



DESINFORMATION ET REVOLUTION TECHNOLOGIQUE

Auteur :

Association Ecole de Guerre Economique

Avertissement et Copyright

Ce document d'analyse, d'opinion, d'étude et/ou de recherche a été réalisé par un (ou des) membre(s) de l'Association de l'Ecole de Guerre Economique. Préalablement à leurs publications et/ou diffusions, elles ont été soumises au Conseil scientifique de l'Association. L'analyse, l'opinion et/ou la recherche reposent sur l'utilisation de sources éthiquement fiables mais l'exhaustivité et l'exactitude ne peuvent être garanties. Sauf mention contraire, les projections ou autres informations ne sont valables qu'à la date de la publication du document, et sont dès lors sujettes à évolution ou amendement dans le temps. Le contenu de ces documents et/ou études n'a, en aucune manière, vocation à indiquer ou garantir des évolutions futures.

Le contenu de cet article n'engage la responsabilité que de ses auteurs, il ne reflète pas nécessairement les opinions du(des) employeur(s), la politique ou l'opinion d'un organisme quelconque, y compris celui de gouvernements, d'administrations ou de ministères pouvant être concernés par ces informations. Et, les erreurs éventuelles relèvent de l'entière responsabilité des seuls auteurs.

Les droits patrimoniaux de ce document et/ou étude appartiennent à l'Association, voire un organisme auquel les sources auraient pu être empruntées. Toute utilisation, diffusion, citation ou reproduction, en totalité ou en partie, de ce document et/ou étude ne peut se faire sans la permission expresse du(es) rédacteur(s) et du propriétaire des droits patrimoniaux.



Mots-clés

Désinformation, révolution technologique, médias, intelligence économique, désinformation, crise irakienne



Introduction.....	7
La désinformation à l'heure des nouvelles technologies et de la globalisation financière : petit manuel de la désinformation au XXI^{ème} siècle.....	12
Manipuler les médias : une très vieille histoire mais de nouveaux moyens.....	14
La révolution technologique dans les affaires médiatiques : l'éthique journalistique en péril ?	15
Informé à l'heure d'Internet : faire vite ou faire bien ?	15
Les risques de l'emballement grégaire - vers une uniformisation de l'information ?	18
Satellites, sites Internet et blogs : plus d'information, plus de désinformation.....	22
Les finances à l'assaut des médias : faire de l'argent et informer.....	24
La fin de la guerre froide : la baisse du dispositif international des organes de presse	24
La financiarisation des groupes de presse : faire de l'image pour faire du profit.....	24
Les nouveaux enjeux de la désinformation	26
Les nouveaux acteurs : les organisations non gouvernementales sont-elles les nouveaux idiots utiles de la désinformation ?	26
L'intelligence économique : les entreprises multinationales, champ nouveau de la désinformation	28
La désinformation par l'exemple : le Rwanda et l'Irak, cas d'école ou scénario d'exception ? .	31
Premier cas : le génocide rwandais et la France	33
Typologie de la désinformation sur le rôle de la France lors du génocide au Rwanda.....	34
La désinformation sur le rôle de la France au Rwanda - une opération délibérément orchestrée	37
Les acteurs et les motivations.....	37
Le substrat propice à l'opération de désinformation contre la France : évincer la France d'Afrique centrale	38
Second cas : la crise irakienne	40
La guerre avant la guerre : la construction d'une machine de guerre pour désinformer	42
Le contexte : le traumatisme du 11 septembre et la « mesmérisation » ⁰ des esprits aux Etats-Unis	43
Les idéologues : le triomphe des néoconservateurs, professionnels du « marketing guerrier »	44



