

Les « munitions de l'esprit »

La guerre psychologique pendant la Seconde Guerre mondiale¹

Marie-Catherine et Paul Villatoux

1939-1945, *La guerre des intelligences*, Panazol, 2002, Éditions Lavauzelle, pp. 101-151.

Employée, semble-t-il pour la première fois, par l'officier et stratège britannique J.F.C. Fuller, dans son ouvrage *Tanks in the Great War*, publié en 1920², l'expression de « guerre psychologique » n'entre dans le langage courant –aux États-Unis comme en Europe – qu'à partir de 1940, où de nombreuses études militaires et politiques y font explicitement référence³. Il ne fait guère de doute que les recherches de plus en plus poussées menées, au cours de l'entre-deux-guerres, par les psychosociologues d'outre-atlantique en matière d'opinion publique, ont joué un rôle non négligeable dans la popularisation d'une notion qui apparaît, à l'évidence, plus scientifique et moins connotée que le terme de propagande⁴. En France, deux députés, Ernest Pezet et Louis Marin, n'hésitent d'ailleurs pas, lors du débat de février 1940 sur la politique d'information du gouvernement Daladier, à l'utiliser pour qualifier le conflit naissant⁵. Il semble que cette expression nouvelle réponde au besoin de définir et formuler un concept apte à alerter l'opinion sur les dangers des menées subversives de l'Allemagne nazie et d'une guerre dont certains pressentent

¹ Avertissement : Certains passages de cette étude ont fait précédemment l'objet d'une publication dans diverses revues parmi lesquelles la *Revue historique des armées* et *Renseignement et opérations spéciales*.

² J.F.C. Fuller, *Tanks in the Great War, 1914-1918*, Londres, 1920, John Murray, p. 320.

³ Allison B. Gilmore, *You can't fight tanks with bayonets. Psychological warfare against the Japanese army in the southwest Pacific*, Lincoln & Londres, 1998, University of Nebraska Press, p. 10. Voir également : Jeanne-Henriette Louis, « Les concepts de guerre psychologique aux États-Unis au début de la Deuxième Guerre mondiale », *La propagande pendant la Deuxième Guerre mondiale*, Colloque international, Bucarest, Comité International d'Histoire de la Deuxième Guerre mondiale, Commission Roumaine d'Organisation du Colloque International, 11-12 août 1980. Actes, tome 2, Bucarest, 1981, p. 105-106 ; *La naissance du concept de guerre psychologique dans l'opinion publique américaine (1939-1948)*, travaux sous la direction de B. Poli, Orléans, janvier 1975, 134 p.

⁴ Paul Villatoux, *L'arme psychologique – Module historique*, partie 3, *La naissance du concept moderne de "guerre psychologique"*, DGA, 1997, 139 p.

confusément, à travers sa dimension idéologique, le caractère hors-norme. Dès lors quels champs sémantiques recouvre-t-elle exactement ?

Dans leur ouvrage *War in Our Time*, Hans Speier et Alfred Kähler affirment, dès 1939, le caractère inéluctable de la propagande de guerre dans la société moderne : « *La propagande de guerre moderne est le produit de la société moderne. Elle n'est pas l'apanage d'un pays donné ou d'une forme spécifique de gouvernement. Elle est inséparable de la guerre moderne ; elle en constitue la partie intégrante et a son origine dans la structure de la société moderne en temps de paix... Les démocraties ne sont pas libres de choisir une guerre limitée si leurs adversaires mènent une guerre totale* »⁶. L'une des premières véritables définitions de la guerre psychologique apparaît, sous la plume d'un auteur anonyme, en janvier 1940 dans la revue américaine *Current History* : « *La guerre psychologique est le combat mené par l'Etat avec des armes psychologiques pour accroître son prestige dans l'opinion du monde et pour affaiblir celui de l'ennemi – le combat destiné à maintenir et à augmenter les forces défensives dans son propre pays et à diminuer la volonté de résistance de l'ennemi* »⁷. En 1942, Joseph Bornstein et Paul Milton, auteurs d'une importante étude sur le sujet, proposent à leur tour une nouvelle définition, sans doute plus restrictive que la précédente mais s'appuyant sur des événements récents : « *Il s'agit de convaincre l'ennemi qu'il serait préférable pour lui de se rendre avant même que le premier coup de feu ne soit tiré. En fait, l'histoire de l'Europe entre 1933 et 1940 n'est rien d'autre que l'histoire d'une guerre psychologique dans laquelle Hitler a entraîné les gouvernements européens et leurs opinions publiques dans un suicide collectif* »⁸. En mars 1944, l'état-major suprême des forces expéditionnaires alliées (*Supreme Headquarters Allied Expeditionary Force* ou SHAEF), quant à lui, met davantage l'accent sur « *l'emploi de la propagande* » comme outil privilégié pour « *saper la résistance ennemie, démoraliser ses forces et soutenir le moral de nos alliés* »⁹. C'est toutefois au colonel

⁵ Cité par Maurice Mégret, « les origines de la propagande de guerre française : du service général de l'information au commissariat général à l'information (1927-1940) », *Revue d'histoire de la Deuxième Guerre mondiale*, n°41, janvier 1961, p. 5.

⁶ Hans Speier et Alfred Kähler (dir.), *War in Our Time*, New York, 1939, Graduate Faculty of the New School of Social Research, p. 306-307, 324.

⁷ « Psychological Warfare and how to wage it », *Current History*, n°51, janvier 1940, pp. 52-53.

⁸ Joseph Bornstein et Paul Milton, *Action against the enemy's mind*, Indianapolis, 1942, Bobbs-Merrill, p. 5-6.

⁹ Cité par Daniel Lerner, *Sykewar. Psychological Warfare against Germany : D Day to V.E. Day*, New York, 1949, George W. Stewart Publisher, p. 400.

William Donovan que revient le mérite de définir dans son acception la plus large possible la guerre psychologique, qu'il considère comme « *la coordination et l'utilisation de tous les moyens, aussi bien moraux que physiques, par lesquels on peut arriver à sa fin, à l'exception des opérations militaires, mais en incluant l'exploitation physique des résultats de celles-ci, qui ont pour but de détruire la volonté de combattre de l'ennemi, d'handicaper ses capacités politiques et militaires afin de le priver du soutien, de l'aide ou de la sympathie de ses alliés ou des pays neutres ; et inversement, réaliser toutes ces conditions au profit de notre pays : reconnaissance par les alliés et les neutres, renforcement du potentiel militaire, de la volonté de vaincre* »¹⁰.

Il convient de souligner, par ailleurs, que le terme de guerre psychologique est rarement employé par les Britanniques qui lui préfèrent celui de « guerre politique » (*Political Warfare*). Loin de se révéler un détail anodin, cette différence de vocabulaire éclaire sur la spécificité britannique dans ce domaine : ce que les Américains désignent sous l'expression de guerre psychologique n'est alors qu'un avatar de la traditionnelle politique pragmatique anglaise, où sont associées, diplomatie, conduite de la guerre et politique générale. Ainsi, un document officiel du gouvernement britannique précise que « *la guerre politique peut être définie comme une forme de conflit entre Etats au cours duquel chacun des protagonistes cherche à imposer sa volonté à l'adversaire par d'autres moyens que l'usage de la force armée. Dans la pratique, l'arme principale de la guerre politique peut être décrite comme une habile combinaison entre diplomatie et propagande* »¹¹. Cette définition est à rapprocher du témoignage de Richard Crossman, spécialiste anglais de la question et membre influent des organismes de propagande alliés au cours de la Seconde Guerre mondiale, qui prend soin de souligner que la guerre politique « *n'est pas une arme indépendante : elle n'est pas capable de faire des miracles par elle-même. Elle ne peut réussir que si elle est l'avant-garde d'une opération clairement définie et si ses activités sont orchestrées avec les opérations menées, soit par le ministère des Affaires étrangères, soit par les chefs d'état-major. Elle doit*

¹⁰ Cité par Susan L. Marquis, *Unconventional Warfare : Rebuilding U.S. Special Operations Forces*, Washington, 1997, Brookings Institution Press, p. 9.

¹¹ *The Strategy of Political Warfare*, cité par in William E. Daugherty et Morris Janowitz, *A Psychological Warfare Casebook*, Baltimore, 1958, Johns Hopkins University Press, p. 16.

donc rester strictement subordonnée à la politique des Affaires étrangères et à la stratégie militaire »¹².

A l'évidence, cette diversité d'approches et par là-même de définitions témoigne d'une réelle difficulté à cerner avec précision les contours d'une notion qui s'est forgée au contact du réel et se présente « *tantôt comme un moyen opérationnel supplétif de l'action militaire, tantôt comme une catégorie de la politique, tantôt, à la limite, comme une science de la guerre totale* »¹³. Dans la pratique, ce flou qui entoure la guerre psychologique n'a guère facilité sa mise en œuvre et encore moins son organisation.

Pour autant, dans cette lutte des esprits, les belligérants ne partent pas à armes égales. Les pays totalitaires semblent au départ favorisés, ne serait-ce que par l'existence de partis uniques, organes de décision et de contrôle. En face, si les pays de tradition démocratique s'attachent dès le début de la guerre à constituer des ministères de l'Information, ils accordent généralement plus d'importance à la censure qu'à l'action psychologique proprement dite et font davantage confiance à l'écrit qu'à la radio.

La « blitzkrieg » psychologique allemande

Structures et réseaux parallèles

Hitler a très tôt accordé une importance primordiale à la manœuvre psychologique¹⁴ conçue comme le complément indispensable de la guerre militaire, voire même comme une arme de substitution, permettant, à la limite, de faire l'économie de l'action physique : « *Ce que la préparation d'artillerie représentait à cette époque pour l'attaque d'infanterie dans la guerre des tranchées sera remplacé à l'avenir par la dislocation psychologique de l'adversaire au moyen de la propagande révolutionnaire, et ce avant même que les armées entrent en jeu. Il est indispensable que la nation ennemie soit démoralisée, qu'elle soit contrainte à capituler, qu'elle soit moralement contrainte à la*

¹² *Le facteur psychologique dans la stratégie de guerre*, Conférence prononcée le 20 février 1952 par Richard Crossman, Cycle d'information de l'IHEDN, archives IHEDN, 4^e session, 1952, fiche n°207, p. 4.

¹³ Maurice Mégret, *La guerre psychologique*, « Que sais-je ? », n°713, Paris, réédition 1960, P.U.F., p. 5.

passivité, avant même que l'on songe à une action militaire. Obtiendrons-nous la défaite morale de l'adversaire avant la guerre ? Voilà la question qui m'intéresse »¹⁵. Ce désir de neutraliser la capacité de résistance d'un pays est par ailleurs conçu de façon très élaborée. Ainsi, le concept de « Cinquième Colonne » est exposé dès 1932 par Hitler dont les prédictions sont sans ambiguïté : « Partout, en plein pays ennemi, nous aurons des amis qui nous aideront, nous saurons nous les procurer. La confusion des sentiments, les conflits moraux, l'indécision, la panique, voilà quelles seront nos armes. »¹⁶ Armes à coup sûr « psychologiques » qui doivent, dans l'esprit du Führer, compenser les faiblesses allemandes, comme elles ont permis au nazisme de s'imposer en Allemagne face à des partis plus nombreux et plus anciennement implantés. En effet, si Hitler n'ignore pas « que soixante-dix millions d'hommes, fussent-ils germaniques, moins nombreux que les Russes, moins industrialisés que les Américains, portant même par rapport à la seule Angleterre... le lourd handicap géomilitaire des puissances continentales incapables de battre les puissances maritimes »¹⁷, ne s'imposeront pas au monde par la seule violence physique, il conserve la conviction que les pays de tradition démocratique, désabusés, fatigués par la dernière guerre et désorientés par les crises économiques, politiques, morales, ne désirent plus recourir à la force en face d'un danger¹⁸. A ce titre, la politique d'apaisement joue un rôle prépondérant dans la stratégie psychologique de Hitler à l'égard des démocraties occidentales. A partir de 1935, date à laquelle le service militaire obligatoire est rétabli en Allemagne, les slogans pacifistes vont de pair avec les démonstrations de force destinées à intimider les voisins. Comme le souligne Fred Kupferman, « pour l'Allemagne comme pour l'Europe, les nazis vont abolir la distinction du temps de guerre et du temps de paix. Ils se disent pacifiques et offrent à chaque voisin la possibilité d'une entente bilatérale avec l'Allemagne...Chaque initiative, pacifique ou agressive, est préparée, montée puis exploitée en

¹⁴ Hitler n'utilise pas l'expression de « guerre psychologique » (*Psychologische Kriegführung*), mais seulement des termes voisins, dont celui de *Geistiger Krieg* (guerre mentale) employé pour la première fois par un officier allemand, le major Franke, en 1936.

¹⁵ Hermann Rauschning, *Hitler m'a dit*, Paris, 1979, Livre de Poche, p. 44.

¹⁶ *Idem*, p. 44.

¹⁷ Pierre Nord, *L'intoxication. Arme absolue de la guerre subversive*, Paris, 1971, Fayard, p. 38.

¹⁸ Jean-Baptiste Duroselle souligne en particulier combien « la France offre le triste spectacle d'un pays ravagé par les ruines, les haines, les bouleversements sociaux, d'un pays las et accablé », in *La décadence (1932-1939)*, Paris, 1983, Points Histoire, p. 182-183.

tenant compte de l'impact sur l'opinion allemande et sur l'opinion étrangère »¹⁹. En ce sens, l'histoire de l'Europe entre 1936 et 1939 apparaît bel et bien comme « une suite de cas concrets pour un traité de guerre psychologique »²⁰ au cours desquels le III^e Reich use de tous les moyens, de la séduction à la peur, pour ruiner le moral des nations.

Si l'invasion de la Pologne par les troupes allemandes en septembre 1939 redonne la parole aux armes létales, l'action psychologique n'est pas pour autant abandonnée. Force est de constater que l'Allemagne nazie, convaincue de la nécessité de mener la guerre psychologique, dispose en 1939 d'un appareil d'information et de propagande très supérieur à celui des Alliés. Dès 1935, le colonel A. Blau, alors chef du Laboratoire psychologique du ministère de la Guerre, avait rédigé un ouvrage, *Propaganda als Waffe* (la Propagande comme arme), à l'usage du seul Haut Commandement²¹. Utilisant à la fois la psychanalyse et les résultats de la sociologie, il montrait combien il était nécessaire de créer à l'usage du peuple un exutoire et une sublimation à ses tendances refoulées et les dériver en faveur du pouvoir : « Les tâches de la guerre psychologique consistent à donner au peuple et à l'armée une conscience nationale homogène, par une formation nationale, une éducation militaire, l'éveil de la volonté de résistance nationale. Cela comprend aussi toutes les mesures pour construire un rempart autour du peuple et de l'armée, pour repousser et affaiblir toutes les tentatives de l'ennemi pour influencer et démoraliser le pays »²². Ce devait être le rôle de la propagande que de s'adapter aux tendances propres à chaque nation. Ainsi, pour le peuple allemand, Blau énumérait cinq instincts fondamentaux : « Volonté de puissance, conscience, mystique du groupe, joie de vivre »²³. Maurice Mégret souligne avec raison que, grace à Blau, « le national-socialisme eût la doctrine psychologique de son être »²⁴.

Toutefois, si, dès les premiers jours du conflit, les Allemands entreprennent l'organisation systématique de la guerre psychologique, cette machine reste lourde en raison de la dualité des pouvoirs civils et militaires, obstacle majeur qui ne sera

19 Fred Kupferman, « Diplomatie parallèle et guerre psychologique : le rôle de la Ribbentrop Dienststelle dans les tentatives d'actions sur l'opinion française 1934-1939 », *Relations internationales*, n°3, 1975, p. 83.

20 Maurice Mégret, *op. cit.*, p. 69. L'auteur parle même de « viol de la paix civile par la guerre politique ».

21 Cf. François Géré, *La guerre psychologique*, Paris, 1997, Economica, p. 68-70.

22 Blau cité par Volker R. Berghahn, « Tendances de la "Wehrmachtpropaganda" », *Revue d'histoire de la Deuxième Guerre mondiale*, n°84, octobre 1971, p. 58.

