverture propose une vue helvétique, les autres images étant identiques à celles que diffusent les feuilles distribuées sur le marché allemand. Ainsi, dans une *Sonntagsblatt* éditée par Minerva au début 1914, une vue de Saint-Moritz en hiver occupe la « une », alors que les pages intérieures proposent uniquement des images allemandes, comme celles consacrées au Nouvel An berlinois⁷.

LE TEMPS DE L'IMPRÉGNATION

Ce phénomène de pénétration culturelle et économique, souvent qualifiée de « pacifique », prend une tournure plus offensive avec la guerre. Même si leur contenu se veut avant tout léger, « divertissant » et « édifiant », les feuilles du dimanche se mettent au service de la cause germanique. En octobre 1914, le *Feierabend*, supplément du *Fürstenländer* de Gossau (Saint-Gall) propose par exemple une vue unilatérale de la destruction allemande de Louvain. Une photographie dépeint un centre-ville dévasté avec une légende expliquant sans ambages que « toutes les maisons, où des

3. Jakob Messerli, Jon Mathieu, « Unterhaltungs- und Belehrungsblätter in der deutschen Schweiz 1850-1900 », *Revue suisse d'histoire*, 42, 1992, pp. 173-192.

4. Gianni Haver, *op. cit.*, p. 49. Le rapport des suppléments dominicaux romands avec le service français de propagande ne sera pas traité dans cet article.

5. Dominique Kalifa, *La Culture de masse en France*, Paris, Éditions de la Découverte, 2001, p. 111.

6. Archives économiques suisses (ci-après AES), Bâle, H + I Bk 25, *Verlagsanstalt Minerva und Familienheim, Zürich/Würzburg*, 1910-1911.

7. *Idem.*

civils ont tiré sur les troupes allemandes, ont été détruites⁸ ». La rhétorique des francs-tireurs belges, instrument de propagande, est donc convoquée pour justifier la destruction d'une ville neutre. De nombreux suppléments relaient une vision tendancieuse de la guerre. Le supplément du *Rheinwacht* de Laufenburg (Argovie), le 6 juin 1915, parle de crimes de guerre commis « au son de l'or anglais⁹ ». Ces suppléments allemands de divertissement quittent ainsi leur position apolitique pour se joindre à l'effort de mobilisation nationale des esprits.

Cette ingérence allemande marque le premier temps de la guerre des propagandes en Suisse, celui de l'imprégnation, de l'interaction entre les opinions belligérantes et neutres, celui aussi des passions divergentes entre les différentes régions linguistiques. Ce temps « court » (1914-1915) est généralement défini par le phénomène de « fossé moral » qui s'installe en Suisse entre Alémaniques et Latins. Ce « fossé », un terme apparu dès l'automne 1914, définit l'opposition, surtout par voie de presse, entre les germanophiles alémaniques et les partisans romands et tessinois de l'Entente. Il s'agit bien plus dans les faits d'un malaise généré par les affinités culturelles d'avant-guerre. Le phénomène de propagande se trouve à la fois en amont et en aval de ce « fossé moral ». En pleine gestation, les dispositifs privés et publics de propagande venus de l'étranger prennent appui sur ces différents relais partisans. Ils constituent alors métaphoriquement une force centrifuge, car ces assauts extérieurs décuplent les passions en Suisse, éloignant les différentes aires culturelles du pays les unes des autres. Les nouvelles modalités psychologiques de la guerre sont donc l'accélérateur d'une profonde crise intellectuelle, intérieure, dont les racines sont plus anciennes. La tension portait surtout, depuis le début du xx^e siècle, sur la place de l'expansion allemande en Suisse, économique et culturelle. Les feuilles du dimanche sont l'un des révélateurs de ces tensions. Car l'État allemand n'est aucunement impliqué dans la diffusion de ces feuilles en Suisse. Celle-ci relève des conditions du marché de l'édition au moment du déclenchement des hostilités. Pourtant, aux prises avec une arrivée massive d'actions institutionnelles de propagande, les Suisses vont progressivement percevoir les feuilles du dimanche comme une émanation officielle de propagande et les dénoncer comme une ingérence culturelle inacceptable.

LA RÉACTION HELVÉTISTE

Après la première année de conflit, les difficultés intérieures liées à une guerre qui s'installe et le trop grand empressement avec lequel les belligérants sollicitent les faveurs helvétiques modifient les positions. La

8. *Feierabend*, n° 43, [v. 19 octobre] 1914. Pour des questions de lisibilité, toutes les citations tirées de l'allemand ont été traduites en français.