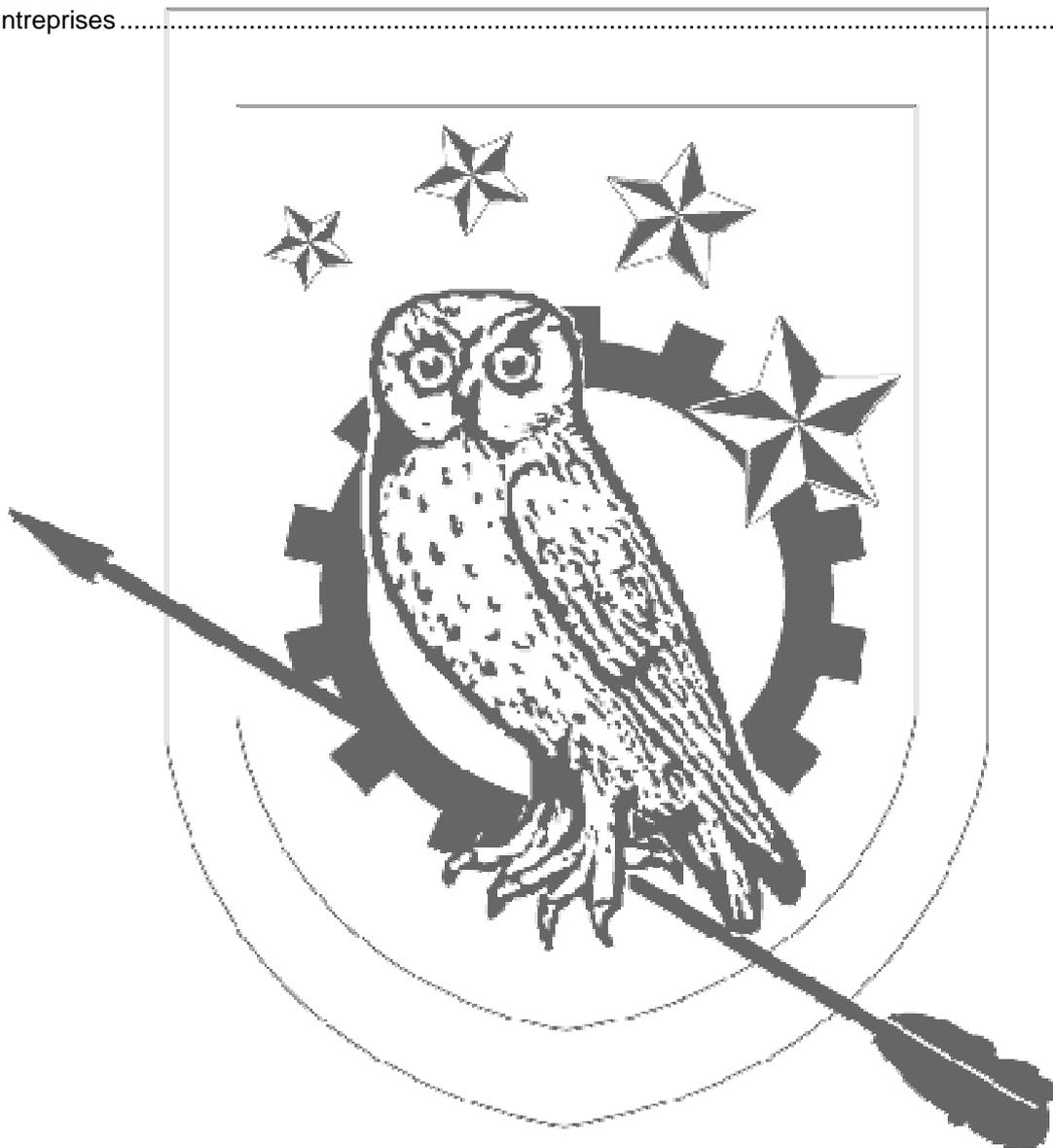
Les moyens : des structures <i>ad hoc</i> pour contourner la CIA.....	46
Les méthodes : les experts de la communication aux manettes	54
Messieurs les « embobineurs » : les <i>spin doctors</i>	55
L'intégration des communicants dans le processus de décision : « <i>Ne me demandez pas conseil pour l'atterrissage si je ne suis pas là au décollage</i> » (Victoria Clarke).....	57
Le porte-voix : le rôle de la presse.....	58
« Fournissez-moi les images et je vous fournis la guerre (You supply the pictures and I'll supply the war) » (William Randolph Hearst) : l'embarquement (embedment) de la presse américaine dans l'administration Bush	58
La chute des défenses immunitaires des médias américains : pourquoi ?	60
Pendant la guerre : contrôler le champ de bataille de l'information et orienter l'information dans la durée	63
Du correspondant de guerre à l'embarqué (embedded) : comment nourrir les médias en images tout en les contrôlant.....	63
Le souvenir mitigé des pools de la première guerre du Golfe	63
L'embarquement (<i>embedment</i>), un pacte avec le diable ?	64
La gestion médiatique du conflit : une guerre sous contrôle	67
A côté de la guerre : la politique de désinformation contre la France	69
La construction de l'ennemi « France » par le lobby pro-guerre américain	69
Huit exemples de désinformation contre la France	70
Le bilan : un échec relatif de la stratégie américaine au niveau mondial ou pour en revenir à Lincoln.....	71
Seize propositions pour une stratégie française de lutte contre la désinformation	74
Savoir	78
Le renseignement en France : s'adapter aux nouveaux enjeux de la désinformation	78
Proposition n° 1 : Garantir à la France la pleine maîtrise de la chaîne du renseignement.....	78
Proposition n° 2 : Construire des passerelles entre le renseignement français et le circuit de décision gouvernemental en créant une agence nationale du renseignement.....	80
Proposition n° 3 : Dédramatiser le rôle des services de renseignement en institutionnalisant un suivi parlementaire des services de renseignement	81



