

*" Ceux qui sont experts dans l'art de la guerre soumettent l'armée ennemie sans combat. "*

*Sun Zi*

## INTRODUCTION

Si la guerre bactériologique, la guerre chimique et la guerre nucléaire ont aujourd'hui pris place dans la terminologie militaire et dans la conscience des peuples, il n'en est pas de même de l'utilisation de la manœuvre psychologique. Les crises de la dernière décennie font pourtant apparaître l'importance que revêt aujourd'hui le fait psychologique : de la fosse commune de l'hôpital roumain de Timisoara, présentée comme un charnier, à l'exhibition des soldats des Nations Unies attachés par les combattants serbes aux poteaux des carrefours qu'ils étaient supposés défendre, l'utilisation de l'arme psychologique est désormais systématique.

L'objet de cette étude est de déterminer la place qu'elle occupe aujourd'hui dans la stratégie militaire : partout et de tous temps elle a en effet été utilisée par les combattants, mais il semble qu'elle soit devenue une condition indispensable au succès des opérations militaires.

Après avoir tenté de définir ce qu'est la manœuvre psychologique, ensemble de la guerre psychologique, dirigée contre l'ennemi, et de l'action psychologique, qui vise les populations amies, nous tenterons d'analyser ce que cette manœuvre peut apporter quand elle est menée avec intelligence, en soutien des opérations militaires classiques. Nous tenterons enfin de déterminer la place qu'elle occupe dans la guerre moderne, et soulignerons à la fois la prééminence des actions dirigées vers les populations amies et le rôle décisif que jouent désormais les médias dans le succès de l'arme psychologique.

## 1. LA GUERRE PSYCHOLOGIQUE

Donner une définition précise de ce que recouvre la guerre psychologique n'est pas sans difficulté, tant sont nombreuses les différentes acceptions de ce terme : elle apparaît en effet à la fois comme un moyen opérationnel supplétif de l'action militaire, comme une ramification de l'action politique, et comme une science de la guerre

totale. L'existence sur le plan de la politique et de l'Histoire de l'arme psychologique n'est pourtant pas contestable : elle a de tous temps fait partie de la guerre, mais se distingue par le fait que la violence qu'elle utilise est dirigée contre les esprits et non contre les personnes physiques et les biens.

Raymond Aron la définit comme " l'action exercée sur le moral de l'adversaire ". Les progrès des techniques ont permis de passer peu à peu de la guerre conduite de façon psychologique à la guerre psychologique elle-même, qui semble en définitive être apparue en tant que telle dans les conflits du vingtième siècle.

Avant de dresser un inventaire des principaux aspects de la guerre psychologique, il convient de faire une remarque fondamentale : elle ne doit pas être considérée comme la solution de tous les problèmes qui se posent aux chefs militaires. Elle ne peut, en effet, en aucun cas remplacer la bataille, car l'utilisation de la force matérielle reste le plus souvent nécessaire à la victoire. Il apparaît cependant qu'il est désormais efficace de s'attaquer à l'ennemi autrement que matériellement, pour le priver de ce qui lui est devenu indispensable : le soutien de sa population. La guerre psychologique n'est donc ni une arme absolue, ni une arme mineure, mais elle représente le moyen idéal pour remporter la bataille des opinions. Elle est par conséquent au cœur de l'acte de guerre, dont le but véritable est non pas l'anéantissement de l'adversaire , mais la victoire, entendue comme le renoncement de l'autre.

La guerre psychologique inclut le retournement, c'est-à-dire l'action de convaincre les adversaires de changer de camp. Elle comprend également la manipulation des chiffres : tromper l'ennemi sur les effectifs dont on dispose, sur les performances des armes que l'on met en œuvre, sur le nombre des pertes à l'issue d'un conflit sont des stratagèmes qui ont toujours été utilisés par les combattants, en temps de paix comme en temps de guerre.

Elle inclut également le vaste domaine des opérations spéciales, qui sont pour l'essentiel de trois types : la désinformation, la propagande et l'influence.

