

La guerre psychologique ou la mécanisation des esprits [suite]

Autor(en): **Wüst, R.-H.**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Revue Militaire Suisse**

Band (Jahr): **92 (1947)**

Heft 8

PDF erstellt am: **13.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-348390>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

REVUE MILITAIRE SUISSE

Pour la Suisse :
1 an fr. 12.— ; 6 mois fr. 7.—
3 mois fr. 4.—

ABONNEMENT

Pour l'Étranger :
1 an fr. 15.— ; 6 mois fr. 9.—
3 mois fr. 5.—

Prix du numéro : fr. 1.50.

RÉDACTION : Colonel-brigadier Roger Masson.

ADMINISTRATION : Av. de la Gare 33, Lausanne. Tél. 3 36 33. Chèq. post. II. 5209

ANNONCES : Société de l'Annuaire Vaudois S. A., Rue de la Tour 8, Lausanne

La guerre psychologique ou la mécanisation des esprits

(Suite.)

La conception du correspondant de guerre, c'est-à-dire du journaliste combattant, est aussi ancienne que la guerre elle-même. De tous temps, des soldats ont décrit les combats auxquels ils ont assisté. César, avec ses « Commentaires de la Guerre des Gaules », ou Churchill, jeune lieutenant participant à la campagne contre les Boers pour envoyer à son journal londonien des reportages vécus, par exemple, étaient déjà des correspondants de guerre.

Mais c'est au cours du dernier conflit que cette conception devait se généraliser. Au contraire de la première guerre mondiale où l'on ne voyait que des journalistes civils aimablement pilotés d'un Quartier-Général à l'autre par des officiers d'Etat-major, chargés de les accueillir, de les informer, mais surtout de les inspirer en les surveillant, la deuxième guerre mondiale a vu disparaître les journalistes civils des champs

de bataille. Elle a vu naître, pour les remplacer, des unités organiques, dotées de puissants moyens techniques, et composées de « soldats-reporters ». Ce furent les Compagnies de Propagande de l'armée russe et celles de la Wehrmacht, conception que toutes les armées, même les plus petites, admirent ensuite en les adaptant à leurs propres conditions nationales, à leur propre conception des rapports entre l'Etat et la presse.

C'est ainsi qu'en Allemagne, la propagande était orchestrée, sur le plan stratégique, par le D^r Goebbels qui coordonnait en les dirigeant tous les moyens d'expression.

Sur le plan tactique, la propagande agissait au sein de la Wehrmacht, de la Luftwaffe et de la Kriegsmarine par l'intermédiaire de l'organisation des Compagnies de Propagande, les P. K., sujet qui sera prochainement exposé aux lecteurs de la *Revue militaire suisse* par le Plt. Jean-Charles Verrey, qui a étudié cette question pendant la guerre à l'Etat-major de l'armée et qui traitera également de l'organisation des services de propagande alliés.

Les P. K. — pareils à leurs adversaires russes — étaient des soldats avant d'être des journalistes, c'est-à-dire qu'ils vivaient, armés, en première ligne, avec leurs camarades, dans les mêmes conditions que ces derniers, exposés aux mêmes dangers et voués aux mêmes sacrifices. Leur mission consistait à décrire leur vie et leurs combats, par la plume, par la photo, par le cinéma et par la radio. Leur production était transmise à Berlin par les moyens les plus rapides et, après avoir été filtrée à cet échelon où la politique, la stratégie, et la diplomatie, étroitement liées, déterminent les exigences de la censure, cette production servait à alimenter la propagande allemande dans le Reich et à l'étranger. *Signal*, par exemple, était presque entièrement l'œuvre des compagnies de propagande.