23 Cité par *Etude générale sur la propagande et la guerre psychologique*, s.d., SHAT, 27 T 178.

jamais résolu. Le ministre de l'Information et de la Propagande, Josef Goebbels, de par ses fonctions et ses attributions, joue un rôle essentiel dans cette lutte des esprits. Il érige la propagande en véritable arme de guerre, l'estimant aussi importante dans la conduite de la guerre que la Wehrmacht elle-même. Pendant la « drôle de guerre », il parvient à susciter les désordres chez les Alliés, ainsi qu'à miner leur volonté de combattre par des émissions de radio clandestines. L'extraordinaire victoire psychologique remportée par les Allemands en mai 1940 résulte d'une opération combinée entre le ministère de la Propagande et le SD (Sicherheitsdienst ou Service de sécurité). En quelques semaines, des prophéties de Nostradamus entrecoupées de fausses prédictions précisant que le Sud-Ouest de la France échapperait à la guerre, se répandent parmi la population française. Celle-ci les recopie et les fait circuler. L'effet psychologique de ces textes est indéniable accélérant et amplifiant très certainement l'exode des civils vers le Midi, gênant les manœuvres d'une armée en déroute.

Contraint un temps, par le pacte germano-soviétique, de mettre un terme aux thèmes antibolcheviques, Goebbels n'hésite pas, une fois la France défaite, à faire jouer le mythe de la nouvelle Europe. Mais, plus que tout, le maintien du « lien entre le front et le pays natal » reste son objectif prioritaire. Il ne recule devant aucun moyen : films d'actualité à la gloire des combattants projetés à l'arrière comme au front, utilisation intensive de la radio, journaux et littérature abusant de l'émotionnel et de la sentimentalité. Bref, tout un arsenal d'action psychologique inhibant toute réflexion ou démarche critique à l'encontre du régime et maintenant une cohésion idéologique et sociale s'enracinant dans l'irrationnel²⁵. Dès l'hiver 1941-1942, devant les difficultés rencontrées par l'armée allemande sur le front russe, Goebbels, prenant conscience de la gravité de la situation, ne craint pas d'alerter le peuple pour mieux le fanatiser. Il se prononce alors pour la « guerre totale » et fait de ce thème, après Stalingrad, une véritable incantation, comme en témoigne son fameux discours du 18 février 1943 au Palais des sports de Berlin : « *Croyez-vous en la victoire finale ? Etes-vous prêts à supporter les plus lourds sacrifices ? Acceptez-vous la peine de mort pour les*

24 Maurice Mégret, *op. cit.*, p. 58.

25 Voir sur ce point : Robert Cloet, « Les directives de Goebbels », *Revue d'histoire de la Deuxième Guerre mondiale*, n°64, octobre 1966, p. 1-8.

embusqués ? » La réponse de la foule, véritablement chauffée à blanc, est chaque fois positive. A la dernière question : « voulez-vous une guerre totale ? », c'est un déchaînement d'enthousiasme, une explosion de « Heil Hitler »... Quelques heures plus tard, Goebbels confie à l'un de ses proches : « si je leur avais dit de se jeter du toit d'un immeuble, ils l'auraient fait »²⁶. Selon Jacques de Launay, « si Goebbels sut donner à toutes les manifestations publiques du Führer et de son régime une façade théâtrale presque wagnérienne, il ne manqua jamais - contrairement au Führer - de se rendre dans les villes les plus éprouvées par les bombardements et de prendre contact avec la foule. Si Hitler monologuait, Goebbels aimait le dialogue, et sa "propagande" visait à provoquer des réponses, dont il faisait balle pour ne pas rompre le rythme »²⁷.

Toutefois, les services de Goebbels sont loin d'avoir les mains libres. Des réseaux psychologiques parallèles fonctionnent tant au ministère des Affaires étrangères qu'au Bureau Rosenberg²⁸. De plus, les services spéciaux de l'amiral Canaris (Abwehr ou service de renseignement de l'état-major allemand) ainsi que les S.S. de Himmler²⁹ sont de dangereux concurrents. Mais, surtout, si l'action psychologique dans le territoire du Reich et de ses conquêtes (annexions ou protectorats) relève en principe du ministère de la Propagande, les services de l'armée s'approprient ce domaine dans les zones de front et dans les territoires occupés. En réalité, cette ingérence de la Wehrmacht dans la propagande n'est pas circonstancielle. Dès l'avènement d'Hitler, le ministère de la Guerre travaille avec les services de Goebbels à mettre sur pied la guerre de propagande. Lors des manœuvres de 1936, des expériences en ce sens sont même réalisées. Il en résulte, en 1938, des décisions capitales sur le statut des reporters de guerre et, plus encore, la création d'unités militaires reconnues par Goebbels comme indispensables³⁰. C'est au

26 Rapporté par Les complices d'Hitler, « Goebbels, l'incendiaire », émission *Les mercredis de l'Histoire*, Arte, 16 octobre 1996.

27 Roger Gheysens et Jacques de Launay, *Histoire de la Guerre psychologique et secrète, 1939-1963*, Lausanne, 1970, Éditions Rencontre, p. 174.

28 Bureau de politique étrangère du Parti national-socialiste, dirigé par Alfred Rosenberg.

29 Les troupes S.S. disposèrent d'unités de propagande particulières, d'abord une simple compagnie, puis un bataillon, enfin un véritable régiment (*Standarte*) Kurt Eggers. Elles eurent à leur tête le même chef, d'Alquen qui prit des responsabilités croissantes.

30 Sur les unités de propagande dans la Wehrmacht, deux articles de base du colonel Jean Defrasne : « L'organisation et l'emploi de l'arme psychologique dans la Wehrmacht », *Revue d'histoire de la Deuxième Guerre mondiale*, n°71, juillet 1968, p. 31-48 et « Un instrument caractéristique de l'arme

cours de l'hiver 1938-1939 que les décisions les plus importantes sont adoptées par ce dernier et le général Keitel, chef de l'OKW (commandement suprême des forces armées). Les mesures définitives sont fixées lors d'une ultime réunion tenue du 30 août au 3 septembre 1939 : l'OKW reçoit la responsabilité tant de l'action psychologique sur les forces armées que des opérations contre l'adversaire et de la défense contre les entreprises de démoralisation de ce dernier. L'*Abteilung für Wehrmacht Propaganda* (OKW/WPr) voit ainsi le jour, le 1^{er} avril 1939, avec à sa tête le lieutenant-colonel von Wedel, précédemment chef d'un groupe de presse à l'état-major de la Wehrmacht. Von Wedel est rattaché directement au général Jodl (chef des opérations du haut commandement des forces armées), lui-même subordonné direct de Keitel. Notons parmi ses adjoints le personnage du colonel Blau, chef d'une « unité culturelle » de l'OKW. Comme en témoigne von Wedel, l'autonomie de son service dans le domaine de l'organisation de la guerre psychologique est effective : « *je n'étais pas dans la dépendance du ministre de la propagande, le Dr. Goebbels dont le rôle a été certainement très considérable, mais tout à fait différent du mien, car il s'agissait pour lui de l'animation du parti. Je n'étais pas davantage dans la dépendance de l'Abwehr de l'amiral Canaris. En fait, nos services étaient si différents, si séparés, qu'il leur arrivait de se sentir antinomiques ou adversaires. Je n'étais pas non plus sous la coupe du ministère des Affaires étrangères. S'il y eût des heurts entre la Wilhelmstrasse et un service parent du mien, ce fut surtout avec l'Abwehr d'une part, et avec le ministère de la Propagande de l'autre : vous n'ignorez sans doute pas que M. de Ribbentrop et le Dr. Goebbels ne s'aimaient pas et que tous les deux se méfiaient exceptionnellement de l'amiral Canaris* »³¹.

A la veille de la guerre, le service de von Wedel est donc en place à l'OKW. Des officiers de propagande sont affectés à tous les commandements importants - opérationnels ou territoriaux - des trois armes : « *J'avais...sous mes ordres directs, une fondation que je puis revendiquer comme une œuvre personnelle, celle des "Propaganda-Kompagnie" (P.K.)... Cette innovation...consistait en la réunion d'un certain nombre de militaires professionnellement spécialisés à titre civil dans une forme de l'information, dont la*

psychologique : les unités de propagande de la Wehrmacht », *Revue historique des armées*, n°1/1980, p. 111-130.

31 Entretien du général Hasso von Wedel avec M. Jaeger, directeur de l'Institut Européen de Strasbourg, rapporté par ce dernier dans une conférence prononcée le 18 avril 1955 à l'Institut des

tâche était de servir, dans un horizon déterminé les intérêts des forces armées. L'effectif d'une compagnie de propagande était d'environ 250 hommes... techniciens de la propagande... journalistes,... reporters, photographes,... cinéastes, radios, toutes les spécialités concevables pour suivre l'évolution d'une très grande unité, à l'échelon d'armée, pour documenter le public du monde entier sur la vie des troupes en opérations et aussi pour donner au soldat, singulièrement à celui du front, le sentiment que le III^e Reich s'intéressait à lui »³². Au début des hostilités, il existe sept unités de type P.K. pour l'armée de Terre, quatre dans la Luftwaffe et deux dans la Kriegsmarine. Si, dans la Marine et l'aviation, ces unités se composent uniquement de reporters, il n'en est pas de même dans l'armée de Terre. Dans celle-ci, les P.K., grâce à une section de propagande active, peuvent mener des opérations psychologiques contre l'ennemi et agir sur les populations. Elles disposent à cet effet de haut-parleurs, de tracts, mais aussi de films. Toutefois, cet aspect reste relativement limité, surtout au début du conflit : « *Quand on lit les comptes rendus de l'OKW/WPr du début de la guerre, on est frappé par l'étendue de la propagande faite en Allemagne pour défendre et immuniser le pays. On y parle constamment de la lutte contre la propagande ennemie dans les rapports qui parurent sous le titre de Gegenwirkung. Face à ce flot, la propagande pour influencer l'ennemi fut presque nulle... C'est seulement au cours de la guerre que la propagande active prit de l'importance comme moyen de combat auprès des troupes ennemies et auprès des populations des territoires occupés* »³³.

En 1943, date à laquelle l'organisation est la plus structurée, le service de von Wedel se compose de quatre sections chargées de : « *La direction et l'action sur les armées en opération et les territoires occupés ; l'action sur l'intérieur - troupes et moyens d'expression ; la censure militaire ; la propagande de combat et la défense contre la propagande ennemie* »³⁴.

Opérations de guerre psychologique

D'emblée, il convient de distinguer la guerre psychologique menée à l'Ouest de celle de l'Est. Sur le plan stratégique, la propagande est orchestrée par Goebbels

Hautes Etudes de Défense Nationale, archives du Centre de documentation de l'IHEDN, 13 juillet 1955, 7e session, n°695/DE, fiche n° 446, p. 13.

32 *Idem*, p. 13-14.

33 Volker R. Berghahn, *op. cit.*, p. 59, 62.

34 Jean Defrasne, art. cit., *Revue historique des armées*, n°1/80, p. 115.

qui coordonne tous les moyens d'expression. Sur le plan tactique, les menées psychologiques allemandes sont, à proprement parlé, multiformes ; on voit même des équipes spéciales traverser le Rhin en barque pour aller livrer à domicile aux soldats français les discours du Führer. En novembre 1939, passant la nuit en première ligne, l'écrivain Roland Dorgelès est réveillé par une voix monstrueuse qui, par haut-parleur, crie : « Français, sortez de vos trous ! », puis, raconte Dorgelès, « l'orateur allemand emplît la vallée de son prêche hurlant : "ne transformez pas la France en champ de bataille ! Vous avez froid aux pieds dans cette boue!... Maintenant, camarades français, pour vous remercier de votre attention, nous allons vous faire entendre quelques morceaux que vous aimez bien" Ebahis, nos soldats écoutèrent alors Tino Rossi, puis Lucienne Boyer qui leur parla d'amour !... Un matin, on vit sur les toits de Habkirchen, sur l'autre rive de la Blies, une large banderole sur laquelle on lisait : la France aux Français ! »³⁵. Parallèlement, les services de l'Abwehr de l'amiral Canaris, auxiliaires directs du Haut-Commandement allemand, assument des missions au bénéfice de la Wehrmacht. Ses commandos spéciaux (*Sonderkommandos*), infiltrés dans le dispositif adverse, renseignent, neutralisent, sabotent, répandent la terreur, contribuant pour une large part au succès militaires du Reich. Ainsi, dans la nuit du 9 au 10 mai 1940, des unités de l'Abwehr, en civil, violent les frontières luxembourgeoises, belges et hollandaises, observant, renseignant et occupant les points stratégiques. A l'aube, la Wehrmacht fonce en direction des trois pays, tandis qu'avions et planeurs larguent parachutistes et commandos, ainsi que des mannequins. Une psychose de peur s'empare des populations, gagne les troupes et finit par tourner à l'obsession quand les unités de la Wehrmacht s'enfoncent en France. Exploitant le désarroi des esprits, la radio allemande accélère l'effet de panique, accreditant les bruits de complots et de trahisons et abuse sans vergogne du mythe terrifiant de la « Cinquième colonne ». En quelques semaines, la bataille de France est perdue. Dans cette tragédie, nombre de témoins voient l'œuvre maléfique de cette « Cinquième colonne ».

C'est dans un second temps que les P.K. de la Wehrmacht interviennent. Leurs moyens sont alors limités : panneaux, ballons et haut-parleurs. Leurs thèmes s'organisent essentiellement autour de la paix et de l'antagonisme franco-

35 Cité par Adolphe Goutard, « Rien à signaler sur l'ensemble du front », *Historia spécial*, n°3, janvier-

britannique. Ainsi, l'historien allemand Walter Görlitz souligne : « *On avait créé des unités de propagande pour saper le moral des Français. Cette forme de guerre était issue d'une idée chère à Hitler. C'était son enfant spirituel et personnel. Nos avions lançaient sur les lignes françaises des tracts reproduisant le discours de Molotov du 31 octobre qui rejetait la responsabilité de la guerre sur les Britanniques et les capitalistes. Un flot de journaux, tracts, lettres, papillons était déversé sur les soldats français, demandant si cela valait la peine de mourir pour Dantzig* »³⁶. Si nous prenons l'exemple de la 666^e P.K. engagée dans la campagne de mai-juin 1940, notons que cette unité s'emploie à stabiliser les populations civiles sur un itinéraire longeant les Ardennes belges et françaises (Bitburg-Bastogne-Neufchâteau-Bouillon-Sedan-Mézières-Hirson), afin de dégager les itinéraires pour le passage des troupes allemandes. Cette activité est par ailleurs en totale contradiction avec la propagande menée par l'Abwehr.

C'est sans aucun doute dans cette antinomie entre les actions des différents services de propagande parallèle que réside la principale faille du système de guerre psychologique menée par l'Allemagne. La propagande dirigée vers l'Est à partir de juin 1941 en est l'exemple le plus flagrant. En effet, dès avant la mise en œuvre du Plan Barbarossa, un énorme flot de propagande est conçu par la section orientale du ministère de la Propagande, *Vineta*, dirigée par le Dr Taubert. Cette dernière n'est en fait que la résurgence, en temps de guerre, de l'organisation « Antikomintern », mise en sommeil au moment du Pacte germano-soviétique. *Vineta* fonctionne essentiellement comme service de traduction et se subdivise en autant de sections que de nationalités en Union Soviétique. Le « matériel psychologique » qu'elle élabore est déversé tant par la Wehrmacht (P.K.) que par les administrations régionales (*Reichskommissare*) qui prennent la relève. A côté de ces actions, l'Abwehr poursuit ses opérations classiques de consolidation et de sabotage derrière les lignes ennemies.

Il apparaît de façon indiscutable que le premier contact de certaines populations soviétiques, comme les Ukrainiens ou les Baltes, avec la Wehrmacht est des plus encourageant. Les Allemands sont accueillis en libérateurs et des redditions massives semblent à la veille d'entraîner une décomposition de l'Armée rouge. Le Dr

février 1990, p. 86.