La désinformation est l'action de tromper l'ennemi en lui fournissant de fausses informations dont il se servira pour tirer les conclusions souhaitées. Les services tchèques, par exemple, placèrent dans les années 60 un certain nombre de leurs agents à des postes importants des gouvernements de quelques pays en voie de développement, en particulier dans la République Arabe Unie et en Algérie. Ces agents avaient pour mission principale de faire circuler de faux renseignements sur l'activité des Etats-Unis contre les pays arabes, et de provoquer ainsi la méfiance de ces derniers contre l'Occident.

La propagande est probablement l'opération spéciale la plus utilisée en matière de guerre psychologique, tout particulièrement par les services de renseignement des régimes totalitaires ; elle est de deux types. La " propagande blanche " émane ouvertement d'une source ennemie ; elle est donc nécessairement limitée dans ses

effets car elle ne peut jouir que d'une crédibilité limitée. Les sympathisants français du régime hitlérien ou les communistes non soviétiques faisant l'éloge de l'URSS sont ainsi de manière si évidente des instruments de l'étranger que leur action ne peut avoir d'impact que sur ceux qui partagent déjà leurs idées.

La " propagande noire ", en revanche, trompe sur son origine et, partant, rend plausibles des mensonges délibérés. Un exemple en a été donné par les stations de radio anglaises sensées être favorables au régime nazi et qui diffusaient des informations, prétendument confidentielles, dénonçant les " traîtres " qui gouvernaient la patrie allemande au nom du Führer.

Le troisième type d'opérations spéciales est constitué par les opérations d'influence : Ses modes d'action sont variés, des tentatives par des agents haut placés d'influencer l'ennemi dans un secteur donné de sa politique, au soutien apporté aux organisations extrémistes dans le but de déstabiliser la société adverse. C'est bien cette influence que préconisait Sun Zi lorsqu'il recommandait de dresser, dans la nation-cible, les jeunes contre les vieux, c'est-à-dire de creuser un fossé entre les générations. Contrairement à la désinformation et à la propagande, l'influence ne cherche pas à attirer l'attention ; elle est par conséquent relativement plus délicate à organiser car elle génère des risques politiques, tels que les rétorsions contre leur pays d'origine. Elle doit donc s'inscrire dans une stratégie offensive globale.

La guerre psychologique englobe également la subversion, qui n'est plus utilisée aujourd'hui comme un auxiliaire de la guerre classique, mais comme une arme majeure. Elle consiste à susciter à l'intérieur de l'Etat ennemi un processus de pourrissement de l'autorité, tout en utilisant de petits groupes de prétendus partisans pour engager une guerre révolutionnaire de libération. Ce mode d'action met en évidence le fait que la guerre psychologique fait disparaître la distinction entre guerre et paix. Il s'agit en effet ici d'une guerre non conventionnelle, étrangère au droit international et aux règles habituellement reconnues de la guerre. Affranchie des barrières de temps et de lieux, elle ne s'arrête pas à la fin des hostilités : elle devient consubstantielle aux rapports politiques des Etats. La subversion permet donc d'avancer que la guerre moderne, qui ne se déclare plus, est, au niveau politique, avant tout de nature psychologique et que c'est désormais le combat sur le terrain qui est devenu l'auxiliaire de la guerre psychologique.

L'un des aspects les plus controversés de la guerre psychologique concerne l'utilisation de la violence. Celle-ci est par définition une constante de la guerre ; elle est parfois utilisée à des fins psychologiques, pour démontrer, sans même avoir à en faire la preuve matérielle, une supériorité à ce point écrasante qu'elle fait apparaître toute réaction comme inutile. C'est dans ce but, poussé à l'extrême, qu'est utilisée la terreur, qui permet d'obtenir un effet annihilant toute volonté par l'exercice réel de la violence. Quel que puisse être le bien-fondé des critiques morales dont la terreur fait l'objet, elle obtient des résultats indéniables. A cette terreur, seule peut être opposée une contre terreur dont le but est d'inspirer une peur encore plus intense que celle provoquée par l'ennemi. De nombreux exemples peuvent en être donnés, des

officiers forçant avec leur arme leurs soldats à partir à l'assaut d'ennemis ne faisant pas de prisonniers, aux forces gouvernementales effectuant des opérations de représailles contre des villages soutenant contre leur gré les guérillas révolutionnaires.