2. Garantir la qualité du dispositif français d'information en matière internationale	83
Proposition n°4 : Maintenir et développer le réseau international de l'Agence France presse (AFP)	83
Proposition n°5 : Former les journalistes aux risques et techniques de désinformation	83
Proposition n°6 : Etablir des règles d'insertion des journalistes dans les unités militaires, négociées par les acteurs	84
Faire savoir	86
Éveiller le monde à la France	86
Proposition n°7 : Garantir et diversifier la présence de médias français dans toutes les régions du monde	86
Proposition n°8 : Relancer la francophonie par l'accroissement des moyens destinés à l'enseignement du français à l'étranger et le recrutement actif d'étudiants étrangers dans les pays émergents	87
2. Adapter le dispositif français de communication gouvernementale	88
Proposition n°9 : Affirmer la consubstantialité de la politique et de la communication	89
Proposition n°10 : Développer une culture de diffusion de l'information dans la sphère administrative	90
Proposition n°11 : Mettre en place des stratégies de communication type sur les sujets jugés prioritaires de notre politique étrangère	91
Proposition n°12 : Accroître la visibilité des diplomates français dans l'espace de réflexion et de communication publiques de leur pays d'affectation	92
Contre-attaquer	93
Proposition n°13 : Mettre en place une « force de réaction rapide » en réaction aux campagnes de désinformation manifestes	93
Proposition n°14 : Renforcer les moyens de veille et de contre-attaque sur Internet	94
Proposition n°15 : Définir une stratégie d'action nationale multiforme en matière d'intelligence économique	94
Proposition n°16 : Favoriser la prise de parole de nos parlementaires sur les chaînes de télévision étrangères sur les questions de politique internationale	95
Conclusion	96
Annexes	98
Liste des personnes auditionnées	99



Journalistes	99
Organisations non gouvernementales	99
Universitaires et chercheurs	100
Gouvernement	100
Entreprises	100





Introduction



« *Je préférerais mourir plutôt que préférer une inexactitude.* »

George Washington

« *On peut tromper une partie du peuple tout le temps et tout le peuple une partie du temps, mais on ne peut pas tromper tout le peuple tout le temps.* »

Abraham Lincoln

« *Quelle que soit, dans les temps modernes, l'entreprise politique poursuivie, le principal levier est la presse, dont l'importance dépasse et prime tout.* »

Léon Daudet, *Au temps*

de Judas.

Mesdames, Messieurs,

Pour qui aborde la question complexe de la désinformation, il importe d'emblée d'éviter deux écueils. La naïveté d'abord, parce que c'est le rôle de tout gouvernement de nourrir ses décisions par des arguments à destination des médias et de l'opinion publique – en un mot, de « vendre » sa politique. La vision d'un complot omniprésent ensuite : l'information est désormais surabondante ; pour s'insérer dans ce paysage médiatique saturé, les acteurs internationaux n'ont d'autre choix que de développer des stratégies de communication.