Bräutigam, directeur adjoint du département politique du ministère des Pays de l'Est note ainsi : « A notre entrée en territoire soviétique, nous avons trouvé une population lasse du bolchevisme, attendant désespérément les nouvelles formules qui lui apporteraient l'espoir d'un avenir meilleur pour elle... La population nous a accueillis avec joie, comme des libérateurs, et elle s'est mise à notre disposition »³⁷. Les directives pour la propagande à l'Est, élaborées par Keitel avant même le déclenchement des opérations, soulignaient, du reste, l'importance de la « mission libératrice » du nazisme : « Les adversaires de l'Allemagne ne sont pas les peuples de l'Union soviétique, mais uniquement le gouvernement soviétique judéo-bolchevique, avec ses fonctionnaires et le Parti qui travaille à la révolution mondiale. La Wehrmacht ne vient pas en ennemie, compte tenu du despotisme exercé sur la population, qu'elle veut plutôt délivrer de la tyrannie des Soviets. Des tendances visant à l'écroulement de la domination soviétique dans certains états particuliers ne doivent pas encore être utilisées »³⁸. Ces vues reflètent à coup sûr les tendances des services de propagande de la Wehrmacht, ainsi que celles de nombreux chefs de bureaux de l'armée convaincus de la nécessité d'une politique de collaboration ; le lieutenant-colonel Gehlen de l'OKH suggère même d'armer 200 000 volontaires russes désirant combattre aux côtés de l'armée allemande. Rosenberg, balte d'origine, « chargé du travail de centralisation pour la question de l'espace est-européen », mise, lui aussi, sur les séparatismes. Conscient qu'il existe de profondes différences raciales et culturelles entre les peuples de l'URSS et des mécontentements avivés par la politique intégratrice des bolcheviques, Rosenberg suggère d'isoler les Russes par un glacis de nations non russes (Ukraine, Pays baltes, Etats caucasiens). Ces dernières seraient alors dotées de structures étatiques et gouvernementales étroitement contrôlées par l'Allemagne. Néanmoins, si ces conceptions ne semblent pas s'opposer fondamentalement aux idées exprimées par Hitler dans sa proclamation au peuple allemand du 22 juin 1941³⁹, elles n'en demeurent pas moins contraires à la doctrine

36 *Idem.*

37 Note secrète du Dr Bräutigam à son ministre, Alfred Rosenberg citée par Roger Gheysens et Jacques de Launay, *op. cit.*, p. 174.

38 Cité par Jean Defrasne, art. cit., *Revue d'histoire de la Deuxième Guerre mondiale*, n°71, juillet 1968, p. 40.

39 Hitler insiste, dans ce discours, sur la défense de l'Europe contre le Bolchevisme.

nazie de l'*Untermensch* (sous-homme)⁴⁰, lancée par Goebbels et approuvée par des hommes aussi influents que Bormann, Himmler et Gœring. C'est ainsi que très rapidement les prisonniers de guerre russes sont maltraités⁴¹, les *Reichs-Kommissare* (aux mains de Himmler) exerçant leur action punitive, braquent les populations et provoquent la création de maquis.

Pourtant, dès la fin de la campagne d'automne 1941, les services de propagande de la Wehrmacht, dirigés par von Wedel et Blau évaluent assez justement tout le profit qu'ils peuvent recueillir de l'utilisation des transfuges soviétiques et tentent de réagir en préconisant une politique psychologique de la « main tendue ». Renforcées de spécialistes de presse et de radio, les P.K. s'efforcent de maintenir ou de remettre au plus vite en action les émetteurs radios et d'assurer la parution, sous censure allemande, de quelques journaux importants. Dès 1941, le lieutenant général von Schenkendorff, commandant les arrières du groupe d'armées Centre, lève sept bataillons armés, formés d'anciens prisonniers de guerre soviétiques, tandis que près de 200 000 volontaires auxiliaires sont recrutés dans les différents groupes d'armées. Ils ne portent pas les armes, mais servent sous uniforme allemand dans toutes les tâches de servitude des unités. A l'automne 1942, alors que les revers allemands se multiplient, une autre expérience est envisagée : celle de créer de toute pièce un véritable mouvement politique national antisoviétique, destiné à regrouper les transfuges décidés à combattre le régime stalinien. Un ancien brillant officier général de l'armée russe, Vlassov, tombé entre les mains des services de propagande de la Wehrmacht, est rapidement pressenti pour en prendre la tête. Ce dernier est assuré du soutien de Wedel, qui voit en lui un puissant instrument de propagande. Des tracts incitant les soldats soviétiques à déposer les armes sont déversés par avion sur les zones de rassemblement et les colonnes de l'Armée rouge : « *Les armées allemandes ont reçu l'ordre de chasser les communistes qui torturent et exploitent les peuples de l'URSS. Ils ont fait de vous les esclaves de Staline et de ses communistes juifs. Officiers et soldats de l'Armée rouge, tournez vos armes et vos baïonnettes contre ce pouvoir et vous libérerez le monde des ennemis de l'humanité - Hitler a chassé les*

40 Doctrine qui considère le Russe à la fois comme un slave et comme un communiste, issu d'un « *peuple né pour le joug* » et qui n'envisage aucune collaboration dans les régions occupées.

41 Sur 5 millions, 3 millions moururent.

parasites de son pays. Suivez son exemple ! Au diable les juifs et les communistes. Nous irons ensemble à Moscou et à Kiev. Par nos efforts communs, nous allons libérer tous les peuples de l'URSS du joug communiste et des juifs maudits »⁴². Dans certains cas, Vlassov participe lui-même à la rédaction de ces tracts, corrigeant les formulations maladroitement des services allemands. Ainsi Wedel rapporte que ces derniers « ont eu l'idée, vers 1942, de faire jeter par avions, mortiers ou moyens directs, dans les lignes russes, des "Reisepässe" (promesses de bon accueil)...incitant les déserteurs à se présenter à nos avant-postes en brandissant ce papier, qui garantissait au porteur vie sauve et traitement préférentiel. Une première expérience fut désastreuse...J'en ai parlé...au général Vlassov. Il m'a demandé le papier, l'a lu et a ri. Il m'a dit : "rien d'étonnant à votre échec. Votre papier est réalisé par des intellectuels à cerveau germanique pour agir sur des Russes primaires à cerveau soviétisé !" Il s'assit à une table et deux minutes plus tard me remit sa propre version du même pamphlet. Je le fis tirer aussitôt et le résultat ne tarda pas...Du jour au lendemain, la situation était transformée. L'opération devenait payante »⁴³.

En décembre 1942, Vlassov, en liaison avec les services de la Wehrmacht, se lance dans la publication d'un projet beaucoup plus ambitieux, la « proclamation de Smolensk ». Pour la première fois, sont proposés aux populations des buts politiques précis : l'anéantissement du stalinisme ; la conclusion d'une paix honorable avec l'Allemagne ; la création d'une nouvelle Russie. Hitler, fortement influencé par Himmler, continue pourtant de se méfier de Vlassov et des Russes ralliés aux Allemands, qu'il considère comme de simples mercenaires. En juin 1943, il déclare que « l'armée russe sous contrôle allemand ne doit être qu'un fantôme »⁴⁴, lui interdit toute activité politique et refuse toute promesse sur le statut futur de l'URSS. Dans ces conditions, les opposants au régime stalinien se découragent rapidement d'autant plus que des rumeurs concernant l'attitude des Allemands vis-à-vis des prisonniers ou des habitants des territoires envahis font comprendre à la population qu'elle n'a rien à attendre de l'envahisseur⁴⁵. Le 14 septembre 1943, Hitler ordonne la dissolution de toutes les unités russes. Himmler suggère et obtient le transfert de ces

42 Cité par Philippe Masson, *Une guerre totale 1939-1945*, Paris, 1993, Hachette Pluriel, p. 452.

43 Entretien du général Hasso von Wedel avec M. Jaeger, *op. cit.*, IHEDN, p. 17.

44 Cité par Jean Defrasne, art. cit., *Revue d'histoire de la Deuxième Guerre mondiale*, n°71, juillet 1968, p. 44.

unités à l'Ouest, où elles combattent en Italie et en Normandie. A partir de cette date, pourtant, les Allemands, devant faire face à un cruel déficit en main-d'œuvre et auxiliaires, entreprennent d'améliorer le traitement des prisonniers. Himmler lui-même change de tactique et décide de relancer Vlassov en créant, en novembre 1944, un « Comité de libération des peuples de Russie » (K.O.N.R.), amorce d'un futur gouvernement pan-russe. Ces décisions se révèlent néanmoins trop tardives pour inverser le cours des événements. Vlassov est arrêté par les Soviétiques le 11 mai 1945 et pendu l'année suivante⁴⁶.

Le général Eric von Manstein, dans ses *Mémoires*, souligne parfaitement les contradictions entre les buts visés et les moyens appliqués par Hitler dans la guerre à l'Est, contradictions qui expliquent la faillite de la guerre psychologique allemande en URSS : « (Hitler) *partit de l'hypothèse qu'il pouvait vaincre militairement la Russie en une seule campagne. Pour cela, si c'était possible, il aurait fallu provoquer simultanément l'écroulement du régime par l'intérieur. Or la politique que Hitler fit suivre dans les régions occupées à l'Est par ses Reichskommissäre et le SD - contrairement aux aspirations des autorités militaires - ne pouvait avoir qu'un effet contraire. Alors qu'il désirait détruire rapidement la puissance soviétique, il agissait, dans le domaine politique, d'une façon diamétralement opposée à sa stratégie. Dans d'autres guerres, des divergences d'objectif se sont fréquemment manifestées entre la direction politique et le commandement militaire mais, dans ce cas particulier, l'un et l'autre se trouvaient réunis entre les mains de Hitler ; il en résulta pourtant que sa politique orientale s'exerça exactement en sens inverse des nécessités de sa stratégie ; ainsi disparut l'unique chance de remporter une victoire rapide qui existât peut-être* »⁴⁷.

Défaite militaire et défaite psychologique

Force est de constater que « *la courbe rentrante de la défaite militaire précède celle de la défaite psychologique* ». Cet état de fait s'explique par la conjonction de différents facteurs qui se mettent en place à partir de 1943. A cette date, le moral de l'armée est

45 Dès le début de 1944, certains nationalistes ukrainiens sont devenus aussi anti-allemands qu'ils restent anti-russes.

46 Voir : André Junin, « La défaite psychologique allemande sur le front de l'Est vue à travers le mouvement Vlassov (1942-1945) », *Revue d'histoire de la Deuxième Guerre mondiale*, n°46, avril 1962, p. 1-12.

repris en main par un *Nazional Sozialist Führung Stab* (NSFS) qui dispose d'un vaste réseau d'« officiers de confiance » placés au sein des unités. Remplaçant peu à peu la *Wehrmacht Propaganda* de von Wedel, le NSFS s'attache à promouvoir une propagande immunisante fondée sur un méthodique endoctrinement idéologique : « Face aux revers, la conception s'imposa que la prise en charge de l'armée pratiquée jusqu'à présent ne suffisait plus à la mobilisation de la force combattive et à "la vaccination préventive" ...D'après la conception de Hitler et de ses confidents, la réalisation de ce but était un devoir trop important pour être laissé aux mains de Wedel et des compagnies de propagande auprès des commandos du front. Ainsi, sur la voie vers une direction national-socialiste, un nouveau dispositif fut mis en place grâce auquel la troupe devait être immunisée »⁴⁸. Parallèlement, les dirigeants nazis déploient des efforts frénétiques de propagande pour contrôler les pensées, élément d'importance capitale pour la manipulation des masses. Goebbels, en particulier, voit son influence s'accroître à partir de 1944 et réussit à mettre en place une propagande moins optimiste, dirigée vers l'intérieur : « Lors de l'offensive soviétique de Russie blanche en juin-juillet 1944, les communiqués de l'OKH ne cachent pas l'aspect critique de la situation et soulignent que "des combats violents se livrent par une chaleur accablante avec des pertes sanglantes de part et d'autre" ...Au lendemain du raid de terreur de Dresde, Goebbels n'hésite pas à gonfler le nombre de victimes et parle de 250 000 morts et disparus. Dans un cas comme dans l'autre, l'objectif recherché est le même : provoquer un sursaut, un élan national, jouer des ressorts les plus profonds de la dignité et du patriotisme, voire de la haine »⁴⁹. Nommé délégué aux Secteurs bombardés, puis, le 1^{er} avril, maire de Berlin, il acquiert une certaine popularité en se penchant sur le sort des populations sinistrées. Le 25 juillet, il est enfin désigné responsable général pour la direction de la guerre totale. Il multiplie alors les mesures touchant au travail des femmes, à la durée du travail, à l'austérité, à l'égalité en matière de sacrifices. Nanti depuis le 10 septembre d'un droit de regard sur la Wehrmacht, il traque les embusqués et va jusqu'à former des bataillons de valétudinaires. Il continue dès lors de faire appel au fanatisme et d'intensifier le culte du Führer.

47 Cité par Raymond Aron, *Penser la guerre, Clausewitz*, tome 2, Paris, 1976, Gallimard, p. 85.

48 Volker R. Berghahn, *op. cit.*, p. 66.

49 Philippe Masson, *op. cit.*, p. 543-544.

Début 1945, le moral du peuple allemand - les « rapports d'activité » du ministère de la Propagande destinés à rendre compte du sentiment de l'opinion suffisent à le montrer - est au plus bas⁵⁰. Contraint d'agir dans l'improvisation et la désorganisation la plus totale, Goebbels prône une « campagne de propagande chuchotée » (diffusion des rumeurs les plus folles par le bouche à oreille), n'hésitant pas à utiliser les soldats de l'OKW pour « tirer le meilleur parti du respect que portait (la population) à l'uniforme » : « Leurs méthodes étaient simples. Agissant par groupes de deux, l'un habillé en civil, l'autre portant l'uniforme militaire, ils allaient dans les secteurs où les foules se rassemblaient, dans les tramways et les métropolitains, les places publiques et les abris souterrains. Feignant de ne point se connaître, les propagandistes engageaient une conversation entre eux ou contraignaient le défaitisme des tierces personnes »⁵¹. A partir du mois de février les campagnes de propagande varient au gré des événements militaires et des prises de position politiques alliées. L'accent est alors mis de façon très nette sur la défense de l'Europe, les divisions alliées, et, surtout, les atrocités commises par l'Armée rouge. Les affirmations de la propagande à ce sujet - récits effrayants de meurtres, viols et pillages - gagnent en crédibilité après le franchissement des frontières allemandes par les Soviétiques et contribuent à la résistance fanatique des derniers mois. Jay W. Baird souligne à ce propos que « les Soviétiques et leurs alliés occidentaux rencontrèrent une résistance toujours plus forte de la part des Allemands en 1945, phénomène dû en bonne partie à l'appareil de propagande de Goebbels »⁵². Ce dernier réussit ainsi à rendre le peuple allemand, jusqu'à un certain point, inaccessible à la propagande adverse, en maintenant la cohésion des groupes élémentaires. Dès lors que les besoins psychologiques et affectifs de l'individu sont satisfaits, le combattant est immunisé contre la « contamination psychologique » de l'adversaire. Telle est la conclusion à laquelle sont parvenus les chercheurs américains Edward A. Shils et Morris Janowitz dans leur étude sur la « cohésion et désintégration de la Wehrmacht pendant la Deuxième Guerre mondiale »⁵³.

50 Voir : Jay W. Baird, « La campagne de propagande nazie en 1945 », *Revue d'histoire de la Deuxième Guerre mondiale*, n°75, juillet 1969, p. 74.

51 *Idem*, p. 76.

52 *Ibidem*, p. 91.

53 Edward A. Shils et Morris Janowitz, « Cohesion and Disintegration in the Wehrmacht During World War II », *Public Opinion Quarterly*, n°12, 1948, p. 300-315. A la faveur d'interrogatoires de prisonniers, les Anglo-Américains ont été frappés par l'extraordinaire solidité des cellules de base,

La guerre psychologique alliée en Europe : de la défensive à l'offensive

Le "Political Warfare" britannique

De par sa tradition stratégique fondée, pour une grande part, sur le mode indirect, la Grande-Bretagne est sans doute plus coutumière que les autres belligérants de la Seconde Guerre mondiale de l'emploi des facteurs psychologiques dans la guerre. Elle bénéficie en outre d'une solide expérience acquise au cours de la Grande guerre, où elle n'avait pas hésité, dès 1915, à créer un premier Bureau officiel de Propagande de Guerre, connu sous le nom de *Wellington House* et dirigé par Charles Masterman. A ce service avait succédé, au début de l'année 1918, un Quartier général de la propagande chez l'ennemi, situé à *Crewe House* et placé sous la férule de lord Northcliffe et de l'écrivain H.-G. Wells⁵⁴. Le retour à la paix sonne cependant le glas de cette organisation et ce n'est qu'au lendemain des accords de Munich, en décembre 1938, que se met en place un ministère de l'Information (*Ministry of Information* ou MOI) qui supervise les émissions radio de la BBC.