Mais cette organisation ne servait pas seulement à alimenter tous les moyens de la propagande allemande. C'était

l'un des principaux organes de l'OKW, un organe d'information dans les deux sens : de la troupe aux échelons supérieurs, et vice-versa ; de haut en bas et de bas en haut. C'était un moyen de commandement puisqu'il donnait des directives à la troupe, par le moyen de la presse et du cinéma de front, et établissait un contact étroit et rapide entre ceux qui dirigent et ceux qui obéissent. C'était un moyen d'éducation et d'instruction dans les écoles militaires. C'était, enfin, un important auxiliaire du Service de Renseignements avec lequel il collaborait étroitement. Une grande partie de la production des P. K. n'était pas destinée à être publiée, mais servait à informer les Etats-majors. A l'échelon des unités d'armée, cette organisation était dirigée par des officiers d'Etat-Major Général, spécialisés dans cette tâche, et à l'échelon suprême, tous ces leviers étaient réunis entre les mains d'un général, responsable pour la propagande dans toutes les forces armées, qui dépendait directement du Führer.

Tandis que le P. K. allemand ou russe était un « soldat politique » obéissant sans réserves aux seules consignes du parti et de l'Etat, le correspondant de guerre anglo-saxon s'efforça de concilier les exigences de la guerre et la discipline qu'elle impose à tous, avec une liberté personnelle qui devait demeurer aussi large que possible. Il demeurait au front, sous l'uniforme, le représentant de son propre journal ou de son agence.

Au front, P. K. et correspondants de guerre alliés s'attachèrent, en général, à dire la vérité. Ils décrivirent avec simplicité la vie de leurs camarades qui, ensuite, lisaient leurs récits ou les écoutaient à la radio, et pouvaient ainsi juger de leur valeur. La forme la plus belle et la plus vraie du journalisme consiste à vivre soi-même, d'abord, ce que l'on décrit. Parce qu'ils le faisaient, parce qu'ils décrivaient leurs adversaires tels qu'ils étaient, parce que leurs supérieurs comprenaient souvent qu'une censure trop rigoureuse serait allée à fin contraire, le « bourrage de crâne » ne pouvait pas prendre,

pendant la deuxième guerre mondiale, vis-à-vis de la troupe, les proportions qu'il avait connues de 1914 à 1918 où l'armée, d'une part, la presse et la nation, d'autre part, vivaient séparées par des grandes distances et par de profondes divergences.

Si les organes de censure veillaient pour supprimer de la production des soldats reporters tout ce qui aurait pu nuire au moral de la nation ou rendre service à l'adversaire, il n'en reste pas moins qu'au point de vue journalistique, la dernière guerre a permis de réaliser, dans le sens de la vérité, des exploits sans précédents et des reportages d'un réalisme que beaucoup de nos confrères étrangers ont payé de leur vie. En effet, que ce soit dans l'un ou dans l'autre camp, le pourcentage des pertes fut particulièrement élevé parmi les spécialistes de cette arme nouvelle.

Ces pertes auront eu au moins un avantage : celui de réhabiliter le prestige d'une profession compromis trop souvent par le manque de sérieux et de conscience professionnelle de certains de ses membres.

* * *

Parmi les douloureuses expériences faites par les démocraties dans le domaine de la guerre psychologique, celles de la France sont particulièrement instructives pour nous. La propagande est une véritable science qui obéit à des lois nettement définies et qui ne peut être confiée qu'à des techniciens, à des spécialistes de cette branche. La France, à cet égard, n'avait rien préparé de sérieux. Elle devait le payer très cher. Les avertissements, pourtant, n'avaient manqué ni à son gouvernement, ni à son état-major. Mais il ne servirent à rien.

Plus tard, en revanche, ce pays sut tirer les leçons de cette carence. Depuis quelques années, l'état-major français dispose d'un service de presse et d'information qui est un modèle du genre.