Gardons-nous d'un autre écueil, celui de la myopie historique : il n'y a rien de nouveau sous le soleil, l'histoire regorge d'exemples de désinformation. On citera pêle-mêle le cheval de Troie, la dépêche d'Ems ou, plus près de nous, le débarquement des alliés en Normandie pendant la Seconde guerre mondiale. Dans les périodes de conflits, la désinformation a toujours existé. Sun Tzu en fait ainsi l'un des fondements de l'art de la guerre : « *Tout l'art de la guerre est basé sur la duperie. C'est pourquoi lorsque vous en êtes capable, feignez l'incapacité, actif, la passivité. Proche, faites croire que vous êtes loin, et loin, que vous êtes proche.* » La question de la désinformation en temps de guerre est donc extrêmement classique, résumée par l'axiome bien connu, qui veut que « **la première victime de la guerre, c'est la vérité** ».

Les récents conflits ont confirmé ce constat et mis en avant le rôle-clé de l'information dans la conduite des opérations militaires : chacun se souvient des révélations postérieures à la première guerre du Golfe, à l'issue de laquelle on apprit, entre autres choses, que les missiles *Scud* irakiens n'avaient pas été détruits par les missiles *Patriot* américains, faute, pour le système antimissile américain, d'être au point. De la même manière, on apprit que les frappes dites « chirurgicales » n'avaient représenté qu'une très faible proportion des bombardements, qui répondaient à la technique traditionnelle du tapis de bombes.

Arme de conflit (*in bello*), l'information joue également le rôle d'arme de préparation au conflit (*ad bellum*) : pour reprendre l'expression de M. Arnaud Mercier, chercheur au CNRS,



« *si vis bellum, para communicationem* ». C'est ainsi que, avant l'intervention de l'OTAN au Kosovo, en 1998, on annonçait un génocide ayant causé la mort de 500 000 personnes, alors que le tribunal pénal international pour l'ex-Yougoslavie travaille sur la base de 2018 victimes. Que dire de l'intervention américaine en Irak, en 2003, dont il est encore sans doute trop tôt pour démêler le vrai du faux, même si l'affaire des armes de destruction massive incite à penser que l'on a eu affaire de la part des Etats-Unis à une tentative de formatage des opinions dans le monde entier ?

A dire vrai, ne faut-il pas étendre ce constat du rôle stratégique joué par l'information à l'ensemble de la vie internationale, à ces guerres qui ne disent pas leur nom – guerres économiques, guerres diplomatiques, guerres culturelles –, bref, à l'ordinaire des relations internationales ? Comment pourrait-il en être autrement alors que, dans le « village planétaire », les informations circulent partout, en temps réel par rapport à l'événement, sur des supports qui échappent largement à toute tentative de contrôle, même par les plus puissants acteurs internationaux ?

D'enjeu opérationnel, la maîtrise de l'information dans les relations internationales est donc devenue un enjeu politico-diplomatique de première importance. Elle est désormais l'un des fronts sur lesquels se mènent toutes les guerres de notre temps.

*

Si la réalité qu'il désigne nous fait remonter très loin dans l'histoire, le terme même de « désinformation » est pourtant récent. Le mot vient du russe « dezinformatsia » et fut forgé dans les années 1920 pour désigner les opérations d'intoxication menées, selon les Soviétiques, par les pays capitalistes contre l'URSS. Longtemps d'ailleurs, le terme restera l'apanage du monde soviétique, toujours pour désigner les menées, supposées ou réelles, occidentales contre le monde communiste.

Le mot fut introduit en France dans le dictionnaire de l'Académie française en 1980, avec cette définition : « Action particulière ou continue qui consiste, en usant de tout moyen, à induire un adversaire en erreur ou à favoriser chez lui la subversion dans le dessein de l'affaiblir ». La définition du verbe « désinformer » est plus large et moins martiale : « induire un public en erreur en vue d'affaiblir un adversaire. Par extension, égarer volontairement l'opinion. On peut désinformer des téléspectateurs, des auditeurs ou des lecteurs, sans même qu'ils s'en rendent compte. Simuler ou dissimuler sont les deux procédés employés couramment pour désinformer ».