Au mois d'août 1939, enfin, un département secret de guerre politique, baptisé E.H. - des initiales de son lieu de résidence, *Electra House* -, est mis sur pied par un ancien membre de *Crewe House*, canadien d'origine, Colin Campbell Stuart. C'est à cet organisme qu'est confié, en étroite collaboration avec des représentants français du Secrétariat général de la Défense nationale⁵⁵, la rédaction des tracts largués par ballonets ou par avions au-dessus de l'Allemagne au cours de la « drôle de guerre ». Cette action de propagande est, cependant, rapidement l'objet de vives critiques de la part d'un certain nombre de parlementaires britanniques, mais surtout de

section, compagnie, par la qualité de l'encadrement, officiers subalternes, sous-officiers, par la camaraderie qui n'a cessé d'unir les hommes entre eux et par la capacité assez étonnante d'absorption de ces cellules à l'égard des nouveaux venus arrivés en renfort. Cf. Philippe Masson, *op. cit.*, p.447. Cette thèse des « groupes primaires » a été récemment contestée par l'historien Omer Bartov (*Hitler's Army*, Oxford, 1991, Oxford University Press) qui considère que la guerre à l'Est aurait constitué le moteur principal et le maintien de l'ardeur combative du soldat allemand. En fait, comme le souligne Philippe Masson (*L'homme en guerre*, Paris, 1997, Editions du Rocher, p. 216), « L'ampleur des pertes n'a pas entraîné obligatoirement la disparition des groupes primaires...Si la thèse de Bartov justifie la résistance acharnée à l'Est..., elle n'explique pas la combativité, la force de conviction de la Wehrmacht à l'Ouest ».

⁵⁴ Cf. Paul Villatoux, *L'arme psychologique - Module historique*, partie 2, *Aux origines de l'arme psychologique*, DGA, 1996, 101 p.

journalistes, qui n'hésitent pas à publier le texte de certains tracts et à s'élever contre ces « *pratiques enfantines* » assimilées à des « *lancer de confettis* »⁵⁶. Dès la fin de l'année 1939, le War Cabinet décide, en conséquence, de classer « secret » tous les tracts en prenant pour argument que leur divulgation risquait de ruiner les efforts de propagande britanniques.

La défaite de la France, en juin 1940, bouleverse fondamentalement cette première tentative d'organisation de la guerre psychologique et, dépassant le cadre limité d'une simple défaite militaire, provoque un choc moral extrêmement profond en Grande-Bretagne. « *Pendant ces jours de l'été de 1940 qui suivirent la chute de la France, nous nous trouvâmes absolument seuls. Ni les Dominions britanniques, ni l'Inde, ni les colonies n'étaient en mesure de nous envoyer une aide décisive, ou même de nous faire parvenir à temps ce dont ils pouvaient disposer. Innombrables et victorieuses, les armées allemandes parfaitement équipées, avec derrière elles les larges réserves d'armes et de matériel pris aux vaincus, se concentraient pour porter le coup final* »⁵⁷. Tel est le bilan peu optimiste que dresse de l'Angleterre son premier ministre Winston Churchill. Désarmée face à une Allemagne toute puissante, l'Angleterre n'a d'autre choix que d'essayer de survivre aux coups de l'ennemi, sans pouvoir les lui rendre. Sa première victoire ne peut être que d'ordre moral.

Au pouvoir depuis le mois de mai 1940, Churchill sait trouver les mots justes pour rallier autour de lui le peuple britannique, qu'il galvanise par son énergie⁵⁸. N'ayant rien d'autre à offrir que « *du sang, du labeur, de la sueur et des larmes* », il est suivi par l'opinion toute entière, unie dans le calme et la résolution. C'est un fait que la conviction profonde que l'Angleterre ne lutte pas seulement pour elle-même, mais pour la liberté du monde, bénéficie d'un large consensus. Peu de voix discordantes : ici ou là, des minorités infimes, communistes, fascistes ou pacifistes. François Bédarida souligne que « *dès le début des hostilités..., les observateurs notent qu'un peu partout dans les lieux publics, les autobus, les trains, les gens, y compris les plus respectables,*

⁵⁵ Cf. les procès-verbaux des réunions du « Comité franco-britannique de la propagande » siégeant à Paris, à l'hôtel des Invalides, au cours de l'été 1939, SHAA, K 18 566.

⁵⁶ Lee Richards, *A message from Great Britain. British propaganda to Germany, 1939-1940*, s.d., dactyl.

⁵⁷ Cité par Patrick Facon, *La bataille d'Angleterre*, Paris, 1992, Economica, p. 19.

⁵⁸ François Géré (*La guerre psychologique*, op. cit., p. 20) souligne à quel point « *Churchill sut faire de sa propre personne une authentique machine d'action psychologique* ».

se mettent à parler entre eux sans même se connaître. C'est que chez tous domine la conscience d'une communauté de destin »⁵⁹. Cet état d'esprit est soutenu par un ministère de l'Information (MOI), créé au début du conflit. Au printemps 1940, le MOI se dote d'un bureau secret chargé de sonder l'opinion à propos des décisions ministérielles, le *Wartime Social Survey* (WSS).

Le 19 juillet 1940 enfin, est mis en place un Service des opérations spéciales (*Special Operations Executive* ou SOE) chargé - suivant l'expression de Churchill - de « mettre le feu à l'Europe »⁶⁰, c'est-à-dire d'exécuter des programmes de sabotage industriel, économique et militaire, de guérilla et de subversion dans les territoires occupés. Cette nouvelle structure, qui a aussi pour ambition de réunir un ensemble d'organes disparates sous la direction du ministère de la guerre économique⁶¹, est divisée en deux grandes Sections⁶² : le SO1, plus spécifiquement chargé de la propagande, et le SO2, qui reçoit pour mission de lutter, dans les pays occupés, par le sabotage industriel, économique et militaire, par la guérilla et la subversion. En septembre 1941 enfin, à la suite de différents conflits ayant opposés le SO1 et le MOI pour le contrôle de la propagande extérieure, un organisme autonome de guerre psychologique, le *Political Warfare Executive* (PWE) est constitué. Ce dernier, né de la fusion du SO1 et des sections de lutte contre le moral ennemi du MOI, et composé des représentants de tous les ministères concernés par la propagande de guerre - Foreign Office, Ministry of Economic Warfare, War Office, Admiralty, Air Ministry... - est chargé à la fois de définir la politique de toute la propagande externe de la Grande-Bretagne et « de porter un coup décisif au cœur du moral ennemi » en usant de tous les moyens disponibles. Ceux-ci, essentiellement les tracts et la radio, doivent être coordonnés en fonction des informations recueillies par le *Political Information Department* (PID). A l'origine, le PWE est installé à 50 km de Londres, à Woburn Abbey. Mais à la suite de différents conflits de personnalités entre le PWE et la BBC

59 François Bédarida, *La société anglaise 1851-1975*, Paris, 1976, Arthaud, p. 216. Voir également : *La société anglaise en guerre, septembre 1939-août 1945*, Rouen, 1997, Presses Universitaires de Rouen, 260 p.

60 Cité par Philip M. Taylor, *Munitions of the mind. A history of propaganda from the ancient world to the present day*, Manchester, New York, 1995, Manchester University Press, p. 224.

61 Ministère qui dirigeait l'économie de guerre.

62 Une troisième section, baptisée SO3 et destinée à la « planification », fut rapidement intégré au sein du SO1.

d'une part, et le *MOI* d'autre part, son siège est transféré à Londres même. Le *PWE* est, par ailleurs, chargé de conduire deux types de propagandes.

- La propagande officielle (propagande « blanche » c'est-à-dire émanant ouvertement d'une source ennemie) est délivrée soit par la BBC, dont les émissions sont supervisées et contrôlées par le *PWE*, soit par des tracts, lâchés par les bombardiers de la RAF. Elle doit, pour être crédible, s'appuyer sur des faits objectifs et jouer la carte du réalisme et de la véracité : « *si l'art de la propagande est de dissimuler que vous faites de la propagande, alors le noyau central de la propagande doit être constitué par des informations sérieuses et exactes... Votre première tâche est d'établir la crédibilité et l'authenticité de votre propagande et de persuader l'ennemi de vous faire confiance bien que vous soyez son ennemi.* »⁶³ Le *PWE* réalise à cet effet deux sortes de tracts : les « *timeless* » (éternels), à but plutôt stratégique, dont la distribution s'étale sur une longue période, et les « *ad hoc* », à but tactique, destinés à fournir des résultats immédiats.⁶⁴ Toutefois, la BBC reste l'arme maîtresse de cette lutte des esprits. Ses installations sont dispersées à travers le pays pour les protéger de la subversion ennemie. Chaque matin, les bulletins de nouvelles destinés à faire le point sur la guerre sont rédigés par des responsables de l'Amirauté, de l'Armée et de la RAF. La BBC emploie par ailleurs des équipes de radio-reporters présents sur tous les fronts, au prix de pertes sévères, afin de rendre plus vivantes les nombreuses émissions en direct. Celles-ci consacrent une grande part aux alliés combattants, Tchèques, Polonais et Français. Des haut-parleurs sont installés partout, sur le front comme dans le monde du travail. La propagande de guerre touche ainsi tous les citoyens et leur donne l'image d'une guerre totale et d'une nation où chacun est à son poste. Les émissions de la BBC deviennent très vite populaires dans l'Europe occupée comme en Belgique, France, Norvège ou Hollande. Dans d'autres pays, comme la Pologne ou la Tchécoslovaquie, où l'écoute est beaucoup plus dangereuse, les nouvelles de la BBC parviennent à être connues par d'autres voies, comme celle des tracts imprimés

63 Richard Crossman, Conférence sur la guerre psychologique du 20 février 1952, archives IHEDN, 4e session, 1952, fiche n°207, p. 11.

64 Notons à cet égard le peu d'entrain des aviateurs pour les lâchés de tracts. Ainsi, l'ancien chef du *Bomber Command*, Harris dira à ce propos : « *mon point de vue est que le seul résultat que nous ayons obtenu a été de fournir le continent en papier hygiénique pour le reste de la guerre* ». Cité par Jacques Mordal, « A l'assaut de la Pologne », *Historia spécial*, n°3, janvier-février 1990, p. 19-20.

par les réseaux clandestins. Très vite, d'ailleurs, la BBC émet en morse des programmes spéciaux d'informations destinés à ces réseaux. Les programmes émis en direction de l'Allemagne sont réalisés par un service spécial. La propagande y est plus virulente qu'ailleurs. Toutefois, le public allemand recherche avant tout des informations que les Britanniques se chargent de leur transmettre : noms des prisonniers allemands faits par les Alliés, liste des survivants de la guerre sous-marine, etc... Une des preuves de l'efficacité de la BBC se mesure avec les campagnes lancées dès 1941, comme celle du « V comme Victoire ». C'est en février 1941 que le speaker belge de la BBC, Victor de Laveleye, décide d'inviter tous les Européens à écrire la marque V sur toutes les surfaces planes. La réussite de cette campagne, martelée à la BBC par les premières notes de la V^e Symphonie de Beethoven, est totale et, très vite, les murs des villes du Nord de l'Europe se couvrent de « V » marqués à la craie et narguant les occupants. D'une façon générale - et c'est ce qui fait toute son originalité et tout son succès - la BBC a pour principe de prendre le contre-pied de Goebbels en contrant l'intoxication des émissions allemandes par des informations objectives : *« elle cherchait l'efficacité dans "une franchise sans réserve". Elle essayait, en règle générale, de s'adresser à la raison, à l'esprit critique de ses auditeurs, et non à leurs instincts ; elle utilisait largement l'ironie, la chanson, l'humour, et rarement l'injure ou l'altération des faits ; plus exactement, elle les réservait à quelques cibles de choix comme Hitler, Himmler ou Goering. »*⁶⁵ Néanmoins, son degré de pénétration est extrêmement difficile - sinon impossible - à évaluer ; d'autant qu'aux limites imposées par la distance ou par le petit nombre de postes récepteurs, s'ajoutent les mesures prises par l'occupant pour gêner sa réception (primes aux dénonciateurs, sanctions pour les auditeurs, confiscations de postes, brouillages...). Un fait reste certain et témoigne de l'influence psychologique prise par la BBC au cours du conflit : à plusieurs reprises, Goebbels n'hésite pas à répondre en personne aux émissions de la BBC, dans son organe de presse *Das Reich*.

- La propagande dite « noire » (qui trompe l'adversaire sur son origine ou son appartenance) que le Politique ne peut en aucun cas cautionner. Pour mener à bien cette tâche, le *PWE* dispose de ses propres postes d'émission, connus sous le nom de

65 Henri Michel, *La guerre de l'ombre*, Paris, 1970, Grasset, p. 100.

« *Research Units* » (R.U.),⁶⁶ spécifiquement et exclusivement utilisés pour ce travail clandestin. Le maître absolu de ce type d'activités est sans conteste Sefton Delmer, un journaliste anglais né à Berlin et ayant pendant longtemps travaillé en Allemagne. Fin 1941, il cerne les limites de la propagande blanche ; celle-ci ne lui paraît pas avoir un impact suffisant : « *la BBC faisait des causeries contenant des informations et un journal parlé bien écrit et clair, à destination des auditeurs allemands, en langue allemande naturellement. Au cours de ces causeries et du journal parlé, on multipliait les discussions de l'idéologie nazie, on contestait les informations qu'ils donnaient, on affirmait par contre les valeurs des alliés.* » Il décide alors d'exposer un nouveau plan aux autorités, affirmant : « *je crois que nous devons expérimenter un nouveau type de radio noire sur les Allemands..., une radio qui saperait Hitler non en s'opposant à lui, mais en faisant semblant, au contraire, d'être tout à fait d'accord avec lui et avec sa guerre... Avec une plate-forme d'hyperpatriotisme, notre radio réussirait à faire avaler toutes sortes de rumeurs sous le couvert de clichés nationalistes et patriotiques... Parlons aux Allemands de leur Führer et de leur patrie et ainsi de suite, et en même temps injectons-leur dans l'esprit des nouvelles qui les fassent si possible réagir de façon préjudiciable à la bonne conduite de la guerre par Hitler.* » Autre nouveauté, les émissions ne doivent pas donner l'impression qu'elles s'adressent au public : « *je voulais faire croire aux auditeurs qu'ils surprenaient des émissions qui ne leur étaient pas destinées.*⁶⁷ En tournant les boutons de leur appareil, ils se trouvaient soudain mêlés à des signaux d'une organisation clandestine... Ces voix diffuseraient un tas d'informations confidentielles de la part d'un fidèle et loyal partisan de Hitler, méprisant la canaille qui gouvernait la patrie au nom du Führer. »⁶⁸ C'est ainsi que dès 1941, Delmer crée plusieurs stations de radio clandestines, censées être favorables au régime nazi. L'une d'elle s'annonce même comme une radio de l'armée allemande, émettant très officiellement « *de la musique et des bulletins d'information destinés à nos camarades de la Wehrmacht.* »⁶⁹ Son action se révèle si efficace que, après la guerre, il se trouve dans l'obligation d'écrire son livre *Black Boomerang* (*Opération radio-noire* en français) pour

66 Philip M. Taylor, *op. cit.*, p. 225. Le plus connu d'entre eux est « *Gustav Siegfried Eins* ».

67 Roger Mucchielli précise (*La subversion*, Paris, 1976, C.L.C., p. 32) : « *on sait depuis, par les expériences de laboratoire de psychologie sociale, que la crédibilité d'une information est accrue lorsque l'auditeur croit qu'elle ne lui est pas destinée et qu'il surprend des confidences entre tiers* ».

68 Sefton Delmer, *Opération radio-noire*, Paris, 1965, Flammarion, p. 75 et suivantes.

69 Cité par Vladimir Volkoff, *La désinformation, arme de guerre*, Paris, 1986, Julliard-L'Age d'homme, p. 11.

démentir certaines légendes qu'il avait créées et accréditées : « *la croyance générale, par exemple, qu'il y avait eu dans l'armée allemande une opposition interne active à Hitler était le résultat d'une rumeur implantée au début par la radio noire. C'est en entendant ses propres bobards affirmés comme des vérités au procès de Nuremberg, que Delmer se décida à publier son récit* »⁷⁰.

Ces différentes actions s'effectuent systématiquement en soutien des opérations militaires qu'elles préparent ou complètent. Cette organisation, dépendante, pour les consignes politiques, du seul *Foreign Office*, semble avoir fonctionné de manière à peu près cohérente jusqu'en 1944, date à laquelle la majeure partie du personnel du PWE est intégrée dans l'organisation alliée en vue du débarquement⁷¹.

L'organisation britannique de la guerre psychologique se met donc en place progressivement et conditionne jusqu'à un certain point les échecs comme les réussites des opérations de guerre psychologique élaborées par la suite. Elle reste foncièrement différente de l'organisation allemande qui fait de la « propagande » le centre de la guerre psychologique. Soulignons par ailleurs que, à l'inverse de Goebbels, qui doit passer de l'offensive à la défensive, les Britanniques n'ont eu qu'à amplifier leur propagande jusqu'à la fin de la guerre, en passant de la défensive à l'offensive : « *nous sommes passés...par trois stades : premièrement le stade défensif, à l'époque où nous n'avions pas grand chose à dire aux Allemands si ce n'est que nous n'allions pas capituler ; deuxièmement le stade offensif, quand nous eûmes une puissance militaire suffisante pour que nos paroles soient écoutées avec respect ; et troisièmement le stade d'occupation, lorsque la besogne militaire fut terminée et que commença la tâche politique* »⁷².

