

La guerre psychologique de 1945 à 1952

Autor(en): **Wüst, René-Henri**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Revue Militaire Suisse**

Band (Jahr): **97 (1952)**

Heft 9

PDF erstellt am: **15.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-348504>

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.

La guerre psychologique de 1945 à 1952

La guerre psychologique qui oppose Washington à Moscou n'a pas éclaté le 8 mai 1945. Dès la formation des premiers maquis européens et bien avant Yalta, l'Europe se trouva virtuellement partagée en zones d'influence ; la bataille russo-américaine commença dans l'esprit de nombreux Européens. Alors que les armées des deux « très grands Empires » fraternisaient encore, leurs propagandes s'affrontaient déjà.

Ce qui s'est passé ces dernières années en Europe orientale et en Asie — où les camions de radio, les imprimeries et les cinémas motorisés arrivèrent en même temps que les blindés soviétiques et où, parfois, ils entrèrent en action avant que fussent distribués les premiers secours aux populations — montre le profit que Moscou a su tirer des méthodes enseignées par Lénine.

La propagande soviétique s'exerce du haut en bas de l'échelle sociale, dans toutes les dimensions de l'activité humaine : professionnelle, familiale, sportive, culturelle, religieuse. L'une de ses manœuvres les plus habiles fut certainement sa fameuse « offensive de paix », fondée sur l'« Appel de Stockholm », et destinée à ralentir le réarmement allié.

La propagande communiste a le mérite d'être fort simple. Elle emploie des mots qui répondent aux aspirations éternelles de l'homme tels que la paix, la justice, l'égalité, la liberté. Elle sait concentrer toute sa puissance sur un seul thème : ce fut d'abord le « fascisme », puis les « criminels

de guerre », suivis de la « bombe atomique », du « réarmement allemand », de « la paix » et, de nos jours, de la « guerre bactériologique ». La propagande communiste se sert de tous les moyens d'expression. Elle les emploie tous ensemble en les adaptant avec une souplesse extraordinaire au milieu auquel ils s'adressent.

Il nous paraît inutile en 1952 de souligner plus longuement sa puissance et son efficacité. Ce sujet est trop connu de nos lecteurs. Examinons plutôt les moyens qui lui sont opposés.

* * *

Dans l'intérêt du monde libre, les Etats-Unis livrent une bataille qui paraît d'autant plus difficile qu'elle les oblige souvent à adopter des méthodes qui étaient jusqu'ici celles des seuls adversaires de la liberté...

On a déjà montré ici-même comment les Anglo-Saxons ont su forger, dès le début de la deuxième guerre mondiale, une arme psychologique qui ne tarda pas à devenir un élément important de la stratégie alliée. Leur propagande qui était, à l'origine, purement militaire ne tarda pas à devenir politique. Dès 1945, elle déborda de ce cadre. Les « Public Relations » étaient nées ; la publicité « classique » telle qu'on la connaît encore en Europe se trouvait largement dépassée. Ce développement de la propagande depuis 1945, dans tous les domaines de l'activité humaine, constitue un fait nouveau dont il ne semble pas que les élites des pays démocratiques aient déjà mesuré l'importance. Dans l'ouvrage remarquable qu'il a consacré à « La propagande, nouvelle force politique », M. Jacques Driencourt, grand prix de la Fondation nationale française des Sciences politiques, rappelle le rôle qu'elle joue maintenant :

Depuis la fin de la seconde guerre mondiale, la Propagande règne sur le monde. Elle a sa place officielle dans tous les Etats,

