

## Affrontements cognitifs aux Etats-Unis au cours de la Seconde Guerre Mondiale

De la fin des années 1930 au 7 décembre 1941, l'opinion publique américaine et celle de leurs leaders politiques et industriels oscillaient entre isolationnisme et interventionnisme. Sous-secrétaire d'Etat à la Marine lors du premier conflit mondial, F. D. Roosevelt en était ressorti avec des convictions pacifistes et isolationnistes. Comme beaucoup d'Américains, il était alors persuadé qu'il fallait que les Etats-Unis se tiennent désormais loin des histoires européennes. Cependant, la crise économique de 1929 arrêta l'expansion américaine. Elu Président démocrate en 1933, il lança son programme « New Deal » mais le pays comptait encore 11 millions de chômeurs en 1938. Parallèlement à la crise économique, son deuxième mandat fut dominé par les menaces internationales. F. D. Roosevelt et plusieurs responsables républicains de premier plan étaient conscients du danger de la montée du nazisme et du fascisme en Europe et de l'expansionnisme japonais dans le Pacifique. Néanmoins, le sentiment anti-guerre de la majorité des hommes politiques et de leur électorat s'est trouvé retranscrit dans plusieurs lois votées par le Congrès, notamment la *Neutrality Law* en 1935. F. D. Roosevelt comprit alors qu'il lui faudrait du temps, du tact et de la patience pour convaincre ses concitoyens de participer à cette guerre. Comment cette dualité a-t-elle pu converger en union patriotique en quelques années ? La propagande mise en place par l'Administration F. D. Roosevelt fut-elle le seul levier de conversion des opinions ?

### Un rapport du faible au fort face aux isolationnistes

Il y avait pléthore de mouvements d'opposition à l'entrée en guerre des Etats-Unis. Ils se composaient d'une agrégation de personnages et d'associations disparates, aux motivations parfois opposées mais représentatives d'une société américaine divisée. Tous avaient pourtant un mot d'ordre commun : ni intervention ni aide pour les anciens Alliés du premier conflit mondial et notamment la Grande-Bretagne.

Les isolationnistes représentaient de loin les groupes d'opposition à la guerre les mieux organisés. Leur stratégie : semer la confusion et le doute, exacerber toutes les haines possibles. Leurs outils : sillonner le pays en organisant une multitude de meetings, et en diffusant des discours à la radio, des articles de journaux ou de publicité, en utilisant la figure de « héros » nationaux pour transmettre la bonne parole. Parmi eux, on peut citer :

- Des associations d'anciens combattants de la Première Guerre Mondiale : *Protestant War Veterans of America...*
- Des religieux et associations religieuses, parfois soutenus par des communautés d'immigrés européens : les Cardinaux d'origine irlandaise O'Connell et Dougherty, le Révérend catholique Charles E. Coughlin, *the Catholic Irish-Americans, the Christian Front*, les Quakers...
- Des groupes racistes : le Ku Klux Klan, *the Crusaders for America, the Silver Shirts, the Vindicator Association, the Paul Reveres, the American Patriots...*
- Des mouvements créés, pour la plupart, dans les années 1930 en même temps que la montée du nazisme et du fascisme : *America First Committee, German American Bund...*
- Des pacifistes, dont l'éphémère *No Foreign War Committee*, fondé par le très actif journaliste Verne Marshall qui ne dura que quatre mois.
- Des industriels divisés entre les partisans de l'effort de guerre total et les protecteurs de l'économie civile, notamment Henry Ford très réticent à se convertir à la production de guerre.
- Et les Américains des Etats du Mid-West ayant une aversion naturelle pour toute intervention en Europe.

A la tête de l'un des principaux mouvements isolationnistes : Robert E. Wood, président des magasins Sears, Roebuck and Co. Il fonda l'*America First Committee* en septembre 1940, soutenu par le groupe de presse Hearst-Patterson-McCormick, et engagea la meilleure des agences publicitaires américaines pour mettre en place une campagne de propagande anti-Grande Bretagne. Le comité prit part aux élections de 1940 en soutenant largement le parti Républicain face à la candidature démocrate de F. D. Roosevelt. Pendant un peu plus d'une année, le comité tint des meetings pour obtenir que les Etats-Unis ne s'engagent pas aux côtés des démocraties