L'entrée en guerre de la « Psy War » américaine

⁷⁰ Roger Mucchielli, *op. cit.*, p. 32-33.

⁷¹ Ian Dear, *Sabotage and Subversion. The SOE and OSS at War*, Londres, 1999, Cassell Military Paperbacks, p. 10.

⁷² *Idem*, p. 2. L'auteur précise d'ailleurs à ce sujet (p. 16) : « *Nous avons eu la chance d'entreprendre notre guerre psychologique dans une période de terribles défaites. En 1940 et 1941, la seule chose que nous pouvions faire était de dire la vérité et nous avons trouvé créance en Allemagne en admettant nos défaites. Je puis vous assurer que, du point de vue de la guerre psychologique, une défaite est une excellente occasion, surtout si vous êtes habiles et si vous dites que votre défaite est pire qu'elle ne l'est en réalité* ».

Popularisateurs de l'expression « guerre psychologique » (*Psychological Warfare*), les Américains n'ont pourtant, en 1939, qu'une expérience limitée de cette forme de lutte. Au cours du premier conflit mondial, les États-Unis avaient certes mis sur pied un organe spécialisé de lutte contre le moral allemand, le *Committee on Public Information* (CPI), mais avaient rapidement procédé à la démobilisation de leurs équipes de propagandistes. Les années de l'entre-deux-guerres ont été marquées par un repli de la nation américaine sur elle-même. L'isolationnisme domine, tandis que la propagande, en particulier britannique, a mauvaise presse : « *Au cours des années 1930, la critique de la participation des États-Unis à la Première Guerre mondiale demeurait virulente, et le souhait de rester à l'écart d'une autre guerre éventuelle restait très fort...La crise économique de 1929 et la Dépression qui la suivit augmentèrent le besoin d'un repli du pays sur lui-même* »⁷³. Pourtant, le président Roosevelt ne reste pas indifférent à ce qui se passe en Allemagne et signale, dès janvier 1940, les dangers des menées subversives nazies aux États-Unis. Dans le même temps, les isolationnistes, sous la pression des événements, cèdent du terrain aux interventionnistes qui n'ont de cesse de lutter pour réhabiliter la propagande et alerter l'opinion sur la politique allemande.

La chute de la France provoque un choc considérable dans le pays et rend le conflit beaucoup plus proche pour les États-Unis. Dès l'été 1940, des voix - tant au sein du gouvernement que de l'Armée - s'élèvent pour réclamer la mise sur pied d'un organisme chargé d'assurer un programme de guerre psychologique américaine.

La mise en place des services de guerre psychologique américains

Il n'est pas inintéressant de constater que, à l'origine, la guerre psychologique prônée par les interventionnistes n'est conçue qu'à usage interne. Il s'agit d'infléchir l'opinion publique, le « *battlefront of the mind* » (le front psychologique) et, par ce biais, de lui faire accepter l'intervention américaine dans la guerre. Pour ce faire, des agences civiles, cautionnées par la Maison Blanche et chargées de la guerre psychologique, sont créées en 1940-1941 : l'*Office of Facts and Figures*, l'*Office of the*

⁷³ Jeanne Henriette Louis, *L'engrenage de la violence. La guerre psychologique aux États-Unis pendant la*

Coordinator of Information (COI), le *Foreign Information Service* (FIS) dans lesquelles sont engagés un grand nombre de propagandistes. De même, en juin 1941, une agence militaire, le *Special Study Group* (SSG), est mise en place au sein de la *Military Intelligence Division* (2^e Bureau de l'Armée). Parallèlement, Roosevelt décide d'envoyer à Londres une petite équipe de spécialistes des problèmes de guerre psychologique dirigée par le colonel Donovan.

Ce n'est qu'après l'attaque japonaise du 7 décembre 1941 que des services de guerre psychologique spécialisés pour le temps de guerre voient progressivement le jour. Ainsi, le 2 mars 1942, un *Joint Psychological Warfare Committee* (JPWC) commun aux trois armées est mis sur pied pour « *formuler les plans de guerre psychologique en accord avec le Comité de l'état-major interarmes, coordonner la guerre psychologique des agences gouvernementales et collaborer avec les pays intéressés pour que la guerre psychologique adoptée soit en accord avec la stratégie prévue, s'assurer que la guerre psychologique est intégrée à la stratégie militaire* »⁷⁴. Dans le même temps, le SSG est remplacé par une *Psychological Warfare Branch* (PWB) chargée de définir les objectifs de la guerre psychologique américaine. Une circulaire du 16 mars précise à cet égard que « *les opérations psychologiques sont destinées à créer la confusion, le découragement et la méfiance parmi les combattants ennemis, le manque de confiance envers les chefs, le défaitisme, le désir de mettre fin aux hostilités* »⁷⁵ et ne manque pas d'insister sur la nécessité d'associer étroitement ces actions aux opérations militaires. Or, à l'origine, ceci ne va pas de soi : jusqu'à l'entrée en guerre, les psychosociologues américains se sont surtout intéressés à tout ce qui pouvait mobiliser la population américaine - au domaine de « l'action psychologique » pour reprendre la terminologie française - et très peu penchés sur le domaine « offensif » de la guerre psychologique. Par ailleurs, on constate un manque de coordination entre les divers organismes chargés de la guerre psychologique. Ainsi, dès avril 1942, le JPWC se plaint de ne pas être reconnu par les différents bureaux du Département de la Guerre, contrairement à ce qui avait été prévu par le général Marshall, chef d'état-major de l'Armée américaine. En effet, ce dernier avait chargé le JPWC de « *formuler les plans de guerre psychologique en accord*

Deuxième Guerre mondiale, Paris, 1987, Payot, 342 p, p. 59.

⁷⁴ *Idem*, p. 159.

⁷⁵ Cité par Jeanne Henriette Louis, *op. cit.*, p. 159.

avec le Comité de l'état-major interarmes, de coordonner la guerre psychologique des agences gouvernementales et collaborer avec les pays intéressés pour que la guerre psychologique adoptée soit en accord avec la stratégie prévue, de s'assurer que la guerre psychologique est intégrée à la stratégie militaire »⁷⁶. Or, le JPWC n'avait aucun contrôle sur l'activité du COI. En conséquence, le 13 juin 1942, Roosevelt décide, pour mettre fin à la confusion, de supprimer les deux organismes et de les remplacer par deux nouveaux services :

- *l'Office of War Information (OWI)* remplace le COI et absorbe le FIS qui devient désormais *l'Overseas Branch*, c'est-à-dire la section chargée de la propagande à l'étranger de cet organisme. Dirigé par un journaliste et commentateur de radio très populaire, Elmer Davis, l'OWI a la haute main sur le domaine très sensible de la propagande intérieure et se divise en deux branches : « Europe » (installée à New York) et « Asie » (à San Francisco). Il doit ainsi travailler en étroite corrélation avec *l'Office of Censorship*, le bureau de la censure dont la mission est de surveiller les informations en tous genres qui entrent sur le territoire américain ou le quittent (courrier, journaux, télégrammes, émissions de radio).

- *l'Office of Strategic Services (OSS)*, chargé de la guerre secrète, est créé en lieu et place du JPWC, avec William Donovan à sa tête.

Très proche du premier modèle d'organisation britannique, la nouvelle structure américaine de guerre psychologique présente la même dichotomie entre deux officines spécialisée opérant, le plus souvent, pour leur compte. Ainsi, la guerre psychologique se trouve-t-elle prise en tenaille entre deux approches diamétralement opposées :

- la première offrant une image officielle de l'Amérique en guerre, de ses buts et objectifs
- l'autre s'apparentant peu ou prou à des services spéciaux opérationnels spécialisés dans les « coups tordus » et les actions subversives en territoire ennemi.

⁷⁶ *Idem.*

De ce dualisme résultèrent inévitablement des politiques psychologiques concurrentes⁷⁷. Les premières difficultés clairement apparaissent dès l'automne 1942. Les responsabilités n'ayant pas été nettement réparties, les rivalités vont bon train entre d'un côté un OWI, qui par le biais de sa section extraterritoriale, détient les rênes de la propagande radiophonique, et de l'autre un OSS - soutenu par les membres de l'état-major interarmes - qui ambitionne de diriger, contrôler et coordonner l'ensemble de la guerre psychologique sur les différents théâtres d'opérations.

L'intégration de la guerre psychologique alliée sur le théâtre européen

La création de la Psychological Warfare Branch

C'est lors de la conférence *Arcadia* réunie à Washington du 22 décembre 1941 au 14 janvier 1942 que Churchill expose le projet d'un débarquement anglo-américain en Afrique du Nord. Les deux alliés s'entendent sur une étroite coopération tant aux niveaux militaire que psychologique⁷⁸. Ainsi, dès l'été 1942, il est prévu, que l'OWI envoie à Londres, aux côtés de l'Armée, des propagandistes prêts à se joindre à elle lors de l'« Opération Torch ». A l'automne, le général Eisenhower décide d'aller plus loin et d'intégrer le personnel de l'OWI, de l'OSS, du MOI et du PWE dans une nouvelle section de guerre psychologique placée sous la direction du général Mac Clure et qui reçoit le nom de *Psychological Warfare Branch* (PWB)⁷⁹ des *Allied Forces Headquarters* (AFH). Cette nouvelle section allait être chargée de la propagande alliée sur le théâtre méditerranéen jusqu'à la fin de la guerre⁸⁰.

C'est ainsi que le matin du 8 novembre 1942, les membres de la PWB débarquent, avec les troupes alliées, sur les côtes d'Afrique du Nord. Leur action consiste d'abord à gagner la sympathie de la population : à l'aide de porte-voix et de haut-parleurs installés sur les navires de la flotte américaine, ils commencent par

⁷⁷ Cf. Clayton D. Laurie, *The Propaganda Warriors. America's Crusade Against Nazi Germany*, 1996, University Press of Kansas, 335 p.

⁷⁸ La conférence *Arcadia* est d'une importance capitale pour la conduite de la guerre, car c'est d'elle que date l'intime coopération anglo-américaine : création du Comité combiné des chefs d'états-majors et mise en commun de toutes les ressources militaires et économiques des deux pays.

⁷⁹ L'ancienne PWB, qui avait remplacé le SSG, est dissoute.

⁸⁰ Philip M. Taylor, *op. cit.*, p. 232.

annoncer, en français, qu'il s'agit d'un débarquement allié et que la population n'a rien à craindre. Cette information est répétée les jours suivants par l'intermédiaire de la presse et des journaux qui passent peu à peu sous le contrôle de la PWB. Les propagandistes apportent par ailleurs leur concours à la reddition des forces ennemies en lâchant plusieurs millions de tracts.

Pourtant, peu de temps après, un conflit ouvert éclate entre le gouvernement américain, avec à sa tête Roosevelt, qui prône une politique purement diplomatique et certaines personnalités de la PWB, très favorables au mouvement gaulliste et désormais en désaccord avec la politique officielle de la Maison Blanche : « *la préférence très nette qui était accordée par le gouvernement américain au général Giraud sur le général de Gaulle contrariait les propagandistes de la Psychological Warfare Branch qui croyaient au "moral national" de la France* »⁸¹. Les négociations entamées, en particulier avec d'anciens membres du gouvernement de Vichy, les inquiètent au plus point, et sont susceptibles, pensent-ils, de faire réagir défavorablement l'opinion publique américaine et étrangère.

Ces querelles s'ajoutent aux tensions depuis longtemps latentes entre l'OWI et l'OSS, pour le contrôle de la propagande extérieure. Une ordonnance du 9 mars 1943 tente ainsi de clarifier les choses⁸². Désormais, l'OSS doit limiter son action aux opérations de propagande noire et aux actions subversives, donc à un rôle clandestin⁸³. L'OWI, de son côté, est appelée à coopérer avec l'Armée sur les théâtres militaires dans des opérations de propagande blanche, ouverte et directe, tandis que ses agents restent étroitement subordonnés à l'autorité du commandant en chef du théâtre d'opération. Ce choix de Roosevelt, au détriment d'une vision unificatrice, s'explique probablement par sa volonté de ne pas s'aliéner les journalistes américains - dont l'influence est prépondérante au sein de l'OWI - tout en restant fidèle à l'amitié sincère qui le lie au colonel Donovan mais sans favoriser trop ouvertement l'OSS.

81 Jeanne Henriette Louis, *L'engrenage de la violence. op. cit.*, p. 243.

82 *Idem*, p. 248.

83 C'est ainsi que l'OSS organise les *Morale Operations* (MO), chargées de provoquer des dissensions, de la confusion et des troubles dans les pays occupés, par l'intermédiaire de la radio, de rumeurs, de films et de brochures et en coopérant parfois avec les mouvements de Résistance de ces pays.

La déclaration de Casablanca et ses conséquences psychologiques

Le 24 janvier 1943, Roosevelt, présent à Casablanca en compagnie de Churchill (conférence dite de Anfa), lance sa grande idée d'une « reddition inconditionnelle » de l'Allemagne, du Japon, et de l'Italie. Dans le domaine de la guerre psychologique, cette décision, prise par le président des États-Unis sans le consentement de Churchill⁸⁴, n'est pas sans conséquence sur le plan stratégique. En effet, si cette exigence de reddition inconditionnelle est propre à stimuler le front intérieur et à donner courage et espoir aux pays occupés, elle bouleverse la stratégie des propagandistes de la PWB. Comme le souligne l'un d'eux, le colonel Davis, « *cette politique de la capitulation inconditionnelle rendait plus difficile la conduite de la guerre psychologique. Une des conséquences, c'était que nous ne pouvions offrir aucune espérance à des groupes qui se disputaient le pouvoir en Allemagne. Une autre, que nous ne pouvions faire aux Allemands aucune promesse précise sur leur avenir comme l'avait fait Wilson avec ses quatorze points. Résultat : alors que les propagandistes de la Première Guerre pouvaient affaiblir le moral allemand par une propagande d'espoir, ceux de la Deuxième Guerre devaient l'affaiblir par une propagande de désespoir. Les thèmes, si adroits fussent-ils, ne pouvaient soutenir que deux propositions générales, la certitude de la victoire alliée et la valeur morale des idéaux démocratiques* »⁸⁵. De même, cette exigence fait le jeu, du moins à court terme, de la propagande nazie : « *Goebbels...s'était saisi de la demande de capitulation inconditionnelle comme d'une planche de salut pour parer au choc de Stalingrad et pour proclamer la guerre totale* »⁸⁶.

Mais, si sur le plan stratégique, la guerre psychologique se trouve sérieusement compromise, la PWB n'en continue pas moins à se voir accorder un certain rôle - à condition, bien sûr, de se soumettre strictement au commandement militaire - avec souvent des réussites.

84 Or, le gouvernement britannique avait, jusqu'ici, toujours eu l'espoir d'un effondrement intérieur allemand. Churchill, en particulier, comptait sur les bombardements aériens et la pluie de tracts pour entamer le moral allemand et amener le peuple à désavouer Hitler. Voir : D.C. Watt, « Les Alliés et la résistance allemande », *Revue d'histoire de la Deuxième Guerre mondiale*, n°36, octobre 1959, p. 65-86.

85 Colonel Davis, Conférence sur *l'action psychologique*, archives IHEDN, 7e session, 20 juillet 1955, n°704/DE, fiche n°215, p. 1-2.

86 Marlis G. Steinert, « L'attitude allemande face à la capitulation inconditionnelle », in Maurice Vaïsse (dir.), *8 mai 1945 : la victoire en Europe*, colloque international, Reims, 6-8 mai 1985. Actes, Lyon, 1985, La Manufacture, p. 72.