9. Cité par Arthur Freymond, « La Suisse allemande s'affranchit », *Bibliothèque universelle et revue suisse*, septembre 1916, p. 408.

guerre des propagandes entre dans une seconde phase en Suisse, celle du scepticisme majoritaire, du rejet, de la méfiance vis-à-vis de l'étranger. Selon les termes d'une rhétorique patriotique en construction, la Suisse devient une « île » qu'il faut préserver d'une « inondation » étrangère. Dans ce second temps de la guerre, le temps « long » (1915-1918), les propagandes forment une force centripète, cimentant une majorité de Suisses alémaniques, romands et tessinois dans une dynamique de repli identitaire. Ce raidissement intérieur se réalise en parallèle à la structuration étatique des propagandes étrangères.

Le premier champ culturel sur lequel s'abat la réaction nationale est occupé par les suppléments dominicaux. Ce phénomène s'explique par le pouvoir « de masse » que les élites intellectuelles prêtent à ces feuilles. Pour beaucoup de publicistes, elles pervertissent insidieusement, sous une apparence sympathique, la mentalité du peuple suisse. Cette littérature familiale, généraliste, est dénoncée aussi bien en Suisse allemande que romande. De Berne, l'écrivain Carl Albert Loosli estime par exemple qu'elle constitue le phénomène de presse le plus important de « dénationalisation » du peuple suisse¹⁰. Loosli prend pour exemple le nombre d'images diffusées par l'un de ces suppléments lors de la première année de guerre. Sur 300 illustrations, plus de la moitié représente des sujets allemands, alors que seules 34 images sont consacrées à la Suisse. Le *Journal de Genève* applaudit cette dénonciation de Loosli et renforce sa critique des illustrés étrangers : ces derniers habitueraient « notre pays à une véritable servilité vis-à-vis des souverains étrangers dont on lui montre l'image dans toutes les attitudes et sous tous les uniformes. Le public est complice des éditeurs de journaux et de livres qui l'inondent de production étrangère¹¹ ». La propagande n'est plus ce phénomène sémantiquement neutre, synonyme de publicité, qu'il était encore en août 1914. Elle est désormais perçue en Suisse comme une véritable arme de guerre à disposition des belligérants. Cette première critique indigène est récupérée et renforcée par les adversaires de l'Allemagne. Le Suisse Karl Hänggi, travaillant pour le service français de propagande à Bâle, dénonce l'influence allemande dans la presse suisse. Le supplément dominical touche, selon lui, « les milieux populaires les moins informés », pénètre « les foyers des paysans et des humbles » et trouble « avec un air innocent [...] l'esprit de nos femmes et de nos filles »¹².

La Nouvelle Société helvétique (NSH), une association patriotique fondée en février 1914, personnifie ce sentiment de rejet. Dès l'automne 1914, la NSH connaît une résonance nationale grâce au rôle d'apaisement qu'elle entend jouer entre les différentes aires culturelles du pays. C'est de ses rangs que se lève le drapeau de la révolte contre l'ingérence

10. Carl-Albert Loosli, *Schweizerische Zukunftspflichten*, Bümpliz, Selbstv. des Verfassers, 1915, p. 74.

11. *Journal de Genève*, 20 mars 1915.

12. Charles Hänggi, *La Propagande allemande et la presse suisse*, Laupen/Berne, Société polygraphique, 1918, p. 43.

médiatique allemande. Le personnage-clé de cette réaction est l'écrivain Jakob Bühler, alors âgé de 33 ans. Dès l'avant-guerre, Bühler s'efforçait de promouvoir un art national dans les colonnes du supplément dominical du *Berner Intelligenzblatt*. Le publiciste plaidait pour une culture populaire suisse par le théâtre, le roman-feuilleton dans la presse, etc. Avec la guerre, Bühler est le premier intellectuel qui se préoccupe directement des feuilles étrangères du dimanche. Le 10 octobre 1914, il adresse une lettre-programme à la Société suisse des écrivains, appelant au lancement d'une littérature illustrée indigène. « C'est un fait que l'ensemble du peuple non-littéraire [*unliterarische*] de notre pays lit ces suppléments avec plaisir », se désole Bühler¹³.

Si l'organisation faïtière des écrivains suisses refuse de donner suite à l'initiative de Bühler, ce dernier trouve en la NSH une association patriotique prête à relayer ses idées de protectionnisme culturel. Dès octobre 1914, les helvétistes entendent peser sur l'opinion publique suisse, à contre-courant des influences belligérantes, en entamant une propagande par voie de presse et de conférences. En février 1915, la NSH, par son nouveau service de presse, charge Bühler de mener une enquête approfondie sur les possibilités d'action vis-à-vis des suppléments dominicaux¹⁴. Cette étude débouche rapidement, en été 1915, sur la signature d'un contrat de reprise entre le secrétariat central de la NSH et la société zurichoise Minerva. La NSH se dote en parallèle d'une coopérative de gestion, la *Genossenschaft Schweizerischer Sonntagsblätter* (GSSB). Cent soixante mille francs sont versés à Minerva pour acquérir son droit d'édition et d'impression. La coopérative reprend la production des quelque 313 000 exemplaires, de 4 ou 8 pages, livrés chaque semaine à 128 journaux de l'ensemble des cantons alémaniques¹⁵. Le monopole des feuilles du dimanche passe en mains helvétiques.