son siège dans les gouvernements à côté de la Police, de la Justice ou des Finances. Que ce soit en Afrique ou en Asie, dans les Balkans ou dans les Antilles, elle figure en bonne place dans la quasi-totalité des institutions nationales sous forme de Secrétariat ou de Ministère d'Information ou de Propagande. Elle n'est pas l'apanage des seules grandes puissances. Les nations les plus faibles, les pays les plus isolés, les Etats les plus jeunes l'ont mise à leur service. Elle ordonne toute la politique intérieure et internationale. Dans ces mois de misère où le rétablissement de la paix semble impossible, on ne se soucie guère plus du véritable bonheur des peuples ; les gouvernants n'ont plus, apparemment, qu'une préoccupation : s'attacher l'opinion en satisfaisant les intérêts immédiats des masses et en mettant de leur côté la popularité et le bon droit. Le monde, en outre, prend conscience de sa division en deux blocs dont la rivalité politique est en grande partie causée et entretenue par une opposition doctrinale incontestable. Chaque événement est transformé et exploité en incident à la face de l'univers ; il est l'occasion de prendre véhémentement parti, d'affirmer une position prétendument supérieure en vertu de principes intangibles. Chefs d'Etat et chefs politiques lancent par-dessus les frontières des déclarations et des discours sensationnels et enflammés comme s'ils voulaient par là soulever les nations en leur faveur. Mais elles restent étonnées et lassées ; ces procédés sont trop visiblement intéressés pour émouvoir. L'opinion mondiale est assoiffée de calme et de tranquillité ; elle souhaite qu'on lui parle de bonheur, de paix, de prospérité. On ne cesse, hélas ! de l'agiter dans l'éventualité d'une nouvelle catastrophe ; on agit exactement comme si l'on voulait la provoquer.

La guerre psychologique qui triompha pendant le conflit se poursuit après la victoire. La presse et la radio se mettent au service des nationalismes pour accuser leurs rivaux et dénoncer leurs prétendues entreprises. Les événements qui se succèdent depuis 1945 ne sont que les tableaux successifs d'une gigantesque mise en scène montée par les hommes d'Etat devant les

citoyens du monde. Tout est prétexte au déclenchement de campagnes d'opinion forcenées.

Rappelons-les brièvement.

C'est l'affaire de Trieste qui, les armes à peine refroidies, trouble déjà la sécurité du monde et empoisonne l'atmosphère politique internationale. La Vénétie Julienne devient une marmite où les passions bouillonnent, prêtes à s'enflammer. C'est la question de l'Iran, un instant l'enjeu de la rivalité des Grands, qui risque de rallumer la guerre parce que les intérêts pétroliers se dissimulent derrière des prises de position politiques passionnées. Puis la question des Détroits revient échauffer les esprits ; la guerre civile en Grèce permet aux deux plus Grands de s'affronter en dénonçant leurs impérialismes. C'est le problème atomique, celui du désarmement, ou l'élaboration des traités de paix, qui sont l'occasion de campagnes véhémentes. Le blocus de Berlin est le point crucial d'une crise que l'on baptise justement « guerre froide » et qui n'est qu'une épreuve de force, matérielle et psychologique. Il s'agit, pour les Alliés de l'Ouest, bien moins de garder la moitié de l'ex-capitale allemande ou de préserver ses habitants des représailles bolchéviques, que de prouver au monde d'une manière éclatante que les démocraties ne capitulent pas devant la duplicité des Soviets. Et ceux-ci continuent de se retrancher cyniquement derrière les difficultés techniques qui interdisent la reprise du trafic vers la ville. Le Komintern est ressuscité sous le nom de Kominform pour coordonner l'action des partis communistes européens, ce qui est le moyen de synchroniser et de décupler les efforts faits par chacun d'eux auprès des opinions nationales. Le « cas Tito », s'il laisse dans l'embarras, sinon les gouvernants, du moins les opinions nationales qui ne savent qu'en penser, fournit aux antagonistes un nouveau thème de propagande. Le « titisme » est célébré par les uns comme le premier échec fondamental de la politique moscoute, la première tentative de rébellion contre l'internationalisme bolchévique ; les autres dénoncent en lui la trahison, vitupèrent les crimes, les vices, le sadisme des dirigeants yougoslaves vendus

à l'impérialisme capitaliste. De l'autre côté du rideau de fer, le Plan Marshall, s'il a une valeur économique suffisamment appréciable pour avoir sauvé l'Europe de l'asphyxie, en a une non moins grande dans l'ordre psychologique. Il permet aux Etats-Unis, en assurant le maintien du niveau de vie des masses européennes, d'obtenir la garantie que la misère ne les jettera pas dans les rets du bolchévisme. Assurance contre le communisme, le Pacte de l'Atlantique le transforme en contrat multilatéral à long terme. Tous deux sont évidemment l'objet de campagnes, de débats, de discours passionnés. On dénonce la marshallisation comme on a vilipendé la bolchévisation. On se qualifie d'agresseur, de traître, de vendu ou d'impérialiste. Ce n'est qu'une occasion. La guerre de Palestine, celle de Chine, celle de Corée, sont encore des prétextes à des violences spirituelles, des calomnies, des protestations.