Il ressort par conséquent que les domaines d'application de la guerre psychologique sont très variés. Quelle que soit sa forme, celle-ci doit de plus, pour être efficace, être suffisamment souple et réactive pour varier avec les circonstances, et s'adapter en particulier à la manœuvre adverse. C'est ce que, forcée par les circonstances, la France tenta de faire pendant et après la guerre d'Indochine. Après une période d'observation et de tentatives éparses de réaction, sur l'initiative des " deuxièmes bureaux " chargés de la conduite de la guerre psychologique, et du Service de Documentation Extérieure et de Contre Espionnage (SDECE), elle mit en effet en place une organisation qui s'efforça d'analyser les raisons du succès ennemi pour tenter de s'y opposer. Après la défaite, de nombreuses études furent lancées pour tenter de tirer les enseignements de la guerre perdue. En 1954 fut ainsi créé le Centre d'Instruction de Guerre Psychologique, dont les instructeurs rédigèrent une Instruction Provisoire sur l'emploi de l'arme psychologique, dite TTA 117. Cependant, la conception classique qui liait alors la guerre psychologique aux hostilités conduisit à dissoudre ce centre, en même temps que les deuxièmes bureaux, dès le mois de février 1960. Cela conduisit à renoncer une fois de plus à la possibilité d'étudier " à froid ", en dehors de toute urgence, les mécanismes de cette arme dont on pressentait pourtant l'importance croissante .

La guerre psychologique doit enfin non seulement être coordonnée avec toutes les actions militaires et diplomatiques qui participent à la stratégie globale d'un Etat, mais aussi être finalisée politiquement : on ne peut en effet utiliser l'arme psychologique sans s'être donné un but politique accepté par l'opinion publique. Ainsi les Etats-Unis, hésitant à donner pour finalité à leur intervention en Somalie le maintien ou le rétablissement de la paix, perdirent rapidement leur volonté d'agir ; cette volonté disparut totalement au premier choc, celui que ressentit la nation américaine entière à la vue du cadavre d'un de ses soldats traîné derrière une voiture, sous les quolibets de la foule somalienne.

-

## 2. L'ACTION PSYCHOLOGIQUE

La guerre psychologique n'est l'apanage d'aucun Etat ; dans le monde contemporain, l'habileté à utiliser le fait psychologique est en effet universellement partagée. Il importe donc d'organiser une défense, ciblée sur ce qui est devenu

indispensable à la politique étrangère d'un Etat : le soutien de sa population et, de manière plus générale, celui de l'opinion internationale.

Les auditeurs de l'Institut des Hautes Etudes de Défense Nationale (IHEDN) définirent en 1951 cet aspect particulier de l'utilisation de l'arme psychologique comme l'action exercée sur les esprits et les volontés pour créer des attitudes et des actes favorables à une cause déterminée. L'influence, baptisée " action psychologique ", exercée sur son propre camp grâce à une information officielle et ciblée, est tout aussi importante que l'ensemble des manœuvres dirigées contre l'ennemi : guerre et action psychologiques, complémentaires dans la stratégie globale, transcendent ainsi les clivages paix-guerre et allié-adversaire, et sont désormais indissociables.

Comme la guerre psychologique, l'action psychologique inclut la désinformation : l'URSS eut ainsi recours de façon presque systématique à la désinformation de sa propre population. Cette réalité inspira à Soljénitsyne cette interrogation : " le seul remède, le seul espoir, est-il de ne plus mentir ? ". Les dirigeants sont ainsi parfois conduits à semer le trouble, pour diriger avec plus de facilité un peuple ne sachant plus distinguer entre le vrai et le faux.