européennes dans la lutte contre les puissances de l’Axe et cessent les livraisons d’armes en Grande-Bretagne. Il parvint à rassembler jusqu’à 800.000 partisans. La figure emblématique de ce comité fut l’aviateur Charles Lindbergh, que sa visite en Allemagne en 1936 avait fasciné<sup>1</sup>. Il prononça plusieurs discours empreints de racisme et d’antisémitisme, notamment en septembre 1941 : « Les meilleurs avocats de la guerre sont les Britanniques, les Juifs et l’Administration F. D. Roosevelt »<sup>2</sup>. Ce comité fut dissous en décembre 1941 après l’attaque de Pearl Harbor.

Autre exemple isolationniste parmi les mouvances religieuses : le Révérend Charles E. Coughlin, prêtre catholique de Detroit. Chaque semaine lors de son sermon radiophonique, il haranguait 3,5 millions d’Américains contre la ruse des Britanniques et des Juifs, contre les banquiers, les radicaux et les étrangers et exhortait à augmenter la masse monétaire et à isoler les États-Unis du reste du monde. Il édita un magazine, *Social Justice*, rempli d’excuses voilées pour l’Allemagne nazie, dont le tirage s’éleva à un demi-million.

Parallèlement à ces isolationnistes américains, des mouvements fascistes et démagogues s’étaient développés dans les années 1930 aux États-Unis et en Amérique du Sud parmi les immigrés d’origine allemande ou italienne. Ces mouvements construisaient leur stratégie sur les mêmes éléments de langage et rituels que les Nazis. En effet, ces derniers croyaient que de toutes les démocraties, l’Amérique était potentiellement la plus antijuive et anti-communiste et qu’ainsi la propagande antisémite et antibolcheviste utilisées en Allemagne aurait le même impact là-bas. De plus, la situation de propagande des Nazis aux États-Unis était relativement claire par rapport à celle des Alliés. Ils savaient qu’ils ne pouvaient s’attendre à aucune aide de la part de l’Administration américaine mais ils pouvaient tenter de la neutraliser en encourageant les groupes d’opposition à la guerre afin que les États-Unis fournissent une aide inadéquate ou faible à la Grande-Bretagne et à la France. Enfin, les Nazis pouvaient également compter sur l’appui de plusieurs groupes antisémites et racistes autochtones.

### **Les stratégies d’influence de l’Administration dirigée par F. D. Roosevelt**

Pour contrecarrer les actions de ces mouvements isolationnistes et pacifistes, l’Administration F. D. Roosevelt s’employa à rassembler la nation autour des valeurs historiques, à soutenir la relance de l’économie au travers de plusieurs lois, essentiellement dirigées vers les industries de défense et d’armement, et s’appuya plus ou moins ouvertement sur les mouvements prônant la défense et le commerce extérieur des États-Unis. Par ailleurs, F. D. Roosevelt fut le premier président américain à élever la propagande au rang d’institution en créant plusieurs agences gouvernementales.

*Un savant mélange de politique et de législatif, d’économie, de patriotisme, de diplomatie et de panaméricanisme, sur fond de propagande institutionnelle*

L’opinion américaine était largement hostile à une quelconque intervention militaire mais le commerce, lui, était possible. En octobre 1939, F. D. Roosevelt réussit à faire abroger l’embargo sur les armes de la *Neutrality Law* et permit aux industries américaines de commercer sur la base du *Cash and carry*. Il a ainsi obtenu la transformation de la nation en arsenal de la démocratie et, de façon détournée, le renforcement militaire des États-Unis. C’était aussi un soutien indirect aux anciens Alliés de la Première Guerre Mondiale<sup>3</sup>. En mai 1940, F. D. Roosevelt annonça l’intention de son gouvernement de construire jusqu’à 50.000 avions par an, soit dix fois la production de l’époque. En juin 1940, le Congrès vota le *Naval Expansion Act* pour augmenter la flotte américaine et en septembre 1940 le *Selective Training and Service Act*, première conscription en temps de paix qui devait s’appliquer à plus de 16 millions de citoyens.