On peut donc comprendre la désinformation, au sens strict, comme la production d'informations fausses, c'est-à-dire présentant des faits qui n'ont pas existé. Cette définition doit être élargie au cas où désinformation signifie production d'informations déformant la réalité de faits avérés. Pour reprendre l'exemple des armes de destruction massive en Irak, certains pourront estimer qu'il s'agit d'une désinformation « de base » : alors qu'il n'y avait pas d'armes, les Etats-Unis ont affirmé qu'il y en avait ; d'autres estimeront qu'il y avait des doutes sur l'existence des armes, aucun service de renseignement n'étant en mesure d'affirmer qu'elles n'existaient pas et que les Etats-Unis ont, sur la base de cette réalité du doute, « tiré », « tordu » l'information pour transformer le conditionnel du doute en affirmations au présent de l'indicatif.



Au-delà de cette définition déjà complexe, le terme peut désigner des réalités plus floues encore. Par exemple, les Etats-Unis ont accusé Al-Jazira de pratiquer la désinformation, notamment du fait de la diffusion sur son antenne des messages d'Oussama Ben Laden. A l'évidence, il n'est pas facile de définir la désinformation : Al-Jazira qui diffuse une cassette d'Oussama Ben Laden appelant au djihad contre les Etats-Unis et leurs alliés pourra être taxée de désinformer le monde arabe en laissant la parole à des personnes qui présentent la politique américaine d'une manière biaisée à leurs yeux. D'un autre côté, on pourra considérer que cette cassette d'Oussama Ben Laden, dans la mesure où elle existe, doit être évoquée dans les médias : qu'on le veuille ou non, Oussama Ben Laden est devenu un personnage essentiel sur la scène internationale.

La désinformation dans le monde actuel prend donc des formes plus subtiles que le simple mensonge, forme « pure » de désinformation. La désinformation naît aujourd'hui bien plus souvent d'une présentation biaisée de l'information et d'une politique délibérée visant à tirer l'information toujours dans le même sens. C'est une sorte de manipulation en demi-teinte, fondée sur le refus *a priori* d'examiner diverses hypothèses, qui vise à créer une atmosphère générale, un « parfum d'ambiance » dont l'objectif ultime est de faire accepter une politique internationale.

*

L'origine soviétique du mot ne doit pas tromper : les démocraties ne sont pas immunisées par nature contre la désinformation ; la différence entre démocraties et dictatures, en l'occurrence, tient à l'absence de stratégie institutionnalisée et permanente dans les premières, là où les secondes fondent leur existence même sur la désinformation.

D'une certaine manière, les démocraties sont peut-être aujourd'hui plus exposées encore à la désinformation, car généralement désarmées et peu vigilantes face aux risques de manipulation de l'information, alors même que, paradoxalement l'information y est abondante et en circulation libre. A cet égard, il est intéressant de constater qu'aucun des journalistes entendus par le rapporteur n'a pu citer précisément une opération de désinformation dont il aurait été victime au cours de sa carrière. De fait, même connue, la désinformation emprunte des chemins tellement complexes qu'il est très difficile d'en retracer le parcours et d'en décrire les techniques. Comme l'écrivit Vladimir Volkoff, « *on ne sait jamais qui désinforme qui* ».

La réalité est pourtant tout autre dans un ordre international qui fonctionne non pas sur le fondement de règles démocratiques mais sur la base de rapports de forces entre nations souveraines, en théorie régulés par le droit international, en pratique, le plus souvent, déterminés par le droit du plus fort.

Par conséquent, c'est en quelque sorte à une pédagogie des usages, bons et mauvais, de l'information que prétend le présent rapport, qui permet, pour la première fois, au Parlement français de se saisir de la question de l'information, de la désinformation et des relations internationales. Une pédagogie articulée autour de trois leçons principales :

– comment fonctionne l'information à l'ère des nouvelles technologies et de la globalisation financière ?



- qu'est-ce qu'une opération de désinformation aujourd'hui, question que nous examinerons au travers de deux exemples, le rôle de la France au Rwanda en 1994 et la marche vers l'intervention américaine en Irak en 2003 ?
- quelles contre-mesures la France doit-elle prendre pour s'insérer dans la guerre de l'information dans l'arène internationale ?