Pour réussir une action psychologique, il est indispensable de construire avec soin l'image de son ennemi. Les Etats-Unis, qui avaient hésité à le faire pour Hô-Chi-Minh pendant la guerre du Viêt-nam, ont retenu la leçon pour la guerre du Golfe. Saddam Hussein, qui se vit soudain attribuer la quatrième armée du monde malgré les doutes exprimés par tous les experts des questions militaires, fut présenté comme un être maléfique, le " Adolf Hitler du Moyen-Orient ", capable des pires exactions pour prendre le contrôle d'une région vitale pour les intérêts des puissances occidentales : cette " diabolisation " de l'ennemi permet d'obtenir presque instantanément le soutien de l'opinion, nationale et internationale.

L'action psychologique est enfin indissociable de la maîtrise des médias : si l'image que l'on y donne de soi est trop orientée, trop visiblement différente de la réalité, l'action psychologique est perdue par manque de crédibilité. Si la pression que les médias exercent est excessive, il devient impossible de construire une image positive de soi. Les relations avec les médias doivent donc être à la fois maîtrisées et dosées avec subtilité.

### 3. LES EFFETS DE LA MANŒUVRE PSYCHOLOGIQUE

Associée aux opérations de guerre psychologique, l'action psychologique permet de remporter des succès considérables. Les utilisateurs de l'arme psychologique commettent cependant parfois des erreurs préjudiciables à leur action, dont l'adversaire habile sait remarquablement tirer profit.

L'utilisation de la violence en est un premier exemple : si, comme nous l'avons vu, celle-ci peut impressionner de manière décisive l'adversaire, son excès peut nuire à l'image des forces armées au sein de leur propre population, ce qui peut conduire à un retournement d'opinion de celle-ci et fournir alors une arme de choix à l'adversaire. La guerre psychologique ne doit pas conduire à la perte de la confiance de son propre peuple : l'utilisation de la torture par les soldats de l'ONU en Somalie, reconnue par les fautifs eux-mêmes, a ainsi conduit l'opinion internationale à douter de ses propres forces, ce qui met inévitablement en question la confiance qu'elle accordera désormais aux troupes qui seront envoyées dans une mission semblable.

Les excès des déclarations verbales ont également parfois des conséquences importantes sur le plan psychologique. Les Etats-Unis, qui prétendirent mener au Viêt-nam des guerres " propres ", en bombardant par exemple sans aucun dommage collatéral leurs cibles, en ont donné une illustration : profitant de leur incapacité de tenir cet engagement, les nord-viêtnamiens ont exploité cette grossière erreur tactique en présentant aux médias les Américains comme des menteurs criminels.

L'image donnée peut par ailleurs avoir un effet psychologique catastrophique : Saddam Hussein, en se faisant interviewer avec un jeune garçon britannique appartenant à une famille retenue en Irak, voulait sans doute se faire passer pour un protecteur rassurant ; à cause de la peur très visible qu'il inspirait au garçon, à cause de son attitude forcée et finalement peu aimable, il apparut en fait comme un ogre terrorisant les enfants.

La guerre psychologique ne peut enfin conduire au succès sans une excellente connaissance de la psychologie de l'adversaire, en d'autres termes de ses habitudes et de ses particularités. Les Etats-Unis, par exemple, ont montré une déficience dans ce domaine ; ne connaissant pas la psychologie somalienne, et en particulier le système de soumission inconditionnelle des clans à leur chef, ils n'accordèrent aucune importance aux déclarations du général Aïdeed, qui prétendait qu'ils étaient venus pour piller les ressources naturelles somaliennes. Lorsqu'ils se rendirent compte que tous les Somaliens l'avaient cru, il était trop tard : le doute s'était installé, relayé par quelques journalistes occidentaux hostiles à cette intervention. La bonne connaissance de la psychologie des peuples est une condition essentielle à la maîtrise de la manœuvre psychologique.

Une fois ces erreurs évitées, il est incontestable que cette dernière apporte un soutien considérable à la stratégie militaire.

Deux exemples d'opérations de guerre psychologiques ayant conduit à un succès décisif sont donnés par la deuxième guerre mondiale. Le premier est celui d'Hitler persuadant Staline que son état-major conspirait avec l'Allemagne pour renverser le communisme en URSS : la moitié du corps des officiers soviétiques fut presque immédiatement exécutée. Le deuxième exemple est donné par les Alliés qui, ayant décidé de débarquer en Sicile, voulurent faire croire à Hitler qu'ils attaqueraient plutôt en Grèce ; pour cela ils firent flotter au large des côtes espagnoles un cadavre anglais ayant dans ses poches de faux plans d'attaque : les allemands abandonnèrent quasiment la Sicile, où les alliés débarquèrent sans encombre.