C'est en 1920 déjà qu'un député français avisé, M. Géo Gerald, déposa sur le bureau de la Chambre des Députés une résolution *tendant à organiser d'urgence, de façon rationnelle et méthodique, des services de propagande français*. Rapportant à ce sujet, M. de Castellane déclara à l'époque :

L'utilisation de l'opinion, l'exploitation des moyens de persuasion et de pression collectives, le besoin permanent de justifier l'action, sont une des manifestations les plus caractéristiques de la vie des nations contemporaines : elles sont aussi une des preuves les plus évidentes de leur force d'expansion. Cette forme d'action politique, organisée méthodiquement comme une affaire administrative, ou savamment comme une entreprise industrielle, intéresse aujourd'hui la vie des peuples tout entière, la vie matérielle aussi bien que la vie morale. Plaidoirie permanente, ou distribution calculée de publicité commerciale ou orchestration puissante de la presse mondiale, elle est l'art de tirer les conséquences politiques de la participation des masses à la vie publique. Elle est une forme de l'opposition, de la concurrence, de la rivalité universelles.

La situation générale dans laquelle nous nous débattons trois ans après la victoire, imputable pour une grande part à l'incompréhension de la puissance de l'opinion, à la méconnaissance du rôle des idées et des sentiments dans la politique contemporaine et à l'absence d'organisme propre à empêcher l'altération de la vérité, met la France dans la nécessité de créer immédiatement un organisme d'information qui la renseigne sur l'étranger et éclaire l'étranger sur elle-même, sur sa pensée, sur ses intérêts politiques et économiques.

Cette proposition n'eut pas plus de résultats que divers projets présentés au cours des années suivantes. A l'un de leurs auteurs, le ministre des Affaires étrangères fit en 1934 cette réponse qui est typique et qui rappelle ce langage auquel nous continuons d'être habitués en Suisse : *Quand un pays a une bonne armée et une bonne politique extérieure, sa propagande se fait toute seule !*

A la veille de la guerre, un député français, M. Pezet, interpella en ces termes le président Daladier :

Un ministère comme le vôtre qui se place avant tout sous le signe de la Défense Nationale peut-il sous-estimer, surtout dans ces temps-ci, l'importance de l'Information et de la Propagande ? En vérité, qu'est-ce donc que le triomphe de Hitler en Autriche, sinon la victorieuse reconnaissance d'une guerre par les tracts, la presse et surtout la radiodiffusion, qui s'est déroulée pendant des années sans qu'on se doute que c'était là la formule nouvelle de la guerre moderne.

Le 1^{er} juin 1939, la presse britannique finit elle aussi par s'alarmer et par découvrir cette vérité que le *Daily Telegraph* formula en ces termes : *On est maintenant convaincu que l'institution d'un ministère de la propagande ne s'est fait que trop attendre. La propagande est devenue une branche indispensable de l'armement britannique.*

Mais l'état-major français attendit le 29 juillet 1939 pour improviser en toute hâte, sans programme, sans personnel qualifié, sans aucune préparation, le « Commissariat Général à l'Information ». Il fut confié à des hommes de lettres, à des intellectuels et à des officiers très distingués, mais qui n'étaient nullement ce qu'ils auraient dû être, les spécialistes d'une arme nouvelle.

En temps de guerre, en temps de paix déjà, le but de la propagande consiste à briser l'unité politique et morale de la nation adverse, à détruire dans les cerveaux et dans les cœurs ennemis la foi, le patriotisme et les valeurs inculquées à chacun depuis son enfance. Le but de la propagande est atteint quand l'unité morale de la nation est détruite, quand le soldat, son cerveau et son cœur étant paralysés, laisse tomber de ses mains inertes des armes dont il n'a plus la force de se servir. Telle est l'expérience que la France de 1940 allait faire à son tour. Tels sont les pauvres moyens qu'elle opposait à ceux du Reich qui avait commencé, bien avant 1939, à la miner par le moyen de l'Internationale blanche. Tel est l'état dans lequel

la France se présentait aux coups de ce puissant soutien de la Wehrmacht, le « Traître de Stuttgart » dont, par sa maladresse et son incompetence, la propagande française finit par se faire l'involontaire auxiliaire.