L'Organisation des Nations Unies elle-même, qui a fondé une institution spécialement chargée de promouvoir la collaboration entre les nations par la compréhension mutuelle en développant la diffusion de l'éducation, de la science et de la culture, est devenue un immense forum de propagande, où la « diplomatie sur la place publique » s'exerce à l'échelle mondiale. C'est l'occasion magnifique offerte aux hommes d'Etat de proclamer très haut leur bonne volonté en dénonçant les manœuvres adverses d'impérialismes et les desseins d'agression.

Mais à quoi bon poursuivre cette revue ? La Propagande règne, triomphe. Tout est Propagande. Elle imprègne tout, elle déforme tout. C'est désormais en fonction de la Propagande que l'on pense, que l'on agit et que l'on réagit.

Le règne contemporain de la Propagande est un fait. C'est une caractéristique d'une nouvelle forme de civilisation. Les historiens de l'avenir diront que le XX^e siècle fut le siècle de la Propagande.

* * *

Le plan Marshall devait donner un nouvel essor à la propagande américaine. En collaboration avec le haut-commandement des forces armées, M. Georges Allen prit la direction du nouvel organisme qui succéda à l'« Office of War Information » du temps de guerre. Mais cet effort parut insuffisant à de larges milieux américains et, notamment, à M. John Foster Dulles qui présenta au général Marshall un plan plus ambitieux :

Il nous faut, déclara à l'époque M. Foster Dulles, une organisation capable de lutter avec le parti communiste sur le terrain même où il opère et remporte des victoires. Et s'il est sage que les Etats-Unis fassent un gros effort pour développer leur force militaire, ce serait un jour bien sombre pour la liberté si jamais cette force devait être utilisée, parce que l'Amérique aurait négligé de gagner à temps la guerre psychologique.

L'organisation préconisée par l'homme d'Etat américain devait prendre la forme d'un Département — auquel il donnait le nom de « Département de Défense non militaire » — et son chef devait être membre du cabinet présidentiel :

Le but fondamental de cette organisation, dit M. Foster Dulles, serait de dire la vérité et d'aider ceux qui veulent dire la vérité. Au lieu du « murmure confidentiel de la Voix de l'Amérique » (les émissions sur ondes courtes du Département d'Etat), il faudrait des relais dans le monde entier. Et par-dessus tout, il faudrait aider les journaux des pays libres en leur donnant en quantité le papier nécessaire pour imprimer l'« histoire réelle, comme elle s'est passée ».

Ce projet de M. Foster Dulles n'a pas été entièrement réalisé par le gouvernement américain. Celui-ci s'est borné à créer le « Psychological Strategy Board » (PSB). Comité interministériel, il comprend les sous-secrétaires d'Etat et de la Défense et le directeur des services secrets (« Central Intelligence Agency »). Depuis un an, il a été réorganisé sous la direction de M. Gordon Gray, ancien secrétaire d'Etat à

l'armée, qui a été chargé de coordonner l'activité de tous les services de propagande américains et, selon ses propres déclarations, de *diriger tous les aspects non militaires de la guerre froide dans laquelle nous sommes engagés avec la Russie soviétique et le communisme international.*

Mais le PSB se contente le plus souvent de mettre au point des directives d'ordre général dont l'application est confiée aux organes d'information des divers ministères et armes qui sont eux-mêmes très puissants (rappelons seulement les luttes engagées devant l'opinion publique entre l'aviation et la marine...). L'influence du PSB paraît assez limitée, si l'on en juge par les déclarations parfois contradictoires auxquelles se livrent encore les plus hauts dirigeants de l'Etat fédéral et de ses forces armées. On ne saurait dire du PSB qu'il ait réussi à élaborer une véritable stratégie de la guerre psychologique, telle que la préconisait M. Foster Dulles.

De nombreux Américains déplorent ses erreurs et ses faiblesses. D'aucuns voudraient, comme M. James Burnham, que le PSB, qui est déjà chargé de fournir des fonds et du matériel de propagande (tracts, émetteurs de radio, presses clandestines) aux adversaires européens du communisme, reprenne sur une large échelle les méthodes des mouvements de résistance pendant la dernière guerre de manière à porter dès maintenant la « discorde chez l'ennemi ».

Mais ces idées se heurtent à l'opposition de chefs militaires qui estiment que la faiblesse actuelle des forces militaires stationnées en Europe occidentale ne permet pas encore d'employer de tels moyens qui présentent des risques évidents.