Pour couvrir les coûts, une souscription publique est lancée auprès des « amis de la mentalité helvétique¹⁶ ». Pour convaincre les investisseurs, la coopérative souligne le soutien apporté par l'entreprise à la littérature indigène et à l'éducation nationale du peuple. Tenant compte de la problématique du « fossé », elle espère également rapprocher les Confédérés, en traduisant des articles d'auteurs romands pour le public germanophone. Mais l'adversaire principal reste le puissant marché allemand. Cette opération de « contre-propagande » est officiellement soutenue par d'autres associations nationales, comme la Société suisse d'utilité publique, l'Association de la presse suisse, la Société suisse des écrivains ou la Ligue pour la conservation de la Suisse pittoresque. La mobilisation de la société civile est donc large.

13. Archives de la Société suisse des écrivains, Anciens Membres/Bühler 1. Cité par Ulrich Niederer, *Geschichte des schweizerischen Schriftsteller-Verbandes: Kulturpolitik und individuelle Förderung. Jakob Bühler als Beispiel*, Tübingen, Francke, 1994, p. 64.

14. *Bulletin mensuel de la Nouvelle Société helvétique*, décembre 1914 et février/mars 1915.

15. *Ibid.*, août 1915.

16. AES, Bâle, H + I Bk 12, GSSB, NSH, *An die Freunde schweizerischer Denkart*, slnd. La matière et les autres références contenues dans ce paragraphe sont empruntées à ce document.

Concernant la partie rédactionnelle, la NSH reste seule maîtresse à bord. L'appel public de la GSSB reprend les arguments des tenants d'un protectionnisme culturel helvétique. L'accent est mis sur le danger que ces feuilles familiales feraient peser sur les femmes, « mères de notre peuple, éducatrices de la tendre jeunesse » qui sont, d'après le dépliant de Zurich, les premières visées par cette littérature. L'argumentaire n'est pas exempt de paternalisme et d'opportunisme. Les élites helvétistes croient au pouvoir particulier de la presse illustrée sur les instincts d'un « peuple » rural et intemporel. L'impact des suppléments dominicaux se fait sentir « jusque dans la dernière cabane des Alpes », plaident les promoteurs du mouvement. Le développement des tensions économiques explique aussi une initiative qui permet aux écrivains suisses de s'affranchir de l'étranger. Le combat de la NSH se pose en dernier lieu contre le caractère jugé médiocre de la littérature du dimanche. La coopérative n'entend pas construire une « muraille de Chine » autour du pays, puisque la « bonne » littérature étrangère doit pouvoir être lue en Suisse. Cependant, les suppléments du dimanche promouvraient majoritairement des histoires « de barons et de comtes, sans caractères, qui sont d'autant plus dangereux qu'ils paraissent inoffensifs ».

L'appel est entendu puisque le capital est entièrement souscrit¹⁷.

LE SOUTIEN DE LA CONFÉDÉRATION

Le second temps de la guerre des propagandes est également marqué par une prise de conscience étatique du phénomène de propagande. En été 1915, un système de censure politique des écrits est mis sur pied par le Conseil fédéral. Une commission fédérale de censure de la presse est créée, avec la participation de représentants des journaux suisses. Les publications illustrées sont les premières visées par la commission. Elles constituent plus de la moitié des volumes censurés aux cours des six premiers mois d'activité¹⁸.

Au même moment, la coopérative des *Feuilles suisses du dimanche* exerce une action de lobbying auprès des autorités pour qu'elles limitent les possibilités d'importation des suppléments dominicaux étrangers. Le Département de la Poste refuse, estimant que ces suppléments ne peuvent être frappés d'une taxe destinée exclusivement aux écrits politiques¹⁹. Le Département politique ne partage pas cet avis. Il soutient chaleureusement l'initiative. Pour Arthur Hoffmann, conseiller fédéral pourtant réputé germanophile, la littérature du dimanche était déjà inadéquate en temps de paix, représentant trop ouvertement l'esprit allemand, et surtout l'esprit pangermaniste. Hoffmann reprend à son compte les arguments avancés par les helvétistes : « Quelques images, quelques légendes courtes, un conte

17. *Bulletin mensuel de la NSH*, décembre 1915.

18. *Deuxième rapport de neutralité du Conseil fédéral*, 19 février 1916, p. 133.

19. Archives fédérales suisses (ci-après AFS), E2001(A), vol. DCCXCVII, Département de la Poste au Conseil fédéral, Berne, 15 décembre 1915.

et quelques blagues ont plus d'effet sur de grands pans de la population que les beaux articles des journaux politiques, qui ne sont pas lus²⁰. » Le 4 février 1916, un arrêté du Conseil fédéral impose finalement une taxe de 3 centimes à chaque supplément entrant en Suisse²¹.