Les succès de la guerre psychologique tactique en 1943

Courant 1943, la machine de guerre psychologique alliée est, enfin, parfaitement au point. Les propagandistes sont désormais utilisés de façon quasi-systématique pour hâter la reddition de l'ennemi en complément des opérations militaires. Ainsi, lors de la campagne de Tunisie, près de vingt millions de tracts invitant à la reddition et servant de sauf-conduits sont lâchés sur l'armée allemande. En mars et en avril 1943, près de 250 000 déserteurs allemands se rendent aux troupes alliées en brandissant ces tracts. Cet épisode est du reste considéré comme une des premières grandes victoires de la guerre psychologique anglo-américaine, désormais baptisée « Sykewar ». En juin, les forces alliées attaquent l'île de Pantelleria, située entre la Tunisie et la Sicile. Les 10 000 Italiens sur place refusent dans un premier temps de se rendre sous l'effet des bombardements et des tracts. La PWB décide alors d'imprimer de nouveaux tracts incitant les soldats à supplier leur commandant d'arrêter cette lutte désespérée, tandis qu'un nouveau bombardement rend ces injonctions plus pressantes. Démoralisés, les Italiens rendent les armes dans les jours suivants, leur commandant assurant que les tracts avaient profondément influencé la psychologie des combattants. Au cours de la campagne de Sicile, la propagande joue un rôle encore plus déterminant que lors des opérations précédentes. Avant le débarquement, des millions de tracts de la PWB, annonçant aux Italiens la prochaine venue des Alliés pour les délivrer de la dictature fasciste, sont déversés sur l'île. Dans le même temps, une proclamation du général Eisenhower, ainsi que des nouvelles récentes sur le déroulement des opérations militaires sont diffusées à la radio. Dès le début de l'opération, des unités de propagandistes de la PWB sont levées pour accompagner les troupes alliées et s'adresser tant aux soldats qu'à la population civile. A Palerme, utilisant le matériel partiellement détruit de deux journaux fascistes, la PWB lance un nouveau journal, *Sicilia Liberata*, diffusé à près de 50 000 exemplaires en moins de deux semaines⁸⁷.

⁸⁷ Voir : Thomas Sorensen, *The World War. The Story of American Propaganda*, New York, 1968, Harper & Row, 337 p. et surtout l'ouvrage plus récent de Clayton D. Laurie, *The United States Army and Psychological Operations, 1918-1945*, Washington, 1996, US Army Center of Military History.

Fin 1943, force est de constater que les techniques de guerre psychologique sont de plus en plus maîtrisées par les Alliés qui ne se départissent jamais de leur règle d'or : jouer la carte du réalisme et de la véracité. Soulignons pourtant que cette guerre psychologique reste confinée dans un rôle d'appoint, d'auxiliaire à la guerre : « *L'officine de guerre psychologique alliée... se fixa essentiellement des objectifs tactiques au bénéfice de la machine de guerre militaire du général Eisenhower et n'entreprit des actions limitées sur le moral intérieur de l'Allemagne que pour soulager son action psychologique frontale contre les combattants de l'Atlantique* »⁸⁸.

*Les opérations de préparation et d'accompagnement psychologique au débarquement du 6 juin 1944*⁸⁹

Au moment du débarquement, les unités de guerre psychologique sont intégrées dans la *Psychological Warfare Division* (PWD), équivalent du PWB créé pour le théâtre Nord-Ouest européen, au sein du *Supreme Headquarters Allied Expeditionary Force* (SHAEF)⁹⁰. Dans le même temps, un comité spécial OWI-PWE est installé à Londres pour éviter toute contradiction entre les déclarations des militaires et la propagande civile⁹¹.

La première tâche est de préparer les populations amies du continent à l'imminence d'un débarquement, sans pour cela donner trop d'informations à l'ennemi sur le lieu choisi ou présumé. A partir d'octobre 1943, la voix du SHAEF s'exprime sur les antennes de la BBC : « *Les nouvelles étaient rapportées dans notre programme de radio-diffusion et la présentation des journaux, mais cette présentation des nouvelles ne s'est pas faite pour elle-même ; nous avons exigé une sélection soignée des nouvelles, afin que les auditeurs eux-mêmes déduisent des conclusions telles que la certitude de la défaite et la supériorité écrasante de la puissance alliée* »⁹². Autre point important, il s'agit de maintenir le secret, tout en accumulant le matériel psychologique nécessaire à l'opération et en respectant le « timing ». Ce sont les Américains qui fournissent les stocks de papier, tandis que les Britanniques s'occupent des opérations de traduction.

88 Maurice Mégret, *op. cit.*, p. 88-89.

89 Voir le livre très documenté : Daniel Lerner, *Sikewar. Psychological Warfare Against Germany : D Day to V.E. Day*, New York, 1949, George W. Stewart Publisher, 463 p.

90 Cette création date de novembre 1943.

91 Philip M. Taylor, *op. cit.*, p. 232.

Au total, 32 millions de tracts sont imprimés et, détail révélateur de la célérité des équipes alliées, à Jour J+2, le commandement, installé en Normandie, réclame des tracts de reddition. Le lendemain, 1,5 millions d'exemplaires sont déversés sur les troupes allemandes. Les tracts ou billets de reddition, « Surrender pass », font l'objet d'études approfondies. Dans un premier temps, il s'agit avant tout d'inciter le soldat allemand à se rendre, acte qui n'a rien d'évident au vu du poids de la tradition militaire : « *Nous avons pu fortifier chez le soldat allemand l'acceptation de la défaite, et nous y sommes arrivés par différents moyens. Par exemple, nous avons fourni au soldat allemand des justifications pour concilier le fait de la reddition avec son honneur de soldat. Nous avons insisté sur les thèmes suivants : "la résistance c'est le suicide et combattre après que la guerre soit perdue est insensé" Reconnaissant le fait que de se rendre était pour le soldat allemand une grande inconnue, nous l'avons instruit de façon précise sur la manière de se rendre avec une sécurité complète* »⁹³. Dans un second temps, le tract, présenté comme un sauf-conduit authentique, doit inciter le combattant à se mettre sous la protection de l'armée américaine. Ainsi, le colonel Davis souligne que le billet de reddition fut le tract qui « *eut le plus de succès...Ce tract fut soigneusement dessiné pour paraître officiel. Il portait les sceaux nationaux des États-Unis et de la Grande-Bretagne avec un fascicule de la signature du général Eisenhower. Tous les dessins du tract tendaient à lui donner un aspect officiel et à en faire un document de valeur donnant droit aux soldats ennemis de se rendre, et les rassurant par avance sur les conséquences de leur acte* »⁹⁴.

Au matin du 6 juin 1944, les unités de propagandistes débarquent avec le reste du corps expéditionnaire. Parmi eux, George Langelaan, agent de l'Intelligence Service et chef de l'équipe britannique du PWD, prend pied à Omaha Beach avec un commando de 70 hommes parlant en tout 110 langues étrangères différentes : « *Notre mission était particulière : établir la liaison avec la population civile et assurer sa nourriture et son confort ; contacter ceux qui avaient franchi les lignes pour obtenir des renseignements ; interroger les prisonniers allemands pour tenter de savoir ce qui se passait chez eux ; convaincre par haut-parleur les soldats allemands de se rendre sans combattre* »⁹⁵. Toutefois,

92 Colonel Davis, Conférence citée, archives IHEDN, p. 3.

93 *Idem*, p. 4.

94 *Idem*.

95 « Leurs jours les plus longs par quatre témoins », *L'histoire invisible*, dossier de la revue *Planète*, n°2, février 1972, p. 71.

Langelaan ne manque pas de signaler ses doutes quant à « *l'efficacité d'une mission "psychologique" qui ignore tout des conditions de vie, des oppositions politiques ou sociales des habitants du pays où elle débarque* »⁹⁶. Il cite ainsi le cas d'un de ses hommes, se présentant à la mairie d'un village libéré de Normandie, et s'adressant aux Français, déclare qu'il va les aider à réorganiser la commune et à reconstituer une municipalité. Éclats de rire des Français : le maire et la municipalité sont là, au grand complet. Les ordres venus du nouveau sous-préfet, mis en place par la Résistance, sont déjà exécutés. « *Quant à notre premier prisonnier, - ajoute Langelaan - malgré nos cent dix langues étrangères, personne ne put jamais le comprendre. C'était un bulgare, enrôlé dans l'armée allemande, parlant un patois bulgare, ignorant même le nom du pays où il se trouvait* »⁹⁷.

Ce témoignage cerne assez bien les limites et insuffisances de ce type d'opérations. Il est toujours très difficile de mesurer l'efficacité, et le degré d'influence et de réceptivité de cette propagande à but tactique. Les résultats sont très variables selon les populations auxquelles on s'adresse. Enfin, il s'avère nécessaire d'être un tant soit peu renseigné sur leurs us et coutumes du pays cible, or, que représente l'Europe pour le GI moyen de 1944 ? Comme le constate Philippe Masson : « *il n'était pas évident au "boy" du Minnesota, de l'Oklahoma ou du Wisconsin de risquer sa vie sur les champs de bataille de l'Europe ou du Pacifique, dans des régions dont il n'avait jamais entendu parler et qu'il était, le plus souvent, incapable de situer sur la carte* »⁹⁸.

Néanmoins différentes statistiques tendraient à montrer que les campagnes psychologiques anglo-américaines de 1944-1945 ont eu une certaine influence et facilité la victoire militaire des armées alliées. Ainsi, selon un rapport de la PWD, 75 % des allemands faits prisonniers au Havre et plus de 80 % de ceux capturés à Brest ont, en leur possession, des tracts de reddition⁹⁹. Aux dires de Anthony Eden, ministre des Affaires étrangères britannique, il en est de même pour près 77 % des prisonniers saisis en Normandie au moment du débarquement, preuve indéniable du

96 *Idem.*

97 *Idem.*

98 Philippe Masson, *L'homme en guerre*, Paris, 1997, Editions du Rocher, p. 205.

99 PWD/SHAEEF, *The Psychological Warfare Division, Supreme Headquarters Allied Expeditionary Force : An Account of Its Operations in the Western European Campaign, 1941-1945*, Bad Homburg, 1945, p. 122-124.

succès de la propagande alliée. Celui-ci ne se dément d'ailleurs pas dans les derniers mois du conflit puisque on estime que 70 à 90 % des soldats allemands capturés entre le 1^{er} janvier et le 15 mars 1945 ont vu ou entendu parler des « billets de reddition » alliés et plus de 75-80 % d'entre eux estiment avoir été influencés par ces tracts¹⁰⁰. Ces résultats spectaculaires ne doivent toutefois pas occulter la résistance acharnée dont font preuve les troupes allemandes dans les derniers mois du conflit, et ce jusqu'à la chute finale du Reich. Jay W. Baird souligne à ce propos que « *les Soviétiques et leurs alliés occidentaux rencontrèrent une résistance toujours plus forte de la part des Allemands en 1945, phénomène dû en bonne partie à l'appareil de propagande de Goebbels* »¹⁰¹. Celui-ci réussit ainsi à rendre le peuple allemand, jusqu'à un certain point, inaccessible à la propagande adverse, en maintenant la cohésion des groupes élémentaires. Dès lors que les besoins psychologiques et affectifs de l'individu sont satisfaits, le combattant est immunisé contre la « contamination psychologique » de l'adversaire. Telle est la conclusion à laquelle sont parvenus les chercheurs américains Edward A. Shils et Morris Janowitz dans leur étude sur la « cohésion et désintégration de la Wehrmacht pendant la Deuxième Guerre mondiale »¹⁰².

La participation française

Assez méconnue, la participation française à la guerre psychologique alliée ne peut évidemment se comparer à la formidable « machine » anglo-américaine. Elle est même quasiment inexistante jusqu'en 1942, date à laquelle la France Libre dispose enfin de sources d'informations autonomes grâce aux liaisons clandestines avec la

100 Voir : Edward Shils et Morris Janowitz, « Cohesion and Disintegration in the Wehrmacht During World War II », *Public Opinion Quarterly*, n°12, 1948, p. 300-315.

101 Jay W. Baird, « La campagne de propagande nazie en 1945 », *Revue d'histoire de la Deuxième Guerre mondiale*, n°75, juillet 1969, p. 91.

102 Edward A. Shils et Morris Janowitz, *op. cit.* A la faveur d'interrogatoires de prisonniers, les anglo-américains ont été frappés par l'extraordinaire solidité des cellules de base, section, compagnie, par la qualité de l'encadrement, officiers subalternes, sous-officiers, par la camaraderie qui n'a cessé d'unir les hommes entre eux et par la capacité assez étonnante d'absorption de ces cellules à l'égard des nouveaux venus arrivés en renfort. Cf. Philippe Masson, *Une guerre totale 1939-1945*, Paris, 1993, Hachette Pluriel, p. 447. Cette thèse des « groupes primaires » a été récemment contestée par l'historien Omer Bartov (*Hitler's Army*, Oxford, 1991, Oxford University Press) qui considère que la guerre à l'Est aurait constitué le moteur principal et le maintien de l'ardeur combattive du soldat allemand. En fait, comme le souligne Philippe Masson (*L'homme en guerre, op. cit.*, p. 216), « *L'ampleur des pertes n'a pas entraîné obligatoirement la disparition des groupes primaires... Si la thèse de Bartov justifie la résistance acharnée à l'Est..., elle n'explique pas la combativité, la force de conviction de la Wehrmacht à l'Ouest.* »

métropole et à la création d'un centre français d'écoutes radiophoniques. Parallèlement, André Diethelm, commissaire national à l'Information du CNFL (Comité national de la France Libre) crée en avril 1942 un comité exécutif de propagande¹⁰³ qui va être l'organe directeur de la propagande française par radio jusqu'à la Libération¹⁰⁴. Un an plus tard, en avril 1943, est mis sur pied à Alger un « Bureau d'études africaines », devenu par la suite « Section d'attaque du moral des armées ennemies » (S.A.M.A.E.), réplique de l'organisme intégré anglo-américain PWB et placé sous le contrôle de ce dernier¹⁰⁵.

Dans le même temps, une partie des services autrefois rattachés au *Centre d'Etudes germaniques* de Strasbourg, désorganisé en 1940, réapparaît clandestinement en Suisse à la fin 1942. Cette petite équipe française de germanistes, dirigée par l'industriel alsacien Raymond Schuhl, reçoit le soutien matériel des Etats-Unis qui leur adjoignent un représentant, Gerald Meyer, envoyé personnel du président Roosevelt¹⁰⁶. Le premier effort est dirigé vers l'Alsace, territoire régi par les lois et l'administration allemandes et destiné à être à la fois germanisé et nazifié. Dès les premiers mois de 1943, un *bulletin d'informations alliés* y est diffusé régulièrement. Progressivement, différentes publications - telles un recueil des discours du général de Gaulle, le livre de Rauschnig, *Hitler m'a dit* - sont diffusées par centaines de milliers¹⁰⁷. De même, un faux *moniteur* de Clermont-Ferrand est répandu dans toute la France occupée, en compagnie des journaux clandestins de la Résistance. Dans un second temps, l'équipe de Schuhl décide de s'attaquer directement au moral de la population allemande en reproduisant les plus célèbres journaux du parti nazi pour mieux les tourner en ridicule : *Das Neue Reich*, organe des « mieux-pensants » ; *Neues Wiener Tagblatt*, quotidien nazi destiné aux Autrichiens ; *Volkischer Beobachter*, organe personnel de Goebbels ; *Das Schwarze Corps*, organe officiel des S.S. Un effort identique est tenté vis-à-vis de l'armée allemande avec la publication de fausses

103 Ce comité est créé au moment même où l'organisme britannique de guerre psychologique, le Political Warfare Executive, se met définitivement en place.

104 Jean-Louis Cremieux-Brilhac, *La France Libre, de l'appel du 18 juin à la Libération*, Paris, 1996, Gallimard, p. 229-230.

105 « Notes extraites des archives de la SAMAE sur la guerre psychologique », sans date, SHAT 1 S 1.

106 Georges Meyer, « La guerre psychologique dans la Deuxième Guerre mondiale », *Hommes et Mondes*, n°112, novembre 1955, p. 563.

107 *Idem*, p. 563-564.

directives aux états-majors et aux officiers des unités. A ces réalisations, s'ajoutent des millions de tracts adaptés aux diverses couches sociales de la populations allemandes et aux armées du Reich¹⁰⁸.

A la Libération, ce service fusionne avec la S.A.M.A.E. d'Alger au sein du ministère de la Guerre. A partir de octobre 1944, une S.A.M.E. (Section d'Attaque du Moral Ennemi) est rattachée au Deuxième Bureau de l'état-major de la Première Armée française¹⁰⁹. Cette antenne de la S.A.M.A.E., véritable section de guerre psychologique avant la lettre, dispose de moyens mis à sa disposition par l'organisation de *Psywar* alliée (imprimeries mobiles et détachements de hauts-parleurs). Elle est par ailleurs chargée de la rédaction et de la diffusion des tracts en langue française et des interrogatoires des Prisonniers de Guerre¹¹⁰. Précisons toutefois que, en dépit d'efforts certains, cet organisme reste entièrement dépendant de la bonne volonté des Américains, ce qui limite d'autant sa liberté d'action. Au reste, il ne semble avoir jamais reçu de directives précises en provenance du gouvernement provisoire.