L'Amérique, disent ces milieux, n'est pas en mesure de « jouer au poker ». Il serait extrêmement maladroit de prendre bruyamment des engagements et des sanctions qu'en l'état actuel de nos forces armées nous serions incapables de tenir. Ce serait nous placer volontairement dans une impasse, d'où l'on ne pourrait sortir que par une guerre ou par une retraite catastrophique pour le prestige des Etats-Unis.

La conception de la « guerre tiède » se heurte aussi à l'opposition du Congrès qui limite les fonds destinés à cette forme de la lutte ; ceux-ci ne dépassent pas 200 milliards de dollars au chapitre de la propagande officielle. Elle se heurte enfin à l'opposition de ceux qui pensent qu'il vaut mieux employer, sur ce plan-là, des moyens officieux et indirects qui leur paraissent plus efficaces que ceux de l'Etat et, en définitive, moins compromettants. De nombreuses organisations américaines officieuses ou privées ont déjà entrepris de combattre le communisme dans le monde entier avec des méthodes auprès desquelles celles qui étaient employées il y a une douzaine d'années paraissent bien primitives...

L'action anti-communiste se déploie, comme celle de son adversaire, sur tous les plans. Elle inspire tous les moyens d'expression — radio, presse, agences d'information, publications, cinéma — qui exercent leur influence à l'étranger et qui s'efforcent d'y répandre les thèses américaines. *Le papier journal*, écrivait, le 31 mars 1952, le général Eisenhower, *est plus que la munition de la guerre froide ; il constitue l'une de nos armes les plus puissantes*. Et le commandant en chef du Shape d'insister à cette occasion sur *l'importance stratégique de la pénurie de papier-journal en Europe*.

Sur la proposition du PSB, le Congrès a décidé en 1950 que les « idées américaines devaient recevoir une diffusion plus large en Europe », et selon le « New York Times » du 7 janvier 1951, les objectifs suivants ont été assignés à la propagande américaine :

1. Mieux éclairer l'opinion publique des pays libres de l'Ouest sur le danger de l'impérialisme russe afin de secouer son apathie.

2. Multiplier surtout les « atomes crochus » entre l'Amérique et l'Europe, cultiver l'amitié des individus influents : journalistes, écrivains, acteurs, poètes, artistes de radio, etc.

Le Département d'Etat a mis au point l'an dernier ce qu'il appelle le « Soutien secret des Etats-Unis à la publication

et à l'exportation de livres » qui doit servir à subventionner les organisations privées chargées de publier des livres et des brochures, de les exporter, de créer des filiales à l'étranger :

La plupart de ces textes, a déclaré M. Dan M. Lacy, chef de la division des Centres d'information à l'étranger du State Department, présenteront le point de vue américain sur les problèmes internationaux contemporains. Ces ouvrages seront rédigés par des personnes du pays que l'on veut toucher, pour accroître l'efficacité de la propagande. Citant l'exemple d'une biographie d'Abraham Lincoln destinée aux enfants coréens, M. Dan M. Lacy a ajouté : *Ce livre est coréanisé (koreanized) à un point tel que les illustrations représentant Lincoln et sa famille ont quelque chose d'oriental pour ne pas paraître bizarre au lecteur coréen.*

En France, l'« United States Information Service » a créé un grand centre d'information installé à l'Hôtel Astoria à Paris et six filiales à Lille, Strasbourg, Lyon, Bordeaux, Marseille et Alger, qui disposent d'un matériel abondant, de livres, de journaux, de brochures, de films et de disques.

Le Département d'Etat entend « accentuer la bataille des idées », ceci en premier lieu là où stationnent des troupes américaines, en appliquant ce qu'il appelle le « programme d'appui psychologique des troupes ». Ce programme comprendra la diffusion en France de plus de deux millions de brochures, la rédaction d'articles à 150 dollars l'article, l'organisation de deux expositions spécialisées et la projection de trente bandes filmées à 300 dollars chacune.