Des éditeurs alémaniques, fâchés, adressent une pétition à la Poste, par l'intermédiaire du responsable germanophile du *Basler Anzeiger*²². L'Allemagne aussi se plaint d'une mesure qu'elle juge unilatérale. Le ministre allemand à Berne, Giesbert von Romberg, menace implicitement le marché suisse. Il laisse entendre qu'une telle sanction va à l'encontre du libre-échange des presses allemande et suisse, précisant que les feuilles alémaniques se vendent jusque-là bien en Allemagne²³... Englué dans la délicate affaire des colonels²⁴, le Conseil fédéral défend une mesure qu'il estime politique, et non économique, prise aussi bien à l'encontre de l'Allemagne que de la France. Ce sont les forces en présence sur le marché de la presse dominicale qui placent l'Allemagne en position défavorable. « L'intérêt de la Suisse réside très certainement dans la capacité de sa population à ne pas seulement agir de façon neutre, mais aussi à réfléchir de façon neutre », justifie le Département politique²⁵.

SUCCÈS D'ESTIME, ÉCHEC COMMERCIAL

Les premières *Feuilles suisses du dimanche* sont éditées le 1^{er} octobre 1915. Jakob Bühler est nommé rédacteur responsable des suppléments. L'écrivain est chargé en parallèle de rédiger le *Schwizerhüsl*. Cet illustré du samedi, imprimé à Liestal (Bâle-Campagne), a été racheté par la NSH en même temps que la société Minerva. Il se destine à un public « peu fortuné », à qui l'on veut offrir une « littérature saine et essentiellement suisse »²⁶. Jusqu'à son rachat en octobre 1915, l'hebdomadaire était totalement pris dans la sphère d'influence de l'Allemagne. Le numéro du 4 octobre 1914 reprenait par exemple l'idéologie d'une guerre strictement défensive menée par le Reich contre les forces d'encercllement de l'Entente. De plus, à partir de décembre 1914, le périodique proposait à ses lecteurs, en supplément gratuit, l'*Illustrierte Kriegs-Kurier*, un organe de propagande distribué par le gouvernement allemand à l'étranger. Avec l'arrivée de

20. *Ibid.*, Arthur Hoffmann, Département politique, au Conseil fédéral, concernant la limitation de l'importation de feuilles du dimanche, Berne, 28 décembre 1915.

21. *Ibid.*, Arrêté fédéral concernant les suppléments littéraires ou illustrés étrangers et joints à des journaux suisses, 4 février 1916.

22. *Ibid.*, Département de la Poste au Conseil fédéral, Berne, 23 mars 1916.

23. *Ibid.*, Giesbert von Romberg, ministre d'Allemagne en Suisse, au Département politique, Berne, 25 mars 1916.

24. Éclatant en janvier 1916, l'affaire implique deux colonels alémaniques, coupables d'avoir transmis des informations confidentielles aux attachés militaires des Puissances centrales.

25. *Ibid.*, Département politique à Giesbert von Romberg, Berne, 10 avril 1916.

26. Gerhard Steck, *L'Activité de la Nouvelle Société helvétique, Rapport présenté à l'Assemblée annuelle de la NSH le 23 septembre 1916 à Macolin*, Lausanne, Imprimerie la Concorde, 1917, p. 18.

Bührer, le *Schwizerhüsl*i quitte l'actualité brûlante pour entrer dans un imaginaire passiviste, romantique et rural. La revue ne s'engage plus que marginalement dans les questions politiques. Très peu d'images de guerre sont reprises. Bührer préfère mettre en avant une représentation pittoresque de la Suisse et de son paysage, de ses paysans, de ses gens simples, hors du temps. Une large palette d'écrivains et d'illustrateurs occupe ses colonnes, allant d'Edmond Bille à Ernst Zahn, soit d'un iconoclaste antiallemand à un admirateur reconnu du Reich.