L'habileté peut cependant ne pas suffire, un même événement pouvant parfois servir deux adversaires. La guerre du Golfe a été présentée, elle aussi, par les Etats-Unis comme une guerre " propre " : par un contrôle strict des images diffusées par les médias, ils ont en effet réussi à diffuser l'idée que leurs armes ne touchaient que leur objectif, et pas les populations locales : cette précision " chirurgicale " permit même d'inspirer aux Irakiens le sentiment qu'il était inutile de lutter contre une telle puissance. Mais ces mêmes bombardements ont été utilisés de manière tout aussi brillante au plan de la manœuvre psychologique par Saddam Hussein, qui prétendit que l'un des bunkers bombardé était un abri pour des civils, comme semblaient le prouver les images abondamment diffusées de familles pleurant un de leurs membres enseveli sous les ruines ; malgré toutes les campagnes américaines de démenti, le but était atteint : le doute s'était fait jour dans les opinions occidentales. L'habileté, égale dans les deux camps, dans le domaine de la guerre psychologique, conduisit à un match nul. C'est alors la force de conviction qui fit la différence.

Une campagne psychologique bien menée peut ainsi réussir à manipuler l'opinion, qui représente la cible prioritaire de la guerre psychologique, autant si ce n'est plus que ne l'est le moral de la population. Lorsqu'ils doutent, les peuples visés choisissent en effet le plus souvent une position de compromis, et préfèrent penser que la vérité est partagée. C'est la position que l'opinion internationale semble avoir adoptée à propos du Kosovo ; elle se contente en effet d'exiger un dialogue, sans se prononcer ni en faveur des Serbes, qui présentent leur province comme le pilier spirituel de leur identité nationale, la " Jérusalem serbe ", ni en faveur des indépendantistes qui mettent en avant l'écrasante majorité albanaise du Kosovo.

Ce statu quo sert à l'évidence celui qui ment, qui parvient alors au but principal de la guerre psychologique, gagner à lui les populations en vidant son adversaire de sa substance et en fragilisant ainsi jusqu'à son système politique.

Le plus faible des adversaires peut retirer de nombreux avantages d'une guerre psychologique bien menée, comme le montre l'exemple de la guerre du Viêt-nam : pour les Américains, la guerre ne pouvait pas être pensée sans la perspective d'un affrontement nucléaire, ce qui limitait leur action ; pour les nord-viêtnamiens en

revanche, l'engagement était total, c'était celui de tout leur peuple. La mort de leurs soldats renforçait chaque jour leur motivation. Exploitant cette différence d'approche, ils attendirent que le moral des Américains, que chaque nouvelle perte rapprochait de la limite de tolérance, s'érode et fasse finalement basculer l'opinion nationale. Ils utilisèrent alors les médias américains pour se présenter aux yeux du monde comme un peuple martyrisé, attaqué par une force brutale : la guerre psychologique était gagnée.

L'adversaire le plus faible peut même transformer une défaite tactique en victoire stratégique psychologique : l'effet de surprise, l'audace, l'envergure d'une offensive peuvent en effet démontrer la vulnérabilité de l'ennemi et redonner de la vigueur à sa propre motivation : les Etats-Unis qui observaient en toute impuissance depuis plusieurs mois l'extension japonaise en Extrême-Orient tirèrent de la bataille de la mer de Corail, qui fut pour eux un échec tactique, une motivation nouvelle. Cette défaite avait en effet permis de stopper la progression japonaise, ce qui constituait un succès stratégique dont l'effet psychologique fut énorme parmi les alliés.