Cependant, arrivé au terme de son second mandat de président, F. D. Roosevelt continuait de moduler ses discours et ses actes : rassurer sur la non-intervention des États-Unis mais indiquer que l’opinion de tout un chacun ne pouvait rester neutre dans ce contexte. Dès sa réélection fin 1940 pour un troisième mandat, F. D. Roosevelt eut les mains plus libres en matières politique et économique. Il obtint en mars 1941 le vote du *Lend-Lease Act* qui facilitait le prêt de munitions et d’autres biens à tout pays « dont la défense était jugée vitale par le président pour la défense des États-Unis » et, pour protéger les navires transportant des approvisionnements

---

<sup>1</sup> Cf. son livre “Wave of the Future”

<sup>2</sup> Une rumeur circulait alors où F. D. Roosevelt était accusé d’être juif. Cette rumeur eut plusieurs sources, notamment liée aux origines hollandaises de F. D. Roosevelt et à la présence de beaucoup de Juifs dans son Administration.

<sup>3</sup> Cf. discours à Charlottesville en juin 1940 après l’entrée en guerre de l’Italie contre la France

à l'étranger, l'approbation de l'armement des marchands et le tir sur les sous-marins ennemis. F. D. Roosevelt associa également des leaders de l'opposition à son gouvernement : ainsi les Républicains prirent les commandes des départements de l'Armée et de la Marine. Parallèlement, l'Administration ouvrit une guerre économique contre les puissances de l'Axe. Elle gela les fonds déposés aux États-Unis par les citoyens des pays occupés et fit l'acquisition de stocks de matériaux stratégiques (caoutchouc, cuivre...) et des achats préventifs afin d'empêcher l'Allemagne de les acquérir.

### *Une guerre de l'information intérieure*

En mai 1940, pour faire face aux actions de propagande de l'*America First Committee*, F. D. Roosevelt demanda à William Allen White, journaliste et rédacteur en chef, de fonder le *Committee to Defend America by Aiding the Allies*. Ce fut la première organisation à combattre l'isolationnisme à échelle nationale. White, appartenait à l'aile libérale des Républicains mais il connaissait bien la famille F. D. Roosevelt et avait écrit de nombreux éditoriaux louant son *New Deal*. La principale préoccupation de ce comité était d'assurer la sécurité nationale des États-Unis et, pour ce faire, estimait que la meilleure stratégie était de fournir un soutien économique et matériel à ses anciens Alliés. Cette thématique fut reprise par F. D. Roosevelt lors d'un discours en décembre 1940 : « Il n'y a absolument aucun doute dans l'esprit d'un très grand nombre d'Américains que la meilleure défense immédiate des États-Unis est le succès de la Grande-Bretagne à se défendre. »

D'autres organisations et personnalités soutinrent cette politique interventionniste et les intérêts des Alliés. Ainsi, Christopher Temple Emmet, écrivain politique, fondateur du *Christian Committee to Boycott Nazi Germany* en 1939, actif dans l'opposition au totalitarisme nazi et communiste, travailla plus tard avec le lobby *Vote for Freedom* pour vaincre les membres du Congrès isolationnistes qui s'étaient opposés à la participation de l'Amérique à la guerre en Europe. Il fut également rédacteur en chef du bulletin *Facts Versus Fiction*, qui a contré la propagande nazie dans le pays, et a aidé à lancer le *France Forever Committee* en juin 1940 en soutien au Général de Gaulle contre le gouvernement de Vichy. Cette association regroupa jusqu'à 50.000 adhérents. Il s'agissait alors de convaincre les Américains que la France n'avait pas renoncé à ses idéaux démocratiques traditionnels et que le gouvernement de Vichy ne représentait pas le peuple français. L'association fit beaucoup de propagande par voies de presse, de radio et via des conférences à travers le pays. Un certain nombre d'affiches, publiées avec l'aide du gouvernement américain, ont utilisé de nombreux symboles pour relier l'Amérique à la France, comme la statue de la Liberté et Marianne. Il y eut d'autres associations où Français en exil et Américains amis de la France œuvrèrent ensemble, par exemple la *Free French Relief Association* créée en 1941 par trois femmes, une Française et deux Américaines, pour recueillir des fonds et venir en aide aux soldats et marins de la France Libre.