Les *Feuilles suisses du dimanche* suivent une ligne éditoriale différente. Elles sont ancrées dans l'actualité par leurs illustrations, consacrées en majorité à la guerre à l'étranger, au contraire des textes, composés d'œuvres fictionnelles d'auteurs suisses. La coopérative prend en compte le fractionnement du marché éditorial puisqu'elle édite plusieurs types de suppléments, de différentes couleurs politiques ou confessionnelles. Deux feuilles sont destinées aux journaux catholiques, deux autres aux sociaux-démocrates et les deux suppléments les plus diffusés sont présentés comme neutres, « sans tendance » – ce qui, dans le contexte de l'époque, pouvait signifier radicaux et protestants. Ces deux publications sont l'*Abendruhe* et le *Feierabend*, mais les journaux qui les reprennent adoptent bien souvent un titre personnalisé. On les retrouve dans des éditions dominicales de Lucerne, Winterthour, Davos, Grindelwald... Feuilletons l'un de ses suppléments : le 1^{er} numéro 1916 du *Feierabend* propose en ouverture un roman-feuilleton de Jeremias Gotthelf, suivi d'une biographie de cet écrivain suisse du XIX^e siècle, critique face à la modernisation du monde rural. Légèreté et sérieux se mêlent, puisque l'on retrouve des devinettes, des articles pratiques et ménagers. Les images sont consacrées majoritairement à la guerre, comme ces scouts suisses effectuant une préparation militaire, ce soldat russe se tenant à couvert derrière son cheval ou encore ces vues de l'armée suisse à la frontière²⁷.

Entre 1915 et 1917, les images des différents suppléments représentent toutes les armées belligérantes. Il n'y a pas de suprématie d'un camp sur l'autre et les légendes restent très factuelles. La vision donnée de la guerre évite toute polémique, toute image choquante, offrant plutôt une représentation magnifiée des forces militaires. Les défilés de soldats, les poses de militaires sur le front et l'armement sont mis en valeur. La violence n'est représentée qu'à l'aide de ruines de bâtiment ou de champs dévastés. Il s'agit d'une « violence acceptable²⁸ », presque aseptisée. Les images ne sont jamais signées. Elles constituent des preuves en soi, puisqu'aucune distance critique n'est prise dans les légendes. Lorsqu'un photographe saisit une scène de bataille au-dessus des tranchées, soit à la merci du feu adverse, l'image est présentée comme une représentation fidèle du combat. Comment s'effectue le choix rédactionnel ? Jakob Bührer doit soumettre

27. Les différentes *Feuilles du dimanche* sont consultables à la Bibliothèque nationale de Berne, aux cotes Rq 4006, 4306, 5034 et 5039.

28. Selon l'expression de Joëlle Beurrier (*Memoria e ricerca*, n° 20, déc. 2005), citée dans Gianni Haver, *op. cit.*, p. 50.

le texte et les images des numéros à paraître à une imposante commission de contrôle, où siègent des associations nationales comme l'Association suisse des instituteurs ou la Société d'utilité publique des femmes suisses. Un *modus vivendi* différent est trouvé pour les suppléments catholiques : la coopérative finit par déléguer leur rédaction à l'Association populaire catholique suisse au tout début de 1917²⁹.

D'après les rapports de la NSH, le succès est au rendez-vous pour les *Feuilles du dimanche*. Le secrétaire central Gerhard Steck considère en septembre 1916 que la coopérative est la plus grande entreprise menée par la société³⁰. En juin 1917, l'idéologue du mouvement, Gonzague de Reynold, estime de son côté que les suppléments dominicaux étrangers ont totalement disparu de Suisse³¹. Derrière ce succès autoproclamé se cache une réalité économique moins reluisante. Les caisses doivent être renflouées à intervalles réguliers par de généreux donateurs. Les données comptables font état d'importants déficits³². En 1917, le premier emprunt obligataire doit être cédé à hauteur de 80 % par les membres de la coopérative, la valeur de l'imprimerie est revue à la baisse et une nouvelle levée importante de fonds a lieu en 1917, rapportant 170 000 francs³³. Ces difficultés économiques vont de pair avec la chute du nombre d'abonnés : les *Feuilles du dimanche* passent des 313 000 exemplaires de leurs débuts à la barre des 100 000 en 1917, avant d'atteindre péniblement 60 000 exemplaires en 1918³⁴. Cette chute s'inscrit dans la crise du papier qui frappe le marché suisse. Son coût quintuple entre 1915 et 1918, obligeant le Conseil fédéral à prévoir des mesures de rationnement fin 1917.

Face à de tels déficits, la Nouvelle Société helvétique, pourtant farouchement antiétatique à ses débuts, demande une aide à la Confédération. Le Conseil fédéral propose alors un soutien de 30 000 francs. Mis au fait, le correspondant bernois de la *Gazette de Lausanne*, Pierre Grellet, estime que le caractère officiel de la démarche est incompatible avec une société qui entend « régénérer » les Suisses³⁵. Cette critique est reprise au moment où le Parlement doit avaliser la mesure. Les débats se prolongent d'une façon inhabituelle pour une telle somme³⁶. Le conseiller fédéral Giuseppe Motta y est favorable, arguant que les suppléments sont des instruments de propagande puissants qui ne doivent pas être laissés aux influences étrangères. Le Conseil national accepte la mesure, mais le Conseil des États l'enterre,

29. *Bulletin mensuel de la NSH*, janvier 1917.

30. Gerhard Steck, *op. cit.*, p. 16.

31. *Bulletin mensuel de la NSH*, juin 1917.