La guerre psychologique apporte surtout des succès incontestables dans la stratégie globale des Etats, lorsqu'elle est conduite avec habileté. Les Etats-Unis l'ont démontré avec leurs missiles PATRIOT pendant la guerre du Golfe ; ces derniers n'ont pas véritablement protégé les populations, mais leur ont inspiré une étonnante confiance, et ont renforcé de façon sensible les liens américano-israéliens. L'URSS a également à maintes reprises prouvé son habileté ; elle divisa par exemple les opinions occidentales au sujet des euromissiles, au moment où elle-même introduisait les SS20. Elle mena aussi une campagne discrète mais efficace qui présentait les Américains comme un peuple anti-asiatique, expérimentant l'arme nucléaire sur les Japonais, l'arme biologique sur les Coréens et l'arme chimique et les défoliants sur les Vietnamiens. Ces derniers prouvèrent aussi leur capacité à utiliser l'arme psychologique en exploitant de manière judicieuse l'affaire du Watergate en 1972, au plus fort de la guerre du Viêt-nam. L'arme psychologique peut ainsi s'inscrire dans la stratégie globale des Etats, en participant aux relations internationales.

#### 4. LA MANŒUVRE PSYCHOLOGIQUE DANS LES CONFLITS RECENTS

Ce rôle essentiel joué dans les conflits par l'arme psychologique, qui privilégie l'habileté des adversaires sur leur puissance réelle, et qui peut s'inscrire dans la stratégie globale des Etats, n'est jamais apparu avec plus de clarté que dans les conflits de la dernière décennie. Un facteur majeur a par ailleurs été mis en évidence : l'omniprésence des médias.

Pendant la guerre du Golfe, les puissances coalisées, et tout particulièrement les Etats-Unis, forts d'une supériorité numérique et technologique écrasante sur leur adversaire, ont fait porter leur effort de guerre psychologique sur leur propre camp : l'action psychologique a ainsi été privilégiée. Elle a permis aux forces classiques, affranchies de toute interrogation sur la légitimité de leur engagement, d'opérer librement sur le théâtre. Cette action a été menée dans trois directions : la manœuvre intérieure destinée à obtenir l'adhésion du peuple à une guerre " juste ", la protection contre les agressions psychologiques de l'adversaire, qui tenta de lancer parmi les nations arabes des rumeurs telles que la participation des Israéliens aux opérations, et enfin la gestion des médias alliés sur le théâtre. Ces derniers ne recevaient que l'information diffusée par un " pool " de journalistes accrédités, eux-mêmes encadrés par des spécialistes militaires de la communication. Sur le théâtre furent menées en parallèle des opérations de guerre psychologique visant à attaquer le moral de l'adversaire et à l'inciter à la reddition : tracts, haut-parleurs et radios furent abondamment utilisés. Il est donc indéniable que la manœuvre psychologique fut à la base de la stratégie militaire alliée.

En Somalie, ce sont les adversaires des forces de l'ONU qui ont montré une supériorité dans l'utilisation de l'arme psychologique. Les buts humanitaires de l'opération décidée par les Nations Unies, ont, comme nous l'avons vu, très rapidement sombré dans la confusion. Les Somaliens ont profité avec intelligence de ces hésitations : le tir de leurs combattants, dissimulés dans la foule, sur les forces de l'ONU, provoqua en effet la riposte de ces dernières. Dans tous les journaux télévisés du monde furent alors montrées les images de soldats suréquipés ouvrant le feu sur une foule en apparence inoffensive ; l'impact psychologique de ces images sur l'opinion internationale fut à la mesure des espérances des chefs de guerre somaliens.

Dans le conflit de l'ex-Yougoslavie la manœuvre psychologique a été conduite par l'ensemble des parties, que ce soit dans le domaine de l'action psychologique, accompagnée selon les témoins par de lourdes mesures coercitives à l'encontre des populations, ou dans celui de la guerre psychologique contre les autres parties et contre les forces d'interposition de l'ONU. Ces dernières, parce qu'elles n'étaient pas préparées à ce type d'agression, s'en protégèrent avec difficulté ; la polémique sur leur rôle dans le conflit, qui alimente aujourd'hui les médias, est la conséquence directe de ce manque de préparation.