L'Union soviétique entre défense psychologique et contre-offensive psychologique

La « grande guerre patriotique » de 1941-1945 – pour reprendre l'expression officiellement consacrée par les manuels d'histoire russes – est révélatrice à plus d'un titre de l'intensité de l'effort consenti par les Soviétiques dans le domaine de la propagande de guerre. L'attaque juin 1941 surprend à bien des égards le pouvoir soviétique, et, tout au long de l'été, celui-ci vacille. La population semble au bord de l'effondrement, tandis qu'un malaise profond se fait jour. Dans l'Armée rouge, des redditions massives paraissent les signes annonciateurs d'une décomposition inéluctable, alors que les Allemands sont accueillis en libérateurs dans les pays Baltes et en Ukraine. C'est dans cette situation dramatique que le régime opère un revirement spectaculaire.

108 *Ibidem*, p. 566.

109 Colonel Jean Defrasne, « Aspects technologiques et techniques de l'emploi de l'arme psychologique », *Revue internationale d'histoire militaire*, n°41, 1979, p. 88.

110 *Action psychologique et tactique*, rapport de la Commission d'études n°1, École supérieur de guerre, 1953, p. 9, Centre de documentation de l'ESG, non coté.

L'appel à la Russie éternelle

Le 3 juillet 1941, Staline, dans un discours radiodiffusé, n'hésite pas à réveiller l'âme russe : « *Bannissant le trop révolutionnaire "camarades", Staline reprit, pour s'adresser à la Nation, le vieil appel qui avait soudé la communauté nationale à travers les siècles : "Frères et sœurs, un grave danger menace notre patrie." Les références à "la grande Nation russe de Plekhanov, de Lénine, de Belinski, de Tchernychevski, de Pouchkine, de Tolstoï, de Glinka, de Tchaïkovski, de Gorki, de Tchekhov, de Lermontov, de Souvorov et Koutouzov" allaient servir de support à la "guerre sacrée" »*¹¹¹. De plus, pour contrer la propagande nazie orientée vers les minorités non russes, le gouvernement choisit de mettre l'accent sur les liens historiques qui unissent la Russie aux autres peuples. Cette mise à l'honneur du sentiment national, déjà perceptible dès la fin des années 1930, s'accompagne d'une détente religieuse sans précédent. L'Église orthodoxe contribue d'ailleurs à faciliter le rapprochement. Le 11 novembre 1941, le métropolite Serge de Moscou adresse aux fidèles une lettre pastorale d'une rare violence, apportant la bénédiction de l'Église à la défense de la Patrie : « *Chaque Russe, tous ceux qui chérissent la patrie n'ont qu'un seul but : vaincre à tout prix l'ennemi...Le cœur des chrétiens est fermé pour les bêtes féroces fascistes ; il ne ressent qu'une haine destructrice et mortelle pour l'ennemi »*¹¹². Comme ne manque pas de le souligner Philippe Masson, « *pour la durée de la guerre, tout au moins, l'Église orthodoxe retrouve son rôle traditionnel d'auxiliaire du pouvoir »*¹¹³.

Dans le même temps, afin de maintenir la cohésion nationale et de galvaniser l'élan patriotique, le régime ferme les yeux sur les innombrables entorses à la collectivisation et les Kolkhosiens s'empressent d'étendre leurs lopins de terre individuels. Les rumeurs concernant l'attitude des Allemands vis-à-vis des prisonniers ou des habitants des régions envahies achèvent très vite de convaincre la population qu'elle n'a rien à attendre de l'occupant. Si l'habileté de Staline est indéniable dans le domaine de l'action psychologique, la population russe répond avec une incroyable ferveur à son attente. A ce propos, il est intéressant de noter

¹¹¹ Nicolas Werth, *Histoire de l'Union soviétique*, Paris, PUF, 1992, p. 333.

¹¹² Cité par Philippe Masson, *Une guerre totale 1939-1945, op. cit.*, p. 553.

¹¹³ *Idem.*

combien le folklore - chansons, poèmes, contes et proverbes - expression traditionnelle des peuples slaves, joue tout à la fois un rôle d'exutoire et de catalyseur des énergies populaires : « *Il est possible, par ces exemples, de pressentir la puissance que représente l'arme folklorique dans une lutte comme celle que le peuple soviétique a menée de 1941 à 1945. Le gouvernement l'a appréciée très tôt, dûment averti par les spécialistes de la littérature populaire, par les correspondants de guerre, par les commissaires et instructeurs politiques...Des missions d'étude enquêtent dans toutes les régions et sur tous les fronts. Des conférences scientifiques sont réunies...Les spécialistes du folklore (écrivains, ethnographes, historiens, diseurs) groupés en brigades du front, ont aussi pour tâche de diffuser les œuvres qui peuvent distraire, reconforter, instruire les combattants. Sur l'ordre du Haut-Commandement et du Parti, les officiers et les agitateurs suscitent l'apparition de nouveaux talents littéraires, musicaux et dramatiques, poussent à la création de collectifs artistiques d'amateurs. Dans les unités fleurissent les "journaux de tranchée" et les "gazettes murales", cependant que dans les hôpitaux les blessés occupent leurs loisirs forcés à confronter leurs trésors folkloriques* »¹¹⁴.

Alors que se développe une idéologie de plus en plus axée sur le patriotisme et le nationalisme, Staline en profite pour instaurer une personnalisation croissante du pouvoir suprême. Profitant des victoires de l'Armée rouge après Stalingrad, il parvient à incarner la fierté nationale et à faire en sorte que sa personne s'identifie à la cause suprême, celle de la Patrie. Il réussit, sans jamais rendre visite aux troupes du front ou de l'arrière, à inspirer une véritable foi populaire, en son infaillibilité et à dissiper tous les doutes. Très habilement, le vieux chant révolutionnaire de l'International est remplacé en 1943 par un hymne à la Patrie et à Staline : « *pour notre Patrie, pour Staline* » chantent les soldats qui partent au combat. A partir de Stalingrad (février 1943), la partie est gagnée pour le régime soviétique. La vengeance devient désormais un nouveau moteur. Tous les jours, la radio répète le slogan de « *mort aux envahisseurs allemands.* » Désormais, l'Union soviétique se bat pour la libération de son territoire et la liberté de l'Europe.

¹¹⁴ Michel Laran, « Le folklore soviétique (1941-1945) : arme psychologique et document historique », *Revue d'histoire de la Deuxième Guerre mondiale*, n°68, octobre 1967, pp. 72-73.

La contre-offensive psychologique soviétique

La naissance et le développement des mouvements de partisans témoigne de la volonté de résistance à l'occupation d'une population qui a pourtant terriblement souffert des violences imposées par le régime soviétique lors de la collectivisation des campagnes. Toutefois, la résistance reste, dans un premier temps, très faible. Jusqu'à la bataille de Moscou (automne 1941), les combattants qui réussissent à échapper à l'avance de la Wehrmacht se retrouvent isolés et effondrés par l'étendue des défaites. La population, quant à elle, demeure dans l'expectative après avoir dans un premier temps accueillie très favorablement l'envahisseur. C'est au cours de l'hiver 1941-1942 que s'organise en Russie blanche les premiers groupes de partisans composés de soldats et de membres du parti passés à la clandestinité. Les exactions et les massacres perpétrés par l'armée allemande renforcent ces mouvements de résistance qui trouvent désormais audience et soutien auprès des populations locales. Or, ces groupes échappent à tout contrôle, tant du parti que de l'Armée rouge et il faut attendre le 30 mai 1942 pour que soit créé à Moscou par le commandement de l'Armée rouge un « état-major central des partisans ». A l'automne 1942, les régions contrôlées par les partisans s'étendent à la Biélorussie et au Nord de l'Ukraine. Les Allemands tentent en vain d'anéantir les 100 000 partisans biélorusses réfugiés dans les forêts, lors d'une grande opération menée par une dizaine de divisions. Plusieurs milliers de villages biélorusses sont brûlés par les S.S. en représailles. En dépit des efforts et des sacrifices consentis par les partisans, l'Armée rouge ne les incorpore pas immédiatement dans ses rangs lorsqu'elle reprend le contrôle des zones occupées. Les partisans sont, dans un premiers temps, renvoyés à l'arrière pour y être « rééduqués ». Ainsi grâce à l'habileté de Staline à rassembler toute la nation soviétique, les partisans sont désormais soumis au strict contrôle du Parti et de l'Armée rouge. Une tactique est alors soigneusement mise au point : lorsque les partisans sont éloignés des lignes de l'Armée rouge, ils font du sabotage et entravent le ravitaillement des Allemands, quand ils sont proches de cette dernière, ils agissent selon ses ordres dans des opérations planifiées. A partir de Stalingrad, les armées allemandes se retrouvent prises en étau par l'action conjointe des attaques frontales

de l'Armée rouge et du harcèlement les partisans qui les soumettent sans répit à la hantise de la mort et à l'espoir de la survie.

Mais c'est auprès des prisonniers capturés à Stalingrad que les Soviétiques vont tenter une action psychologique des plus audacieuses. Le « Comité national de l'Allemagne libre » voit le jour en juillet 1943, regroupant des officiers « rééduqués » et des communistes allemands réfugiés sur le sol soviétique depuis plusieurs années. Ce Comité édite un journal « Freies Deutschland » distribué dans les camps de prisonniers allemands, et s'adresse à la population du Reich par la voix de radio-Moscou. C'est sur ses ondes, d'ailleurs, que le maréchal von Paulus exhorte le peuple allemand à se débarrasser de son Führer. Dans le même temps les Soviétiques tentent de constituer une réplique de l'armée Vlassov avec la mise sur pied, en septembre 1943, de la « Ligue des officiers » due à l'initiative de six généraux du Maréchal von Paulus qui rejoint bientôt cette organisation. Celle-ci essaye vainement de convaincre des officiers de haut rang de la Wehrmacht de renverser Hitler : « *Mais l'attentat du 20 juillet 1944 contre Hitler sembla justifier cette étonnante tentative. Du coup, une cinquantaine de généraux donnèrent leur adhésion à la Ligue, et Paulus exhorta la Wehrmacht à tenter à nouveau de se débarrasser de Hitler. L'ampleur des représailles qui frappèrent les familles conspirateurs du 20 juillet, et celles des adhérents de la Ligue, douchèrent l'enthousiasme de celle-ci. De leur côté, les russes dressèrent le constat de leur échec...à mesure qu'ils approchaient de l'Allemagne, ils écartèrent du front les généraux pour ne plus laisser au contact du peuple allemand, en liaison avec l'Armée rouge que des communistes éprouvés* »¹¹⁵. Ces tentatives ne rencontrent pas plus d'échos favorables à l'intérieur des lignes allemandes sur des unités encerclées. En fait, on peut estimer que Staline à partir de fin 1943 songe déjà au règlement final de la paix par la rééducation politique pratiquée auprès des prisonniers allemands et grâce à l'appui dont il dispose auprès des partis communistes locaux.

Imbroglia dans le Pacifique

¹¹⁵ Henri Michel, *La guerre de l'ombre*, Paris, Grasset, 1970, p. 203.

Le Japon et la « guerre de l'esprit »

De son côté, la propagande japonaise, ou « guerre de l'esprit » suivant l'expression nipponne, émane de différents organismes, proches de ceux créés par les pays occidentaux au cours de l'entre-deux-guerres. Néanmoins, si depuis 1932, le ministère de l'Enseignement comprend un « bureau de surveillance de la pensée », il faut attendre 1941 et la veille de Pearl Harbor pour que soit mis en place un ministère de l'information (« Naikaku Joho-bu »), chargé de la propagande gouvernementale. Ce dernier est assisté d'un Comité Consultatif, composé de 10 personnalités appartenant aussi bien à l'Armée qu'aux médias, tels que le président de l'agence de presse japonais, Domei, ou encore celui de la radio nationale (NHK)¹¹⁶. Le pouvoir est donc totalement maître des moyens de communications et exerce un contrôle d'une sévérité absolue ; ainsi, l'écoute sur ondes courtes des émissions radiophoniques étrangères est un crime passible de mort.

En plus de ces organismes, « un ministère de la grande Asie », chargé des relations avec les territoires sous influence japonaise (Mandchourie, Chine et îles du Pacifique), ainsi qu'avec les Etats voisins (Indochine, Thaïlande), a pour tâche de prolonger la propagande à l'extérieur. L'extension des conquêtes japonaises prenant une ampleur gigantesque (de la Birmanie au milieu du Pacifique), la radio devient rapidement l'instrument privilégié de la guerre psychologique japonaise. A partir d'émetteurs installés à Singapour et Saïgon, le Japon diffuse des émissions dans plus de 22 langues différentes. Le plus célèbre commentateur de la radio nipponne est une japonaise surnommée « la rose de Tokyo » née et élevée aux Etats-Unis. Cette dernière, de sa voix câline, joue habilement du mal de vivre des troupes américaines dans le Pacifique et leur diffuse des mélodies romantiques et incitant à la mélancolie. Les cartes pornographiques, tout comme les tracts envoyés aux troupes australiennes sont, quant à eux beaucoup plus explicites. Ils sont censés montrer leurs épouses et leurs fiancées dans des étreintes passionnées, dans les bras de soldats américains et britanniques stationnés sur leur continent. Enfin, les Japonais n'hésitent pas à utiliser une méthode très prisée des Soviétiques : énumérer, à n'importe quel moment de la journée, à la radio la liste des derniers prisonniers alliés et donner des

116 Philip M. Taylor, *op. cit.*, p. 238.

renseignements sur leur état de santé. Les familles, inquiètes, sont ainsi contraintes d'écouter tous les programmes, dans l'espoir d'entendre le nom de l'un des leurs. Par ailleurs, la rivalité qui oppose l'armée de Terre et la Marine japonaises a pour fâcheuse conséquence la mise en place de deux officines de propagande concurrentes. La propagande civile, soumise à la censure, se trouve elle-même victime de cette rivalité. Enfin, la guerre psychologique destinée aux pays étrangers est sérieusement handicapée par le faible nombre de commentateurs connaissant bien la civilisation occidentale et s'exprimant sans accent.

Notons pour conclure que cette propagande a largement profité de l'euphorie délirante des premiers triomphes. Cette euphorie subsiste jusqu'en 1943. Totalelement maître des moyens de communication, le pouvoir dissimule soigneusement les premières déconvenues comme la bataille de Midway. Mais, à partir de 1944 et des premiers bombardements stratégiques américains aux conséquences dévastatrices, la propagande n'a plus guère de prise sur la population.

L'Empire japonais et le « reconditionnement » des peuples sous sa domination

Les Japonais, et en particulier les militaires, sont persuadés d'accomplir en Asie une mission divine. C'est à eux que revient le rôle de mettre fin à la domination de la race blanche, et d'extirper les germes de matérialisme et de désagrégation morale qu'ont introduits le colonialisme. Plus évolué que les autres peuples d'Extrême-Orient, le Japon doit les guider vers le progrès matériel tout en leur permettant de conserver leurs civilisations originelles. Le but est donc d'instituer un « Ordre nouveau en Asie orientale » grâce à la mise en place d'une « sphère de coprosperité du Grand Sud-Est asiatique »¹¹⁷. Cette rhétorique constitue, en gros, l'essentiel de la propagande développée pendant la guerre par les Japonais à l'ensemble des peuples de leur vaste Empire, avec cependant, ici ou là, des nuances régionales : tandis que certains territoires sont purement et simplement annexés (Hong-Kong, Singapour, Bornéo, Nouvelle-Guinée), d'autres sont progressivement appelés à une indépendance qui reste, en réalité, très théorique (Birmanie, Philippines).