32. Les déficits annuels oscillent entre 30 000 et 35 000 francs entre 1916 et 1920. Voir Bibliothèque nationale de Berne (ci-après BN Berne), Fonds de la NSH, 2/21, *Sonntagsblätter*, Bilan du 1^{er} octobre 1915 au 30 juin 1921.

33. BN Berne, V Schweiz 1446, Maurice Baudat, *Rapport sur l'année 1916-1917 présenté à l'Assemblée annuelle de Zurich le 29 septembre 1917*, p. 12.

34. *Bulletin mensuel de la NSH*, janvier 1918 ; BN Berne, V Schweiz 1446, Léopold Gautier, *Rapport sur l'activité de la société de 1917 à 1919 présenté à l'assemblée générale à Soleure*, 13 septembre 1919.

35. *Gazette de Lausanne*, 21 février 1918.

36. *Ibid.*, 19 juin 1918.

estimant que le but patriotique reste trop mal défini et qu'elle créerait un dangereux précédent dans les rapports presse - État. Le non l'emporte par 20 voix contre 10, malgré un ultime soutien du conseiller fédéral Gustave Ador et son hommage aux *Feuilles suisses du dimanche*, qui « ont lutté contre l'influence exotique, soutenu la littérature nationale, l'art national, l'esprit suisse en un mot, et les [ont soustraites] à l'infiltration de la propagande étrangère³⁷ ». Mais Ador a une vision édulcorée de la réalité. Car les *Feuilles suisses* ont également subi l'infiltration de la propagande allemande...

LA RÉACTION ALLEMANDE (1917-1918)

Quelle fonction l'institution allemande de propagande a-t-elle accordée aux suppléments dominicaux ? Paradoxalement, c'est bien l'initiative suisse sur ce plan qui pousse les Allemands à l'action. Ceux-ci ont pourtant été, avec leurs concurrents français, les plus actifs dans l'infiltration de la presse suisse. Mais sur le plan précis des suppléments dominicaux, l'ingérence se limitait aux initiatives privées du commerce et des sympathies germanophiles. Les helvétistes ont donc lutté contre un phénomène d'avant-guerre et non contre un phénomène de propagande proprement dit, même si les deux champs se sont confondus avec le conflit. Les propagandistes allemands ont alors tenté d'influencer en sous-main la GSSB. Ils y parviennent en s'assurant les services bienveillants de deux membres germanophiles du comité de la coopérative, les éditeurs zurichois Jean Frey et Arnold Bopp. Le contact passe par Hermann von Simson, un agent important de l'action clandestine dans la presse alémanique³⁸. L'officier a été détaché par l'Amirauté au début de la guerre pour travailler au service de propagande et d'espionnage du consulat de Zurich.

Jean Frey est connu pour être l'éditeur du satirique *Nebelspalter*, très opposé au monde anglo-saxon durant la guerre. Il publie toute une série d'imprimés prenant fait et cause pour les Empires centraux. Frey collabore même directement avec le service allemand de propagande pour l'édition d'un album du *Nebelspalter*, destiné à la vente dans d'autres pays neutres européens³⁹. Sa position au sein de la coopérative des *Feuilles du dimanche* est jugée « extrêmement importante » par les Allemands⁴⁰. Il faut dire que l'entrepreneur, actif dans le monde de l'édition depuis 1890, s'est fait connaître par sa capacité à produire une presse à grand tirage, grâce

37. *Ibid.*, 26 juin 1918.

38. Politisches Archiv des Auswärtigen Amt (ci-après PA), Berlin, Bern 1153, von Simson à la légation allemande de Berne, Zurich, 13 décembre 1918.

39. Bundesarchiv (ci-après BA), Berlin-Lichterfelde, R901/71103, *Karikaturenpropaganda*, mai 1917 – juin 1918. Parmi les publications de Jean Frey à caractère de propagande, citons les périodiques *The Great Anti-Northeliffé*, *Die Zürcher Morgenzeitung*, *Das Neue Europa*, *Das Buch*. Il éditait en outre trois brochures de propagande en 1918.

40. BA, R901/71085, Hans Attenberger, Projet de calendrier de la guerre 1918 en collaboration avec Jean Frey, [Zurich], [août 1917].

à des procédés techniques innovants. Ses illustrés occupent le haut du panier des périodiques en Suisse. Frey appartient également à la puissante Association zurichoise de la presse. L'homme est un poids lourd dans le paysage médiatique alémanique.