Pour être efficace, une propagande doit serrer la réalité d'aussi près que possible afin de capter la confiance de ceux auxquels elle s'adresse. Cette confiance étant acquise au prix d'un long travail effectué en profondeur, elle peut alors, quand d'impérieuses raisons d'Etat l'exigent, se permettre quelques écarts — qui évidemment coûtent très cher.

Mais elle doit toujours se ménager des possibilités de manœuvre, de retraite même, et ne jamais se laisser cristalliser ou enfermer dans une situation dont elle ne pourrait plus s'échapper. A cet égard, les erreurs commises par l'état-major français sont significatives.

C'est à la propagande française que l'on doit la création de la fameuse « Mystique Maginot » qui contribua à déprimer et à affaiblir l'armée française ; c'est elle aussi qui commit cette autre erreur si grave, qui consistait à sous-estimer son adversaire et à répandre l'idée que la guerre serait gagnée sans bataille (« Nous vaincrons parce que nous sommes les plus forts »). Qui ne se souvient des titres de la grande presse française à sensation ou des commentaires faussement réconfortants de la radio française pendant la campagne de Pologne, les opérations de Finlande et de Norvège (« La route du fer est coupée »), l'hiver 39-40 et l'offensive de mai 40 ?

Tout cela était basé, en grande partie, sur les instructions confidentielles du Commissariat Général à l'Information. Ainsi, quand l'armée et la population française mesurèrent l'abîme qui séparait la réalité des images brossées par leur propagande, le réveil fut terriblement brutal, et le terrain d'autant plus propice au développement de la propagande allemande qui devait continuer si longtemps de déchirer la France et les Français.

Il paraît évident que le Haut Commandement français de

1939 porte à cet égard une lourde part de responsabilité, lui qui a totalement méconnu l'importance de la guerre psychologique moderne. Cette responsabilité, d'ailleurs, le Général d'armée Gamelin, lui-même, la reconnaît, lorsqu'il fait dans ses *Mémoires* parus récemment, cet aveu que chaque officier se doit aujourd'hui de méditer, cet aveu qui explique sans l'excuser l'attitude de l'ancien généralissime :

Fidèle à l'exemple de mon chef vénéré, le maréchal Joffre, j'ai été, écrit Gamelin, un silencieux. J'ai cru que l'armée devait être effectivement la « grande muette » qui travaille en silence. Ai-je eu tort ?

Il m'a été notamment reproché, je le rappelle, d'avoir conservé à toutes mes instructions stratégiques et tactiques d'avant-guerre un caractère secret, tout au moins confidentiel. D'aucuns m'ont dit : « Mais pourquoi n'avez-vous pas cherché à agir sur l'opinion par la presse, par les grandes revues périodiques, par des œuvres que vous eussiez inspirées ? L'opinion se peut orienter. » En dehors des secrets militaires qui, sans conteste, doivent être jalousement gardés, je reconnais n'avoir pas souhaité que certaines discussions fussent portées sur la place publique.

Il m'arrive aujourd'hui, je le reconnais, d'avoir des regrets. Ai-je eu tort de croire qu'il suffisait de travailler en silence, sans le souci des querelles de personnes et des bruits de la rue ? Non, certes, par dédain de la foule ou par orgueil d'esprit. Tous ceux qui ont servi sous mes ordres directs, officiers, sous-officiers, soldats, savent, au contraire, que j'aimais leur contact et m'entretenais volontiers avec eux. Mais par méfiance des réclames tapageuses, car elles me paraissaient indignes de la noble tâche dévolue au commandement militaire. Peut-être ai-je trop oublié que nous sommes au siècle de la radio, du cinéma et des enseignes lumineuses ?

... quand nous réfléchissons aux causes de notre rapide écroulement, il y a un facteur que nous ne devons pas oublier. C'est la « qualité » même de notre ennemi, sa « puissance guerrière », tant morale que matérielle, tant psychique que physique, d'un dynamisme quasi démoniaque.