La désinformation à l'heure des nouvelles technologies et de la globalisation financière : petit manuel de la désinformation au XXI^{ème} siècle

1ère

Partie



C'est un constat sans appel qui a été dressé devant le rapporteur par tous les journalistes chevronnés qu'il a entendus : le journalisme « à l'ancienne », c'est-à-dire qui repose sur la vérification des sources et la confrontation des points de vue, est en voie de disparition. Dans un tel contexte, la désinformation, risque constant du métier de journaliste, est devenue une menace permanente, ce d'autant plus que la masse des informations a fortement augmenté.



Manipuler les médias : une très vieille histoire mais de nouveaux moyens

Comme l'ont rappelé tous les journalistes rencontrés par le rapporteur, la désinformation est depuis toujours le problème du journaliste qui en est le vecteur... souvent de bonne foi.

Victimes classiques de la désinformation, les journalistes n'en sont-ils pas cependant devenus les complices ? Traditionnellement, le journaliste s'en prémunissait par une information honnête, fondée sur des principes stricts de collecte et de présentation. Principes qui demandaient, pour être mis en œuvre, que le journaliste prenne le temps nécessaire. Or ce temps, le journaliste ne l'a plus. La vérification, principe de base du journaliste, est devenue optionnelle, remplacée par la répétition. Dans le même temps, gouvernements, entreprises, organisations non gouvernementales (ONG) mettent en place des stratégies de communication toujours plus sophistiquées, de plus en plus professionnelles. De sorte que, au moment même où les journalistes voient la qualité de leur pratique professionnelle mise aux défis par divers facteurs, ceux qui sont leurs interlocuteurs et leurs sources deviennent des professionnels de la communication chevronnés : pour caricaturer, la qualité de l'information s'appauvrit à l'heure où celle de la communication s'accroît sans cesse.

Contesté dans ses méthodes, le journaliste l'est aussi dans son statut, puisqu'il ne détient plus le monopole de la diffusion de l'information. Comme le rappelle Jean Dubois ⁽¹⁾, « *L'erreur courante est de ne voir dans l'Internet qu'une nouvelle technologie de communication s'ajoutant à une liste déjà longue. En fait, son irruption opère une rupture radicale dans la relation entre les hommes au sein de la société, puisqu'il en inverse le sens antérieur. Nous vivons jusqu'ici dans une société pyramidale où tout allait dans le même sens : du haut vers le bas. Ainsi en est-il de l'information détenue par une élite minoritaire qui la distribuait ensuite en forçant les utilisateurs à passer par les vecteurs de diffusion qu'ils contrôlaient : maisons d'édition, journaux, chaînes de télévision, etc. Mais voilà que les nouvelles technologies numériques font surgir une nouvelle classe d'utilisateurs qui cessent d'être de simples consommateurs passifs pour devenir à leur tour producteurs et diffuseurs d'information.* »

⁽¹⁾ Les Echos, 23 février 2006.



La révolution technologique dans les affaires médiatiques : l'éthique journalistique en péril ?

Les principes journalistiques ne constituent certainement pas un rempart absolu contre la désinformation ; mais il est certain que, dès qu'ils sont absents, le risque de désinformation devient majeur.

Or l'émergence des nouvelles technologies remet en cause les trois principes du journalisme d'agence, qui nourrit très majoritairement les autres organes médiatiques d'information : vitesse, exactitude, indépendance. Devra-t-on désormais les remplacer par le triptyque « précipitation, confusion, dépendance » ?

Certes, la vitesse a toujours été une préoccupation importante pour les journalistes : le scoop participe largement de ce mythe du journaliste qui, avant tout le monde, sortira l'information sensationnelle. Mais à l'heure des nouvelles technologies et de la quasi-concomitance entre l'événement et l'information qui en est donnée, c'est en permanence que le journaliste est conduit à rechercher le point d'équilibre entre vitesse et exactitude.

En outre, cet impératif de vitesse est peu compatible avec le recul critique et la profondeur de l'analyse, souvent utiles en matière internationale où préjugés et ignorance sont généralement plus importants que sur le plan national. Quelle chaîne de télévision ne sera pas tentée de diffuser en direct l'interview d'un dirigeant politique à la place du bulletin d'informations sur lequel auront travaillé plusieurs personnes, avec le recul de quelques heures sur l'événement ? S'il n'y a pas là désinformation proprement dite, nul ne niera cependant que la qualité de l'information s'en trouve atteinte : dans un cas, on communique une information brute ; dans le second, on livre une information pesée et pensée, qui donne non seulement à voir, mais aussi à comprendre.