Arnold Bopp, le second germanophile « infiltré », est un personnage au profil plus énigmatique. Courant 1915, le Zurichois édite, à compte d'auteur, deux brochures des *Stimmen im Sturm*, une société suisse de propagande germanophile, au ton virulent, anti-romand⁴¹. Ce qui n'empêche pas le typographe d'être nommé président du Comité de la GSSB en octobre de cette même année⁴². Bopp est d'ailleurs membre du groupe zurichois de la NSH, s'y occupant de la « question des étrangers⁴³ ». Il représente un courant lié à la fois aux milieux économiques et à l'armée. Sa maison d'édition édite le *Journal des Associations patronales*, mais aussi les *Schweizer Soldaten-Lieder (Chants de soldats suisses)*, dont le format de poche est tiré à 90 000 exemplaires en 1916⁴⁴. Il est possible que l'éditeur se soit rapproché de l'Allemagne par ses affinités avec le milieu militaire. Dans leurs rapports, les Allemands lui confèrent d'ailleurs le rang de « Major ». De nombreux hauts officiers alémaniques admiraient le Reich. Bopp ne fait pas exception.

La seconde action d'influence sur les *Feuilles suisses du dimanche* concerne la fourniture d'images. Très progressivement, l'Auswärtiges Amt a pris en main la livraison d'images de guerre pour les illustrés helvétiques. La société semi-publique Transocean est chargée de ce travail. Son agent à Zurich, Hans Attenberger, relève les bons résultats obtenus à partir de l'été 1917 auprès de la GSSB⁴⁵. En mai 1918, Attenberger estime que le lancement du service Transocean a écarté presque complètement les images de l'Entente des *Feuilles du dimanche*⁴⁶. Deux études de cas confirment cette affirmation, tout en la remplaçant dans une plus juste proportion car Attenberger force un peu le trait. Pour l'*Abendruhe* (édition de huit pages), l'origine internationale des images domine en 1915 et 1916, avec l'emploi notamment d'images françaises. Les rapports de force changent à partir de 1917 avec 51 % d'illustrations concernant des sujets suisses, 33,5 % les puissances centrales et seulement 15 % l'Entente. La tendance s'affirme en 1918 : les sujets suisses ne représentent plus que 36 % de l'échantillon, les Empires

41. Hans Baur, *Das kämpfende Deutschland daheim: Was ein Deutschschweizer sah*, Zürich, Komm. A. Bopp & C^{ie}, 1915 ; Eduard Blocher, *Belgische und schweizerische Neutralität*, Zürich, Komm. Arnold Bopp, 1915.

42. *Berner Intelligenzblatt*, 30 octobre 1915.

43. Archives littéraires suisses (ci-après ALS), Berne, Fonds Carl-Albert Loosli, Ms P/Pq 103, Groupe de Zurich de la NSH aux groupes et au secrétariat central, Zurich, 15 avril 1915.

44. *Schweizer Soldaten-Lieder: Liedertexte*, Zürich, A. Bopp & C^{ie}, 1916, 33 p. Bopp publie également une brochure du Bureau des conférences de l'Armée, un organisme géré par l'helvétiste Gonzague de Reynold : Oskar Bosshardt, *Armee und Volk in ernster Stunde*, avec une préface de G. de Reynold, Zurich, A. Bopp, 1916, 56 p.

45. BAr, R901/71085, Hans Attenberger à Transocean, Zurich, 2 août 1917.

46. BAr, R901/72022, Hans Attenberger, Rapport sur le service de propagande de presse sur mission de la S.A. Transocean Berlin en Suisse, Zurich, fin mai 1918.

centraux grimpent à 48 % et l'Entente stagne à 12 %. Plus aucune image n'est fournie par la France.

Ce retour « par la bande » de l'influence allemande se retrouve également dans les légendes et le choix des images. À partir de 1917, certaines illustrations cachent une position tendancieuse, comme cet « audacieux Führer » sortant d'une tranchée à l'assaut d'hypothétiques ennemis, ou encore un soldat allemand distribuant « généreusement » des cigarettes à des civils roumains⁴⁷. Un article d'actualité du printemps 1918 – fait suffisamment rare pour être signalé – vante les richesses du sol ukrainien⁴⁸. Or l'Ukraine nouvellement indépendante est alors sous l'emprise de l'Allemagne et constitue un argument de poids pour la propagande allemande, promettant à la Suisse un possible ravitaillement en blé... Les statistiques sont encore plus nettes concernant le supplément destiné aux feuilles catholiques (*Illustriertes Sonntagsblatt*). En 1918, les images des Puissances centrales représentent 62 % de l'échantillon, celles de l'Entente 24 % et celles de la Suisse seulement 11,5 %. L'Allemagne à elle seule occupe 42 % de l'espace. Les Empires centraux ont probablement activé, là aussi, des sympathisants au sein de l'Association populaire catholique. Un exemple de l'influence de Transocean sur la feuille est marquant : une photographie représente des soldats français tués au combat, jonchant le sol, en rupture totale avec la ligne aseptisée suivie jusqu'en 1917⁴⁹.