L'activité américaine est particulièrement intense sur le plan syndical. C'est ainsi que l'« American Federation of Labor » a envoyé en mission spéciale en Europe M. Irving Brown qui a fait au journal *Le Monde*, le 17 juin 1952, les déclarations suivantes :

Depuis 1945, l'AFL a un programme spécial d'aide au mouvement syndical européen. Ce n'est pas avec de la propagande

qu'on peut d'abord lutter contre le communisme. Quand je faisais mes campagnes syndicales dans les usines, je ne commençais pas par distribuer des tracts, mais je m'efforçais de trouver des hommes, de constituer un noyau. Les tracts venaient ensuite. A l'échelle de l'Europe, c'est la même chose. Il faut placer aux bons endroits des gens efficaces...

Notre tâche est de mener une lutte d'avant-garde, d'expliquer la politique américaine et aussi de l'influencer. Que M. Bevan le veuille ou non, l'Amérique a une position telle aujourd'hui qu'elle est forcée de jouer un rôle de direction dans le monde.

Comme notre confrère lui demandait ce que cela signifie pratiquement, M. Brown lui répondit :

L'AFL verse chaque année quelque 100 000 dollars en Europe depuis 1945, dont la plus grosse partie a été pour la France. Nous dépensons beaucoup pour Force Ouvrière. Cela est tout à fait normal. Le syndicat des mineurs américains a été jadis soutenu lui aussi par les syndicats d'Europe. Nous allons au reste amplifier notre aide, bien que les autres syndicats fassent eux-mêmes un effort maintenant.

De son côté, la Confédération internationale des syndicats libres, qui lança en juillet 1951 à Milan le slogan suivant : « L'impérialisme rouge a remplacé l'espace vital de Hitler », a déjà consacré 70 000 dollars à une campagne de trois ans en Europe, au Moyen-Orient, en Afrique, en Amérique latine et en Extrême-Orient « pour le développement des syndicats libres ». Cette campagne comporte l'organisation de « cours d'information » destinés aux militants et aux secrétaires syndicalistes comme ceux que donne « Force Ouvrière » au château de la Brévière, près de Compiègne. *Les syndicats, écrit le « Monde », sont un des meilleurs tremplins de l'action psychologique parce qu'ils travaillent en pleine masse et parce qu'ils peuvent être alimentés de l'extérieur sous le prétexte, fort défendable, de solidarité professionnelle internationale.*

Aux organisations communistes ou, pour employer un terme à la mode, « crypto-communistes », qui exercent une grande influence dans les milieux intellectuels européens, les Américains opposent à leur tour des organisations telles que la « Campagne européenne pour la jeunesse », le « Congrès de la liberté et de la culture » dont le siège est à Paris, les « Amis de la Liberté », les « Jeunes Amis de la Liberté », l'« Association des femmes pour la Paix et la défense des libertés humaines » l'« Association française des amis du cinéma », l'« Œuvre du XX^e siècle » et d'autres institutions financées ouvertement par divers milieux américains. Elles participent toutes, plus ou moins activement, à la bataille psychologique qui se déroule en Europe entre les deux très grandes puissances.

Lors de ses négociations avec les Etats étrangers, Washington s'est toujours efforcé d'obtenir dans le domaine de l'information une liberté d'action aussi étendue que possible. Pour ne citer que deux exemples, rappelons qu'en vertu d'accords négociés par M. Blum la France s'est engagée à absorber chaque année un nombre imposant de films américains et qu'au moment de venir en aide à la Grèce, le Département d'Etat a exigé que soit inséré sous chiffre 7, dans l'accord passé entre les deux pays, la clause suivante : *Les deux gouvernements collaborent à la diffusion d'informations aux peuples grec et américain sans réserve.*

En principe, on ne saurait évidemment reprocher aux Etats-Unis de mener une lutte active contre le communisme qui menace tous les pays démocratiques et qui les aurait déjà subjugués sans leur appui. On ne saurait leur reprocher non plus d'employer dans cette bataille les armes et les méthodes qui leur paraissent les plus efficaces et de tenter, à leur tour, de mettre au point une « arme psychologique » qui est, à notre époque, un élément essentiel d'une défense totale.

Cependant, comme les armes atomiques ou bactériologiques, celle qui vise à la conquête des esprits présente des

dangers qui méritent d'être mieux connus de tous ceux qui pourraient être amenés un jour à l'employer et qui en subissent déjà certains effets...