... pour soulever les montagnes, il faut avoir non seulement le levier et le point d'appui, mais la foi. L'Angleterre avait son bel orgueil national et sa froide volonté, la Russie sa vieille mystique et la flamme des révolutions. Notre cohésion patriotique avait été minée par des influences délétères.

La leçon essentielle de notre défaite, dès qu'on en étudie impartialement les causes, en découle clairement.

Il faut, avant tout, nous refaire des âmes viriles, sachant mesurer les obstacles pour en triompher.

Il faut nous garder des verbiages, des formules sonores et creuses, pour ne penser qu'à l'action.

Il faut parler au peuple, mais non pour le flatter, en ne lui cachant ni les dangers ni les difficultés, encore moins l'étendue des efforts nécessaires.

* * *

Grâce à l'avance qu'elle avait prise, la propagande allemande ne rencontra jusqu'en 1940 aucun adversaire capable de lui résister sur le continent.

C'est alors qu'elle subit son premier grave échec. Elle ne parvint pas à abattre le moral des Anglais. Elle se heurta à l'esprit qu'un Churchill avait inspiré à l'Empire. Avec la bataille de Grande-Bretagne, une phase nouvelle de la lutte commence : la propagande allemande a rencontré un adversaire à sa mesure.

En juin 1940, un Churchill et un de Gaulle n'ont pratiquement plus d'armes. Sur le plan militaire, leur attitude ne pourra être longtemps que défensive ; elle consistera à survivre aux coups de l'ennemi, sans pouvoir les lui rendre. La première victoire alliée sera d'ordre moral. Elle permettra de maintenir l'esprit de sacrifice et de résistance, l'espérance.

Appliquant à leur tour, sur une échelle encore plus vaste, des méthodes semblables à celles de l'Allemagne, visant à traiter et à conduire scientifiquement l'opinion publique, les puissances alliées, avec leurs nouveaux Ministères de l'Information, leur Office of War Information et leurs correspondants

de guerre, vont mettre au service de leur cause l'ensemble de leurs moyens d'information. Et l'on sait ce que cela a signifié pour l'Angleterre, pour les Etats-Unis, sans parler de tous les autres pays qui les ont imités selon leurs moyens.

Grâce à son vieil atavisme impérial, à ses connaissances plus profondes des peuples et de leur mentalité, l'Angleterre va se montrer encore plus habile, dans ce domaine, que l'Allemagne. L'un des exemples les plus remarquables de ses dernières réalisations est celui du « Kurzwellensender Atlantik », poste radiophonique qui fut bientôt écouté dans toute l'Europe. Il présentait de petites émissions d'actualité, encadrées par les meilleurs orchestres de musique de danse. Pour mieux tromper ses auditeurs, Radio-Atlantique enregistrait sur disques les communiqués de la Wehrmacht et certaines nouvelles du D.N.B. qu'il retransmettait ensuite. Les soldats allemands pouvaient ainsi reconnaître la voix de leur speaker habituel. Les commentaires de ce poste anglais insistaient intentionnellement sur le succès des « attaques terroristes » de l'« ennemi », et sur l'héroïsme des chasseurs allemands qui osaient s'attaquer à l'armement formidable des Forteresses volantes, et des Liberators. Après chaque attaque, Radio-Atlantique donnait sur un ton officiel une liste des quartiers attaqués et des immeubles détruits, liste qui était établie sur la base des photographies des pilotes de reconnaissance anglais. Ces informations parvenaient ainsi [aux troupes allemandes,]qu'elles démoralisaient, avant les communiqués officiels de l'O.K.W.