Informer à l'heure d'Internet : faire vite ou faire bien ?

L'un des intervenants devant la mission a comparé la société médiatique à la tribu des Bandar-Log, ces singes du *Livre de la Jungle*, sans foi ni loi. Sans aller jusqu'à reprendre la comparaison, faut-il affirmer que les nouvelles technologies sont en train de tuer l'éthique journalistique ?

Les écueils classiques du journalisme demeurent, mais ils sont compliqués encore par les nouvelles conditions d'exercice du métier de journaliste, à commencer par la course à l'événement.

Dans ce contexte, la question des sources se pose avec une acuité renouvelée. C'est une question classique, qui reste toujours d'actualité. Comme l'a expliqué au rapporteur Mme Mireille Le Maresquier, il peut toujours arriver qu'un journaliste se réfère à une source



habituellement très fiable, mais manipulée à son insu. C'est ce qui s'est passé lors des attentats de Madrid du 11 mars 2004, lorsque le gouvernement espagnol a imputé la responsabilité de ces attentats à ETA, en dépit de preuves suggérant l'implication d'al Qaida.

Pour un professionnel comme Kevin Marsh, de *BBC today*, l'accélération du cycle de l'information est un « *grand sujet d'inquiétude* ». Là où il fallait auparavant un long et patient travail pour forger ce qu'on pourrait appeler la « *sagesse conventionnelle* » (Kevin Marsh), la multiplicité et la célérité des canaux d'information favorisent une propagation accélérée des « petites phrases ».

C'est ainsi que s'est imposée l'expression de « *War or terror* », c'est ainsi également qu'a pu être instillé le lien entre le 11 septembre et Saddam Hussein. Même suggérée, une information, si elle emprunte les canaux les plus porteurs, peut contaminer l'ensemble du paysage médiatique international ; pour peu qu'elle soit nourrie avec constance durant des semaines, comme celle suggérant le lien entre Al-Qaida et l'Irak, elle acquiert rapidement le statut de « *sagesse conventionnelle* ».

Dans ces conditions, là où le journaliste « à l'ancienne » prenait le temps de recouper ses informations, ces méthodes sont aujourd'hui bafouées. Faire vite ou faire bien, tel semble être le dilemme plus que jamais d'actualité dans les médias.

De nombreux exemples pourraient venir appuyer ce constat. Nous nous contenterons d'un seul, relatif au traitement médiatique de la mort de Yasser Arafat, à Paris. Dans un dossier aussi complexe que l'est la question palestinienne, il est certain que nombreux étaient les intérêts en cause, donc les sources de désinformation potentielles. Le tableau ci-dessous retrace le parcours tortueux des informations relatives à l'agonie et à la mort de l'ancien leader palestinien : à n'en pas douter, il représente une caricature des excès de la société de l'information dans laquelle nous vivons désormais. Sans compter qu'il révèle une très mauvaise gestion de l'affaire par la France, alors même que Yasser Arafat était hospitalisé dans un hôpital militaire français.

**LA GESTION MEDIATIQUE DE LA MORT DE YASSER ARAFAT***(11 novembre 2004)*

10h46	AFP	Perte de connaissance	Source proche délégation palestinienne
11h12	Reuters	Arafat dans le coma	Source palestinienne à Paris
12h13	Reuters	Arafat n'est pas dans le coma	Tayeb Abdoul Rahim
12h30	AFP	Arafat pas inconscient ni dans le coma	Officiel palestinien (Nabil Abou Roudeina)
12h35	Reuters	Coma et état critique	(Délégation palestinienne)
13h33	AFP	Arafat dans le coma, au « plus mal »	Source médicale française
14h52	AFP	Arafat n'est pas dans le coma	Ahmad Qoreï
15h09	AFP	Arafat dans le coma, au « plus mal » avec un peu de chance de se rétablir	Source médicale française
15h53	AFP	Chirac au chevet d'Arafat. Vœux de rétablissement	Elysée
16h44	AFP	Electro-encéphalogramme – Signe d'une extrême gravité	Source médicale française
17h25	AFP	Arafat est mort	TV publique israélienne
17h26	Reuters	Arafat dans un état de « mort cérébrale »	TV israélienne citant des sources françaises
17h27	AFP	Arafat est mort	TV israélienne (2 ^{ème} chaîne)