Par ailleurs, F. D. Roosevelt chercha à construire un axe États-Unis / Amérique latine pour combattre les activités subversives des Nazis et Fascistes en Amérique latine. Ainsi, dès 1938, la propagande en Amérique latine fut gérée par le coordinateur des Affaires interaméricaines qui avait la responsabilité de la Division des relations culturelles, établie pour promouvoir la bonne volonté latino-américaine envers les États-Unis. En octobre 1939, les États-Unis se joignirent aux républiques d'Amérique latine pour établir une ceinture de sécurité autour des Amériques. Dans un esprit de politique de bon voisinage, les républiques des Caraïbes et d'Amérique centrale rejoignirent les États-Unis dans la guerre. Tôt ou tard, toutes les nations d'Amérique du Sud ont suivi ou rompu leurs relations avec l'Axe, l'Argentine étant la dernière et la plus réticente.

Tous les actes politiques et économiques de F. D. Roosevelt furent soutenus par de nombreuses actions de propagande utilisant les méthodes publicitaires<sup>4</sup>. Il avait décidé que la propagande devait toujours conserver l'essence de la vérité dans ce qu'elle disait, bien que la vérité puisse être brodée. Ainsi, dans ses conversations intimes *Fireside Chats* débutées en mars 1933, F. D. Roosevelt partageait ses pensées et ses idées avec toutes les familles d'Amérique. Après septembre 1939, il eut ainsi l'occasion de persuader directement un public récalcitrant en leur expliquant que si la Grande-Bretagne était vaincue, l'Amérique serait bientôt confrontée au plus grand danger de son histoire. Dans ses discours officiels, il utilisait souvent des références religieuses et historiques. Ainsi, le 6 janvier 1941, dans son discours sur l'état de l'union après sa réélection, il fit appel à l'unité nationale au travers des quatre libertés essentielles américaines : libertés d'expression, de religion, de vivre à l'abri du besoin et de la peur. Autre exemple, le 27 octobre 1941, F. D. Roosevelt déclara : « Nous sommes

---

<sup>4</sup> Cf. "Propaganda", Edward Bernays, 1928

prêts à défendre notre nation et la foi de nos pères pour faire ce que Dieu nous a donné le pouvoir de voir comme notre plein devoir. »

#### *Une imitation du modèle de combat cognitif britannique*

Au-delà de la grande présence médiatique de F. D. Roosevelt, l'Administration créa de nouvelles agences gouvernementales, dont certaines uniquement à des fins de propagande. En 1940, le Congrès vota une loi contre la subversion en temps de paix, le *Smith Act*, ce qui ne s'était pas vu depuis 1798. En juillet 1941, F. D. Roosevelt mit en place un département de guerre politique, à l'instar des Britanniques, d'abord connu sous le nom d'*Office of Facts and Figures*. Sa fonction principale était d'expliquer la nécessité d'aider les démocraties occidentales autant que possible en dehors de la guerre. Son thème principal était qu'une Allemagne victorieuse en Europe serait assez forte pour bafouer la doctrine Monroe et, avec l'élimination de la flotte britannique, lancerait une attaque contre l'Amérique du Sud –les propagandistes savaient que l'opinion publique américaine était particulièrement sensible sur ce point. Il existait deux services de guerre psychologique : l'*Office of War Information* (propagande blanche) dirigé par Elmer Davis, un commentateur de radio bien connu, et l'*Office of Strategic Services* (propagande noire) où Joseph Barnes, ancien rédacteur en chef étranger du *New York Herald Tribune* et Gardner Cowles, éditeur du *Des Moines Register* et du magazine *Tribune and Look*, travaillaient respectivement comme directeur adjoint de la branche *Overseas* et comme directeur de la branche *Domestic*. Ces agences gouvernementales et plusieurs entreprises privées lancèrent une multitude d'actions de propagande intérieure, notamment au travers d'affiches « publicitaires ». L'influence des affiches sur le public fut moins frappante que les événements quotidiens auxquels il était exposé à la radio, aux actualités cinématographiques et aux journaux. Cependant, elles étaient délibérément conçues pour souligner chaque mot et de chaque acte de l'Administration, des alliés et des ennemis, afin que les Américains s'en souviennent. Des artistes célèbres, dont certains avaient déjà travaillé dans la publicité, ont contribué à cette guerre d'affiches. A titre d'exemples, le discours sur les quatre libertés de F. D. Roosevelt fut visualisé par toute l'Amérique grâce aux fameuses affiches dessinées par Norman Rockwell. Et la contribution de Robert E. Sherwood à la campagne du *Committee to Defend America by Aiding the Allies* fut une publicité pleine page sous le titre *STOP HITLER NOW* publiée dans les journaux américains le 10 juin 1941, le jour où l'Italie entra en guerre.