Ainsi, sur le plan littéraire, les *Feuilles du dimanche* ont respecté l'engagement premier voulu par la NSH, à savoir mettre en avant une littérature nationale. Sur le plan des illustrations en revanche, le bilan est plus que mitigé. Dès l'été 1917, les *Feuilles* sont à classer parmi les vecteurs illustrés de la propagande institutionnelle allemande. Il ne faut en aucun cas généraliser cette thèse à d'autres initiatives helvétiques. Si la coopérative a compromis son indépendance au profit du Reich, la Nouvelle Société helvétique est restée un instrument de contre-propagande dirigé principalement contre l'Allemagne. Tous les rapports conservés à Berlin s'accordent sur ce point : sur le plan culturel, la NSH a éloigné la Suisse alémanique de l'Allemagne. En avril 1918, Romberg fait état de son incapacité à infléchir la ligne générale suivie par la NSH⁵⁰. Le noyautage souterrain des *Feuilles suisses du dimanche* n'aura finalement été qu'un faible palliatif.

UN INSTRUMENT NATIONAL FOURVOYÉ

La coopérative des *Feuilles suisses du dimanche* continue sa lente agonie commerciale dans l'immédiat après-guerre, mais la Nouvelle Société helvétique ne veut pas lâcher une entreprise qu'elle chérit particulièrement

47. *Abendruhe*, n° 18 et n° 21, 1917.

48. *Ibid.*, n° 20, 1918.

49. *Illustrierte Sonntagsblatt*, [1917], p. 124.

50. PA, R11408, Romberg à la Chancellerie d'Empire, Berne, 19 avril 1918.

et qu'elle considère comme sa « plus grande fierté⁵¹ ». Elle estime que les temps troublés de l'après-guerre ne peuvent l'éloigner du contrôle de l'opinion publique suisse. Des appels à l'aide sont lancés en décembre 1920, puis en octobre 1921. Sur les 180 000 francs de déficit accumulés depuis le lancement de l'entreprise, 120 000 francs ont été couverts par des dons divers, signe que des Suisses ont cru à la nécessité de cet engagement culturel⁵². Exsangue, la coopérative cesse toute activité à la fin 1921⁵³.

La Grande Guerre a produit un important basculement dans l'acception de la « culture de masse » en Suisse. Parallèlement à d'autres entreprises culturelles, la presse illustrée indigène connaît un décollage qui tire directement profit des modalités de la guerre des propagandes. L'exemple le plus marquant reste le *Schweizer Illustrierte Zeitung* de Paul Ringier⁵⁴. Les *Feuilles suisses du dimanche* sont intéressantes sur un autre plan, plus idéal qu'économique. Un large spectre d'intellectuels, mus par la même aspiration patriotique, tente de se réapproprier les techniques de communication mobilisées par les belligérants. C'est précisément sur ce point que la guerre a joué un rôle de catalyseur. La Suisse neutre a aussi vécu au travers de la GSSB une tentative d'« union sacrée », du haut vers le bas. Les élites ont voulu faire résonner leur discours à l'intérieur de cercles jusque-là plutôt négligés : celui des femmes en premier lieu, des ouvriers et des paysans en second. Il ne faut cependant pas exagérer l'impact de ces *Feuilles suisses du dimanche*, car l'action a surtout été réactive et mimétique. Il n'y a pas de discours cohérent produit à l'intention des femmes, si ce n'est une volonté de censure face à une littérature jugée trop sentimentale. Quant aux journaux sociaux-démocrates, seule une minorité accepte de jouer le jeu bourgeois des helvétistes⁵⁵. Cet impact est encore amoindri par la prise en compte de l'ambiguïté des *Feuilles suisses du dimanche* – un instrument de propagande patriotique fourvoyé, qui se met au service de l'influence qu'il voulait combattre.

Alexandre ELSIG

Université de Fribourg (Suisse)

51. Pierre Kohler, « Rapport général sur le service de presse de la NSH », in *Bulletin mensuel de la NSH*, janvier/mars 1920.

52. Le seul don nominal mentionné dans les archives est versé par l'AIAG de Neuhausen (2 000 francs). BN, Fonds NSH, 9/9/8, Rudolf Grob au colonel G.L. Naville, Zurich, 14 août 1918.

53. AES, Imprimerie de la GSSB, *Aidez-nous par la transmission de contrats d'impression*, Zurich, 5 octobre 1921.

54. Peter Meier, Thomas Häussler, *Zwischen Masse, Markt und Macht: das Medienunternehmen Ringier im Wandel 1833-2009*, 2 Bde., Zürich, Chronos, 2010, 1078 p. Pour les autres vecteurs culturels, François Vallotton, *op. cit.*, pp. 185-186, et Paul-André Jaccard, « Le take-off du marché de l'art en Suisse romande durant la Première Guerre mondiale », *Traverse*, 1, 2002, pp. 81-106.

55. *Bulletin mensuel de la NSH*, janvier/mars 1920.