Dans tous ces conflits, la maîtrise des médias est par ailleurs apparue comme une condition essentielle au succès de la guerre psychologique autant qu'à celui de l'action psychologique. Ceux-ci se sont en effet montrés capables de fabriquer une opinion publique, de créer une psychose collective ou au contraire un sentiment général de confiance, et d'agir sur chaque individu en particulier. La guerre doit donc désormais être planifiée, conduite et analysée en tenant compte du caractère décisif de leur influence.

L'univers contemporain est saturé par les médias : la culture et l'information de masse s'y sont banalisées. Les moyens de communication les plus récents, tels que le fac-similé, le téléphone portable et la télévision par satellite ont de plus apporté

une dimension nouvelle à la pénétration des médias : la personnalisation de l'information, qui est non seulement modulable par l'individu lui-même, mais transportable dans n'importe quel endroit. Un nouvel élément doit donc être pris en compte : la possibilité pour les combattants d'avoir une vision plus globale de la situation stratégique - voire politique - en temps réel, et celle de la population de vivre le combat comme si elle y prenait part, ce qui influence indirectement le combattant lui-même.

Face à de telles possibilités, l'action psychologique subit la pression du temps : celui qui espère la maîtriser a intérêt à vaincre son adversaire avant l'arrivée des médias sur le terrain, car leur présence limite sa liberté d'action. Il doit de plus répondre aux attentes de son peuple avant que l'adversaire n'ait communiqué ses propres arguments. Il apparaît ainsi que plus que la qualité de la manœuvre psychologique, c'est aujourd'hui sa rapidité qui importe. Car les médias permettent de pénétrer au sein même de l'opinion adverse : le message télévisé de Bill Clinton, s'adressant au peuple irakien pour justifier les frappes aériennes qu'il se préparait à ordonner, et l'utilisation par Saddam Hussein du réseau de CNN pour pénétrer dans les foyers américains et montrer la " brutalité " des agents de la Commission Spéciale des Nations Unies inspectant les sites irakiens, sont les preuves les plus récentes de cette puissance des moyens de communication .

Cette course à l'occupation des réseaux médiatiques, qui pousse chaque Etat à privilégier sa protection, entraîne une polarisation de la manœuvre psychologique sur l'action psychologique. Les tentatives de démoralisation de l'adversaire demeurent certes nécessaires, mais c'est bien la défense qui doit être, du moins dans les Etats démocratiques, au centre de la manœuvre psychologique. Le soutien du peuple est véritablement devenu un objectif stratégique, au même titre que la Mer, l'Air ou la Terre ; sa conquête est devenue essentielle pour les stratèges.

-

-

## CONCLUSION

Pendant la guerre froide, la bipolarisation gelait les possibilités de manœuvre psychologique : chaque camp était clairement identifié et ses convictions étaient affirmées avec force. La disparition de ce monde manichéen a entraîné la multiplication des adversaires potentiels. Dans les conflits nouveaux, où l'état de guerre est le plus souvent remplacé par une crise plus ou moins ouverte, l'affrontement des adversaires sur le terrain de la psychologie est devenu systématique. La manœuvre psychologique est désormais au cœur de l'acte de

guerre qui, outre le combat classique, englobe un nouveau type de bataille, dans lequel la supériorité des armes compte peu : la bataille pour le soutien de l'opinion, nationale et internationale. En raison de la vulnérabilité engendrée par la médiatisation des conflits, les stratèges sont désormais conduits à privilégier l'action sur la guerre psychologique.

L'amiral Lanxade déclara à l'issue du conflit yougoslave : " Nous nous sommes trouvés face à des formes d'agression, de nature psychologique, pour lesquelles nous n'étions pas préparés et face auxquelles nous ne disposons pas de moyens de riposte adéquats ". Cette lacune doit être comblée. L'heure n'est plus au combat exclusif des gros bataillons ; à l'avenir, c'est grâce aux satellites de communication et par les réseaux du type Internet que se gagnera la manœuvre psychologique. Il est donc indispensable de prendre en compte notre besoin de spécialistes formés à l'utilisation de l'arme psychologique autant qu'à la maîtrise des médias : l'improvisation d'une manœuvre psychologique sous la contrainte des événements n'est désormais plus acceptable.