Radio-Atlantique était placé sous la direction de notre confrère Sefton Delmers, ancien correspondant du *Daily Express* à Berlin. Grand connaisseur de l'Allemagne, il était puissamment secondé par les services secrets britanniques. Il pouvait ainsi en diffusant certaines de leurs informations, faire croire à de nombreux auditeurs qu'il se trouvait réellement derrière les lignes allemandes. En interrogeant des prisonniers, il obtenait des détails typiques qui frappaient facilement les soldats de la Wehrmacht. Delmers n'oublia jamais

que la plupart d'entre eux recherchaient Radio-Atlantique pour le choix de ses programmes. Il est une heure de la nuit où presque tous les postes européens se taisent. On trouvait toujours au Kurzwellensender Atlantik de la musique de danse, de courtes histoires humoristiques ou lestes, des nouvelles attrayantes. Le camouflage était si bien réalisé que de nombreux soldats allemands pouvaient écouter Radio-Atlantique sans même se douter de son origine anglaise...

* * *

Dès 1940, travaillant en liaison étroite avec les services secrets, les services de l'information et de la guerre psychologique deviennent l'un des organes les plus importants des état-majors alliés. Dès 1942, cette forme de la lutte est menée par la Section I. N. C. (Information - Nouvelles - Censure) qui dépend directement du Général Eisenhower. Ces services disposent seuls des premières avant-gardes capables de pénétrer à l'intérieur de la Festung Deutschland, sans qu'aucune fortification, aucune DCA, aucune Gestapo ne puissent les arrêter.

Leur mission la plus urgente consistera à s'attaquer aux secteurs les plus vulnérables de l'Europe allemande, ce vaste glacis placé entre la Festung Deutschland et les limites de la Festung Europa, les territoires occupés. Plus tard enfin, ils concentreront leurs forces sur le Reich lui-même.

C'est Radio-Londres qui lance, dans toutes les langues, les premiers appels à la révolte. C'est Radio-Londres qui donne à un Churchill et à un de Gaulle le moyen de multiplier les signaux de la résistance. Dès lors, la bataille psychologique va s'introduire partout. Elle se déroulera dans l'esprit de chaque Européen. Elle n'épargnera personne. Chez beaucoup de Français au patriotisme sincère, elle provoquera un drame de conscience. Elle posera, pour eux, cette question essentielle, obsédante : *A qui faut-il obéir ? Qui parle au nom de la France ? Qui la trahit ? Où est mon devoir ?*

Radio-Londres deviendra vite l'espoir suprême de millions d'Européens. La radio alliée sera l'âme de la résistance. Elle maintiendra la foi en même temps qu'elle servira à transmettre les renseignements et les consignes en vue de la « révolution dirigée ». A l'origine de tous les mouvements de résistance européens, se trouvent ces trois éléments essentiels :

— La radio ;

— Les services secrets qui fournissent, en échange des renseignements transmis, les premiers appuis matériels ;

— La presse clandestine, qui surgit dès que le contact est établi entre quelques patriotes. C'est d'abord une petite feuille dactylographiée que l'on se transmet d'une main à l'autre. C'est ensuite cette presse clandestine qui connaît bientôt à travers tout le continent un développement prodigieux et qui triomphe de la police la mieux organisée de tous les temps.

Aux prises avec ces armes-là, le Reich essuya ses premiers échecs.

* * *

La guerre militaire a pris fin en Europe depuis plus de deux ans. Mais la guerre psychologique, elle, se poursuit ; elle s'amplifie, se perfectionne et risque, sans doute, de durer longtemps.

Avant d'observer les formes nouvelles qu'elle prend, il reste à voir comment la Suisse — qui subit depuis plus de dix ans, avec plus ou moins d'intensité, cette phase de la guerre totale qui s'adresse aux esprits — fait face aux menaces dont elle est l'objet, comment elle résiste aux propagandes et aux idéologies étrangères. Il reste à voir si notre pays a su, mieux que la France, résoudre, en temps de guerre et en temps de paix, le problème de l'information.

(A suivre.)

Plt. R.-H. WÜST.