D'éminents Américains et de fidèles amis de leur pays sont d'ailleurs les premiers à s'en inquiéter. Nous avons cité les avertissements d'un Walter Lippmann, ceux d'un Bertrand de Jouvenel ou encore ceux d'un excellent correspondant suisse de Washington, Georges-Henri Martin. Voici, telles qu'elles ont paru dans le *New York Times Magazine* du 4 novembre 1951, les réflexions d'un des connaisseurs les plus avertis des réactions de l'opinion américaine qui n'est autre que M. George Gallup et qui s'inquiétait de l'idée exagérée que se font ses concitoyens de la puissance destructrice des bombes atomiques. Dans leur esprit, disait-il, quelques bombes A suffiraient à détruire toute une nation. Cette idée, ajoutait Gallup, est dangereuse si on la rapproche d'une autre conception courante selon laquelle les Américains ne peuvent perdre aucune guerre :

Nous avons l'illusion, écrit Gallup, que nous pouvons gagner la troisième guerre mondiale, rentrer vite chez nous et vivre heureux après. Ainsi, poursuit Gallup, de nombreux Américains ont dit à nos enquêteurs : « La guerre avec la Russie est inévitable, alors, allons-y pour mettre fin à nos soucis... »

Gallup critique cette manière de voir qui ne tient pas compte à son avis d'un fait que les Européens, eux, ont compris : à savoir que même le vainqueur de la prochaine guerre souffrira vraisemblablement plus que le vaincu des guerres passées.

Qui est responsable de cette ignorance généralisée et qui faut-il blâmer ? se demande Gallup : *Le public lui-même qui se préoccupe davantage des matches de football ou de la chronique de Hollywood que des événements mondiaux : les éducateurs ensuite, qui en distillant un morne et ennuyeux enseignement ont entraîné les jeunes à préférer à la culture désintéressée la recherche immédiate d'un gain matériel ; enfin les journaux.*

Gallup se demande s'ils n'ont pas perdu le sens de leur mission en ayant donné trop de place aux « comics », aux sports ; l'opinion de la grande majorité de chefs de rubriques des grands journaux interrogés par Gallup est que la presse américaine présente assez mal les informations, tant sur la politique nationale que sur les questions étrangères.

Parmi les erreurs qui profitent à l'« agresseur éventuel » et qui contribuent à entretenir des illusions dangereuses, citons le fameux numéro spécial de la grande revue *Collier's* qui présentait une « vision anticipée » de la troisième guerre mondiale où des reportages datés de Moscou et de Kharkov en 1960 décrivaient l'invasion de l'URSS par les Américains, la capture du fils de Staline, la descente des parachutistes américains dans l'Oural, le défilé de mode américaine devant les femmes russes, la « démocratisation » du peuple soviétique, la « fraternisation » entre jeunes filles soviétiques et parachutistes américains, la présentation de la revue américaine *Guys and Dolls* dans le grand théâtre de Moscou, publication qui inspirait au professeur Jacques Freymond, dans la *Gazette de Lausanne*, le commentaire que voici :

La guerre des idées exige de ceux qui la doivent mener quelque subtilité d'esprit, un certain sens de la psychologie des foules qui leur permettra de saisir les tendances et les réactions de l'opinion publique. A en juger par ce numéro de Colliers, les enseignements de psychologie et de psychologie sociale largement diffusés dans de nombreux départements de relations internationales n'ont pas encore porté leurs fruits... »

La propagande soviétique bénéficie d'une longue expérience, ce qui lui permet de s'adapter avec une souplesse extraordinaire à tous les pays et à tous les milieux.

Au contraire, l'« arme psychologique » américaine paraît souffrir d'une rigidité qui paralyse souvent son action.

Il est vrai que, mettant en pratique un libéralisme que l'on aimerait voir plus répandu de ce côté de l'Atlantique —

et en particulier dans ce petit pays que nous connaissons bien et qui aime à se parer du titre de « plus vieille démocratie du monde », — les Américains sont les premiers à reconnaître les faiblesses de leur propagande. L'un de leurs périodiques les plus répandus, le *Readers Digest*, a eu l'intelligence de reproduire ces vérités très dures qu'un journaliste canadien, M. Bruce Hutchinson, avait écrites à l'intention des Américains :

Malgré vos dons en argent, votre courage et vos sacrifices en vies humaines, vous courez le risque de devenir la nation la plus puissante et la plus impopulaire du monde en dehors de la Russie. La raison majeure est que, dans votre quête maladroite de la popularité, vous avez toujours oublié que les autres peuples ne sont pas des Américains en puissance, et ne le seront jamais, et qu'ils peuvent devenir pour vous des amis très loyaux et très utiles en restant eux-mêmes.