117 Henri Michel, *La Seconde Guerre mondiale, op. cit.*, tome 1, p. 395.

Force est de reconnaître que, dans l'ensemble, les troupes nippones sont bien accueillies par les populations indigènes. D'autant que, bien souvent, les Japonais s'emploient dans un premier temps de tempérer l'action militaire par une approche politique plus subtile. Ainsi, M.C. Guerrero, auteur d'une étude sur la propagande japonaise aux Philippines, constate qu'« avec l'emploi efficace des techniques de la propagande de guerre, il semblait parfaitement possible de prévenir l'opposition en orientant la psychologie et l'énergie du peuple dans une voie compatible avec les objectifs japonais »¹¹⁸. Les Japonais s'attachent donc à mettre en place, dans tous les secteurs de la vie quotidienne des Philippines, des instruments et des techniques de propagande nombreux et variés : mise sous tutelle des moyens de communication de masse, du système scolaire et des différents organismes politiques et culturels ; développement d'une propagande verbale intensive ayant pour but « d'inculquer la haine contre les Etats-Unis et leurs Alliés, en les rendant responsables de la guerre ; de faire revivre la culture et la tradition autochtones en éliminant la culture et la civilisation occidentales ; de répandre la culture japonaise aux Philippines ; de glorifier la supériorité de la technologie militaire nipponne ; de propager la doctrine de "l'Asie pour les Asiatiques" et le plan de la "grande sphère de coprosperité de l'Asie orientale" »¹¹⁹. Parallèlement, l'occupant japonais s'efforce de répandre l'usage du dialecte Tagalog contre celui de l'anglais. Dès 1943-1944, toutes ces formules ne résistent guère à l'épreuve des faits et les tentatives d'endoctrinement et de « reconditionnement » font place à un régime de la terreur qui a pour effet de « retourner » définitivement la population contre les Japonais : « Les autorités militaires nippones se virent obligées d'instaurer un des systèmes les plus brutaux pour réprimer la résistance et la contre-propagande. Elles n'hésitèrent pas à proférer de graves menaces de représailles et à promettre des récompenses pour faire pénétrer l'idée que la vie serait bien meilleure sous l'égide du Japon. C'est pourquoi les Nippons ne réussirent qu'à s'aliéner le peuple, après n'avoir rencontré que peu ou point de succès dans toutes leurs entreprises...Si les Nippons avaient été moins cruels et atroces, peut-être les Philippines ne leur auraient pas manifesté une aussi constante hostilité »¹²⁰.

118 M.C. Guerrero, « La propagande japonaise aux Philippines (1942-1945) », *Revue d'histoire de la Deuxième Guerre mondiale*, n°86, avril 1972, p.47-48.

119 *Idem*, p. 50.

120 *Idem*, p. 65.

D'une manière générale, l'état-major impérial se trouve confronté à un double problème qu'il ne peut résoudre : d'une part pacifier, et de l'autre administrer les territoires occupés, de manière à en exploiter les ressources humaines et matérielles pour renforcer la puissance militaire du Japon. Cet échec explique la faillite de la propagande nipponne en Asie du Sud-Est : « *Ne possédant ni l'expérience coloniale ni les cadres administratifs des puissances européennes qu'il venait de déposséder, Tokyo commit alors l'erreur d'utiliser l'armée pour imposer aux territoires nouvellement conquis la même discipline brutale qui lui avait aliéné les populations de Mandchourie et de Chine. Du même coup, les autochtones, qui auraient pu se montrer favorables au thème nippon de l'"Asie aux Asiatiques" se heurtèrent au poing d'acier de l'armée occupante* »¹²¹.

La guerre psychologique alliée dans le Pacifique

La difficile mise en place des organisations de guerre psychologique dans le Pacifique

La guerre psychologique alliée dans le Pacifique n'a jamais été intégrée au sein d'une organisation unique, telle que celle conçue pour l'Europe. Chaque secteur dispose ainsi de sa propre agence de propagande : la *Far Eastern Liaison Organisation* à prédominance Australienne (pour l'Extrême-Orient) ; la *Psychological Warfare Branch/SWPA* de l'US Army (pour l'Asie du Sud-Ouest) ; le *Psychological Warfare Service of the Joint Intelligence Center* sous le contrôle de la Navy (pour la zone Pacifique) ; le *Psychological Warfare Service* (sur le théâtre chinois) ; la *Psychological Warfare Branch/CBI* ; et, enfin, la *Psychological Warfare Division/SEAC* (pour le Sud-Est Asiatique)¹²².

Cette incapacité des alliés à intégrer la guerre psychologique sur le théâtre Pacifique résulte d'un double phénomène :

- le statut colonial d'avant-guerre : en 1939, la majeure partie de l'Asie et du Pacifique est sous contrôle des Européens. Or, les victoires navales japonaises de 1941-1942 montrent aux peuples indigènes de ces régions que l'Occident ne détient plus le monopole technique et militaire qui assurait sa domination. D'autant

121 John Costello, *La guerre du Pacifique*, tome 1, Paris, 1982, Pygmalion, p. 274.

122 Clayton D. Laurie, « The Ultimate Dilemma of Psychological Warfare in the Pacific : Enemies who don't Surrender, and GIs who don't Take Prisoners », *War & Society*, volume 14, n°1, mai 1996, p. 102.

que l'occupant nippon, sans pour autant soutenir systématiquement les luttes d'émancipation, n'en remet pas moins en cause les structures coloniales.

- les antagonismes politiques pendant le conflit : cette situation est d'autant plus préoccupante pour les Européens que Roosevelt et une bonne partie du personnel politique du Département d'Etat et de l'OWI sont des anticolonialistes convaincus qui font du « *droit de chaque peuple de choisir la forme de gouvernement sous laquelle il doit vivre* » (Charte de l'Atlantique, article 3) un thème de propagande particulièrement important. Or, parallèlement les messages de propagande britanniques, français, hollandais et australiens, qui tous soulignent la nécessité du retour, après-guerre, au statu quo colonial, sont en totale contradiction avec ce thème. D'où l'impossibilité pour les Alliés de s'entendre sur des messages de guerre psychologique concertés.

C'est ainsi que, dès l'origine, la guerre psychologique menée par les Américains dans le Sud/Sud-Est Asiatique rencontre une forte opposition de la part des Britanniques. Le Département d'Etat est d'ailleurs conscient du problème et ne désire pas s'associer à la propagande britannique : « *Les opérations américaines de guerre psychologique expriment en partie les vues politiques du gouvernement des Etats-Unis et ne peuvent en aucun cas passer sous le contrôle ou l'autorité d'une puissance étrangère* »¹²³. De fait, les appareils de l'US Air Force ne largueront jamais un tract émanant des services anglais (à connotation impérialiste à leurs yeux). Sur les théâtres Pacifique du Sud/Sud-Ouest, le problème est identique puisque l'office australien de guerre psychologique, la *Far Eastern Liaison Organisation*, est considéré comme étant aux mains des Britanniques, par les Américains qui décident de créer une *Psychological Warfare Branch* à leur unique service.

« Sikewar » dans le Pacifique

Une fois ces organisations mises en place, se pose un second problème, tout aussi préoccupant : celui de la logistique. Localiser les troupes ennemies puis les atteindre par tracts ou radio n'est pas chose facile, la zone à couvrir s'étendant sur plusieurs milliers de kilomètres. Par ailleurs, le démarrage des opérations de

123 Cité par *Idem*, p. 104.

« Sikewar » est lent, les généraux Mac Arthur et Stilwell y étant moins favorables que Eisenhower¹²⁴ ; en 1943, le matériel de presse et radio nécessaire à la conduite d'opérations psychologiques à grande échelle fait encore très largement défaut. De même, les Américains ne disposent pas de personnels civils ou militaires suffisamment familiarisés avec les langues et coutumes des peuples asiatiques et du Pacifique.¹²⁵

Toutefois, le problème le plus grave sur lequel achoppe sans cesse la guerre psychologique alliée est la volonté persistante du soldat nippon de ne jamais se rendre. Cet esprit de sacrifice s'explique en partie par le fait que, pour le Japonais, le prisonnier est un lâche, un homme discrédité que l'on peut, sans déshonneur, brutaliser et dépouiller, mais aussi « *la conviction que le salut de la patrie exige le don total de soi-même...Par un effort constant, une ascèse permanente, le guerrier doit acquérir le hara, cette vertu qui lui permet d'affronter la mort et de pénétrer dans le monde des divinités* »¹²⁶. A cette ténacité traditionnelle du soldat japonais s'ajoute, assez souvent, le manque de volonté des Alliés de faire des prisonniers. Ainsi, Philippe Masson cite une statistique, tirée d'une enquête menée par les psychologues de l'armée américaine, assez révélatrice de l'état d'esprit du GI dans le Pacifique : « 38 à 48 % des soldats répondent par l'affirmative à la question : "Aimeriez-vous réellement tuer un soldat japonais ?", contre 8 à 9 % seulement s'il s'agit d'un Allemand »¹²⁷. Dans ces conditions, il n'est pas difficile de comprendre les immenses difficultés - voire souvent l'impossibilité - de la guerre psychologique alliée dans le Pacifique. D'autant que le soldat japonais est continuellement caricaturé comme à plaisir par la propagande occidentale. Les médias ne cessent de dénoncer sa cruauté, son fanatisme pouvant aller jusqu'au suicide. Cette image a pour effet de renforcer la haine du soldat allié

124 Notons d'ailleurs que, d'une manière générale, une grande partie des officiers supérieurs américains en place dans le Pacifique éprouvent une certaine répugnance à employer les techniques de guerre psychologique. Voir *Ibidem*, p. 106-109.

125 Ce problème sera toujours particulièrement difficile à résoudre : nombreux sont les autochtones d'Asie du Sud-Est ou des Philippines qui n'ont accès à aucune des formes modernes de communication ; par ailleurs, il existe dans ces régions des centaines de dialectes différents. Ainsi, pour les seules Indes hollandaises (72 millions d'habitants), on a dénombré plus de 25 langues et près de 250 dialectes différents !

126 Philippe Masson, *L'Homme en guerre, op. cit.*, p. 211.

127 *Idem*, p. 206.

envers le combattant nippon ; l'essentiel n'est plus de le faire prisonnier, mais de le tuer.

Début 1944, la tâche des unités alliées de guerre psychologique est délicate. Il s'agit tout à la fois de :

- convaincre les forces armées, à tous les niveaux, de la nécessité de mener une propagande, arme indispensable pour faire fléchir l'esprit de résistance adverse et sauver des vies humaines ;

- trouver des thèmes de propagande adaptés au soldat japonais et susceptible de le convaincre de se rendre.

C'est ainsi qu'au printemps 1944, l'OWI, en collaboration avec le *Military Intelligence Service* de l'état-major du War Department, décide de mettre sur pied une *Foreign Morale Analysis Division* (FMAD ou Division d'étude sur le moral adverse), chargée de prospecter des renseignements sur les caractéristiques éthiques et sociales des Japonais¹²⁸. En 1944-1945, le FMAD réalise ainsi plusieurs études en ce sens afin d'adapter la guerre psychologique au théâtre pacifique. Une fois les thèmes et messages mis au point, des tracts haut en couleur sont imprimés et des programmes radio enregistrés. Parallèlement, une propagande, spécialement destinée aux soldats alliés et chargée de les persuader du bien-fondé des opérations de guerre psychologique, se met en place.

Or, en dépit de tous ces efforts, les progrès restent lents et sans comparaison avec les succès militaires des Alliés. Le nombre de prisonniers ne dépasse jamais 5 %, pour se situer le plus souvent aux alentours de 1 à 2 %. Les plus grands succès sont semble-t-il obtenus au printemps 1945, dans les Philippines et à Okinawa où, selon le Secrétaire d'Etat à la Guerre, Robert Patterson, les tracts sont à l'origine de la reddition d'environ 20 000 Japonais.

En fait, l'amiral William Leahy, chef d'état-major de Roosevelt, est sans doute celui qui résume le mieux l'attitude de la majorité des propagandistes alliés dans le Pacifique : « *la guerre psychologique était quelque chose de nouveau pour les soldats et marins professionnels. Je ne suis pas certain qu'elle ait eu un quelconque effet sur les*

128 Clayton D. Laurie, *op. cit.*, p. 114.

Japonais. En fait, la meilleure guerre psychologique à mener contre ces barbares, c'était de les bombarder ; et c'est ce que nous avons fait énergiquement »¹²⁹.

La terreur pour dénouement : le bombardement, en tant qu'arme psychologique, a-t-il gagné la guerre ?

Bien qu'utilisés dans un contexte de guerre, l'intoxication, les stratagèmes et la propagande ne reposent pas - ou rarement - sur la force des armes. Or, l'exercice réel de la violence physique est apte à produire, lui aussi, un effet psychologique destiné à inhiber la volonté de résistance de l'adversaire. C'est ainsi que les bombardements stratégiques alliés visent autant à réduire le potentiel économique ennemi qu'à rompre l'unité entre la population japonaise et le gouvernement nippon en sorte que ce dernier soit conduit à accepter la capitulation.

A partir de 1943, les raids de terreur de l'aviation alliée sur le Japon, dont l'efficacité est autrement plus élevée que ceux sur l'Allemagne, se succèdent à un rythme sans cesse accru. Frappés d'horreur devant l'ampleur de l'hécatombe, les Japonais, dont les services de propagande comparent le général LeMay, commandant du 21^e Bomber Command, à un Néron moderne, n'ont guère le temps de panser leurs plaies : *« lorsque survinrent les attaques nucléaires sur Hiroshima et Nagasaki, soixante-neuf cités représentant plus de 21 millions d'habitants avaient été touchées, et 290 km² détruits. Environ 50 % de la superficie de quarante-deux villes avaient disparu »¹³⁰. Au début de l'été 1945, la situation du Japon est catastrophique. Selon R.C.J. Butow, « les Américains avaient à ce point la maîtrise de l'air que leurs avions pouvaient lâcher des tracts sur les villes japonaises pour les avertir qu'elles pourraient bien constituer l'un des prochains objectifs ; c'était une arme psychologique extrêmement efficace »¹³¹. LeMay, plus que jamais persuadé qu'une intensification de l'offensive aérienne allait seule pouvoir briser le moral de la population et amener le gouvernement ennemi à demander la paix, déclare : « Si nous gagnons la guerre par le bombardement, l'invasion du Japon par nos forces terrestres ne sera pas nécessaire. Personnellement, je suis convaincu qu'un tel résultat*

129 Cité par *Id.*, p. 119.

130 Patrick Facon, « Le Japon sous les bombardements américains », *Historia spécial*, n°462, juin 1985, p. 33.

peut être atteint. Je ne pense pas que le Japon puisse supporter ce que l'Allemagne a subi du fait de nos bombardiers »¹³². Cependant, la volonté de résistance demeure et l'armée nipponne apparaît bel et bien décidée à livrer l'ultime bataille sur le sol japonais. La propagande ne dissimule plus la gravité de la situation, tandis que les associations recrutent des centaines de milliers de volontaires pour repousser une invasion du Japon.

Le 6 août, les Américains prennent la décision de larguer sur Hiroshima une première bombe atomique. Sur une population de 300 000 habitants, 74 000 sont tués ou disparus, 84 000 blessés (soit 12 000 victimes par km²). Le 9 août, Nagasaki est à son tour la cible d'une seconde bombe ; le bilan est 40 000 morts et disparus et de 40 000 blessés.¹³³ Le 14 août, l'empereur annonce à son peuple sa décision de capituler. La bombe atomique, en portant le désespoir psychologique à son comble, a-t-elle réussi ce que le bombardement sur zones avait vainement tenté d'obtenir depuis 1943, à savoir la reddition complète et inconditionnelle du Japon ? A regarder les faits bruts, la réponse ne peut être que positive. Pourtant, les études les plus récentes menées sur ce sujet révèlent une réalité différente et beaucoup plus complexe. Ainsi, selon l'historien Robert Pape, « l'argument selon lequel les raids atomiques contraignirent le Japon à la reddition tombe de lui-même, parce que les bombardements conventionnels étaient parvenus à un stade de destruction si élevé que les bombes nucléaires ne pouvaient infliger davantage de dégâts...Secondement, l'argument selon lequel ces bombardements brisèrent le moral des Japonais est également faux. Bien qu'elle ait subi une des plus grandes campagnes de terreur jamais initiées dans l'histoire, la population civile nipponne ne fit pas pression sur le gouvernement pour que celui-ci arrêtât la guerre, les travailleurs de l'industrie ne cessèrent pas leur travail et la discipline de l'armée demeura excellente »¹³⁴. Soulignons pour conclure que, au lendemain de Hiroshima et Nagasaki, une partie non négligeable des dirigeants japonais se prononce encore pour la poursuite de la guerre, et, en dépit de l'ordre de l'empereur, des centaines d'officiers préfèrent le suicide à la honte de se rendre à l'ennemi¹³⁵.

131 R.C.J. Butow, « "Supporter l'insupportable", le Japon capitule », *Idem*, p. 97.

132 Cité par Patrick Facon, *Le bombardement stratégique*, *op. cit.*, p. 214.

133 Chiffres donnés par Lucien Poirier, *Des stratégies nucléaires*, Paris, 1977, Hachette, p. 21.

134 Cité par Patrick Facon, *op. cit.*, p. 218.

135 R.C.J. Butow, *op. cit.*, p. 100.