Le divertissement fut également mobilisé pour agir indirectement sur l'opinion des millions d'Américains. L'industrie hollywoodienne comprenait beaucoup d'Américains juifs et de Britanniques et se tenait donc majoritairement du côté des Alliés. Sans sacrifier leurs profits, comme toute organisation capitaliste, la propagande de guerre contenue dans les films et dessins animés ne resta cependant pas accessoire. Ainsi, de nouveaux héros de bande dessinée, tels que Batman ou Captain America, apparurent aux côtés de ceux déjà créés comme Superman. Tous les ennemis de la Seconde Guerre Mondiale furent caricaturés, leurs personnages remplaçant les traditionnels méchants gangsters, et avec une forte connotation raciste envers les Japonais.

#### **Un encerclement cognitif réussi**

L'histoire des Etats-Unis et du monde aurait pourtant pu être tout autre si F. D. Roosevelt n'avait pas été réélu en 1940. Ainsi, la récente série HBO *The Plot Against America*, basée sur le roman éponyme de Philip Roth, dépeint une histoire alternative dans laquelle l'isolationniste Charles Lindbergh se présente à l'élection présidentielle de 1940 sous l'étiquette républicaine et bat le démocrate F. D. Roosevelt, puis signe un pacte de non-agression avec les Nazis et encourage les comportements antisémites dans tout le pays.

Toutefois, la stratégie d'encerclement cognitif menée par F. D. Roosevelt fut payante et sa réélection pour un troisième mandat décisive. Dans un premier temps, la fin de son deuxième mandat fut organisée autour de l'apaisement et de l'acceptation de neutralité souhaitée par les citoyens, et dans la continuité de son New Deal pour relancer l'économie. Ensuite, lors de son troisième mandat, il plaça toutes ses forces sur le sentiment de patriotisme et le développement de la puissance militaire et plus largement industrielle. Pour atteindre son objectif, il mit en œuvre une bataille juridico-économique, savamment orchestrée et soutenue par une propagande politique institutionnalisée. Il ne lui fallut que quelques années pour convaincre l'opinion américaine que le destin des Etats-Unis devait être non plus l'isolationnisme mais l'interventionnisme, et pour souder l'unité nationale certainement, pour finir, renforcée par l'attaque de Pearl Harbor qui déclencha leur entrée en guerre.

La propagande politique s'est construite pendant la Seconde Guerre Mondiale et s'inscrit depuis dans l'histoire américaine. Elle est notamment très frappante lors des élections présidentielles. Rappelons-nous le slogan de Barack Obama, *Yes we can* qui fait écho au *We can do it* de *Rosie the Riveter* représentant les femmes américaines qui ont travaillé dans les usines pendant la Seconde Guerre Mondiale. Ou bien le récent slogan *America First* de Donald Trump ou encore une affiche montrant Joe Biden aux côtés de Kamala Harris, entourés de plusieurs visages d'enfants et de femmes, sous-titrée *United*, autre clin d'œil à l'affiche du début des années 1940 *The United States of America, then, now, forever* incitant les jeunes Américains à s'engager sous le drapeau toutes armes et époques confondues. Les media utilisés sont toujours des *think-tanks* politiques, économiques ou autres organisations sous couvert de *charity*. Leurs techniques de guerre d'information ou de désinformation sont cependant démultipliées par les moyens radio-télévisuels actuels et les réseaux sociaux, dont la récente affaire du Cambridge Analytica souligna la facile manipulation de l'opinion toujours au travers des techniques publicitaires.

**Catherine Delahaye**

### **Pour aller plus loin**

Lynne Olson, *Those Angry Days: F. D. Roosevelt, Lindbergh, and America's Fight Over World War II*, New York, Random House, 2013.

Raoul Aglion, *De Gaulle et F. D. Roosevelt*, Paris, La Bruyère, 1998.

Anthony Rhodes, *Propaganda : The Art of Persuasion World War II*, Philadelphia, Chelsea House Publishers, 1976.

Robert E. Sherwood, *F. D. Roosevelt and Hopkins: An Intimate History*, New York, Harper & Brother, 1948.