* * *

D'aucuns paraissent s'accommoder assez facilement de cette forme nouvelle de la guerre ; ils n'en ont sans doute pas encore mesuré tous les dangers.

Après avoir constaté, dans la *Revue de Défense Nationale* de Paris, d'avril 1948, que la propagande a contribué à rendre la guerre totale, qu'elle l'a rendue permanente, le capitaine Argoud écrit par exemple qu'il appartient au gouvernement lui-même de penser, de coordonner et de mettre en œuvre la guerre psychologique. Ce doit même être une partie importante de sa tâche quotidienne. C'est à lui de prendre cette arme bien en main, de manière à éviter que l'on en fasse un mauvais usage. Une arme en effet qui permet de pénétrer jusqu'au plus profond de toutes les cellules de la société est une arme plus dangereuse que la bombe atomique, puisque aussi bien c'est elle qui en commande l'emploi.

Et cet officier français d'ajouter :

La guerre psychologique est vouée à l'insuccès s'il n'y a pas centralisation absolue. L'idéologie motrice doit ensuite être définie, qui marquera de son empreinte les organismes culturels, au nom de laquelle sera actionnée toute sa propagande, à l'intérieur comme à l'extérieur, pour laquelle on demandera en dernier ressort aux individus de risquer leur vie.

Ce qui n'empêche pas le capitaine Argoud de terminer, il est vrai, en conseillant aux Français de *tendre leurs énergies pour lutter contre les propagandes ennemies* et *d'exercer au maximum leur esprit critique, seule riposte efficace à la propagande.*

Pour notre part, nous ne saurions nous satisfaire de telles conclusions.

En effet, parce que l'arme psychologique tend à rendre la guerre totale permanente, convient-il d'abandonner dès maintenant à l'Etat — un Etat qui est déjà très puissant et qui ne tarderait pas, si on ne lui résistait, à devenir ce Minotaure effrayant si bien décrit par quelques écrivains — l'emploi de cette arme plus dangereuse que la bombe atomique, cette arme qui lui servirait — pour reprendre des définitions du capitaine Argoud qui nous paraissent très justes — à « pénétrer jusqu'au plus profond de toutes les cellules de la société » au moyen d'une « centralisation absolue » et après « avoir défini une idéologie motrice » ?

Nous ne voyons pas en quoi cette conception serait différente de celle du Kremlin.

Pour échapper à son emprise, faut-il adopter toutes ses méthodes ? Pour lui résister, faut-il sacrifier d'ores et déjà celle de nos libertés personnelles qui est la plus précieuse, celle que l'on garde même en prison et aussi longtemps que la vie, celle à laquelle il vaut la peine de sacrifier son existence, la liberté de pensée ?

Pour sauver nos libertés, faut-il les détruire nous-mêmes, tout de suite ?

Ce serait, je crois, faire exactement ce que nos adversaires attendent de nous.

* * *

Mais alors, dira-t-on, comment se préserver des « armes psychologiques » étrangères ? Comment sauvegarder notre liberté de pensée ? Comment protéger ce que l'ancien directeur de la *Revue militaire suisse* appelait le « facteur moral qui domine tous les autres » ?

Il va de soi qu'il ne saurait être question pour nous de prétendre apporter ici à des questions aussi graves des réponses définitives.

La guerre psychologique est en plein développement. Comme la guerre atomique, elle met entre les mains des hommes des moyens nouveaux tels que la télévision dont la puissance future ne peut encore se mesurer.

Mais en allant au plus pressé et en les ramenant aux limites de la Suisse, on verra dans quelle mesure quelques solutions aux problèmes que la guerre psychologique pose pour elle peuvent être esquissées.

Capitaine RENÉ-HENRI WÜST

(A suivre)

P. S. — Au moment de mettre sous presse, nous apprenons que le P.S.B. vient d'être l'objet d'une nouvelle réorganisation.

Il sera dirigé désormais par l'amiral Alan Kirk, ancien ambassadeur des Etats-Unis à Moscou, actuellement président du « Comité de libération des peuples russes ». L'amiral Kirk dépendra directement de la Maison-Blanche. D'après l'agence France-Presse, cette nomination signifierait que les Etats-Unis « viennent d'engager la deuxième manche d'une bataille qui jusqu'ici paraissait compromise ».