			radio militaire israélienne
17h33	Reuters	Arafat n'est pas cliniquement mort	Ahmad Qoreï
17h40	AFP	Arafat est mort	Juncker
17h49	Reuters	Arafat est mort il y a quinze minutes	Juncker
17h54	AFP	Arafat n'est pas décédé	Point de presse Médecin chef Estribeau
18h07	AFP	Arafat n'est pas mort	Azzam Al Ahmad – Ministre communication palestinienne
18h38	AFP	Arafat dans un état de mort cérébrale	Source médicale française

Les enjeux liés à la vitesse de circulation de l'information sont donc essentiels : le premier à diffuser l'information pose les termes du débat, de telle sorte que, même pour la contester, il faut venir se placer sur son terrain. En plus, les nouvelles techniques de diffusion de l'information rendent extrêmement difficile la traçabilité de l'information, donc l'identification de sa source.

Paradoxalement, au moment même où la responsabilité du journaliste s'accroît, du fait de la vitesse de diffusion des nouvelles et de leur impact désormais mondial, celui-ci a de moins en moins le temps d'exercer son métier dans des conditions lui permettant d'assumer pleinement cette responsabilité. Il suffit de se souvenir des conséquences dramatiques des accusations portées par *Newsweek* contre l'armée américaine qui, à Guantanamo, aurait profané le Coran, pour mesurer la disparition du principe de responsabilité dans les médias.

Les risques de l'emballlement grégaire : vers une uniformisation de l'information ?

Ces nouvelles technologies accroissent également le risque de désinformation en ce qu'elles favorisent l'uniformisation et la répétition de l'information : du fait de la concurrence entre les grands médias, l'objectif est de sortir le plus vite possible l'information disponible. D'où un phénomène de précipitation, qui exonère les journalistes de recourir aux techniques traditionnelles de vérification. Comme l'explique M. Daniel Carton, ancien du journal *Le Monde*, la plupart des rédactions fonctionnent désormais selon un processus de mimétisme,



qui conduit les journalistes à retenir tous la même phrase d'un discours ou d'un congrès ⁽²⁾. Tous les médias étant dans la même logique, la première information disponible fait en quelque sorte précédent et il devient très difficile, voire impossible, d'y apporter des nuances ou des corrections. Ajoutons que ce phénomène de **psittacisme** est amplifié par le développement des chaînes d'information en continu, par définition en demande constante d'informations. A cet égard, les agences de presse ⁽³⁾ ont une responsabilité majeure : les trois-quarts des informations diffusées dans la presse écrite proviennent en effet de cette source.

A l'évidence, cette concentration des sources induit potentiellement un risque accru de désinformation, surtout à l'ère de l'emballlement grégaire que favorise Internet. A l'heure d'Internet et du copier-coller, la désinformation se niche désormais principalement dans les mécanismes de répétition, les mots routiniers qui circulent sans qu'on n'y prenne plus garde et que jamais on n'interroge. **Même douteuse, l'information diffusée acquiert un statut d'existence, que l'on ne peut se contenter de nier pour la réfuter.**

Ce risque de ce que nous appellerons le « **panurgisme médiatique** » est d'autant plus grand qu'il s'inscrit dans un contexte de relatif conformisme intellectuel au plan international, du moins chez les élites. Comme l'analyse avec justesse la tribune n°30 du Collège interarmées de défense, on assiste « à une sorte de « *censure positive* », c'est-à-dire une orientation générale de la rengaine servie aux consommateurs-lecteurs, qui s'étend dans la plupart des magazines d'actualités générales. La tendance à l'uniformité est accentuée par le conformisme de pensée dont font preuve les journalistes eux-mêmes. » Ainsi, alors même que les 34 000 détenteurs de la carte de presse soient d'origines diverses, un sondage paru en 2001 montrait qu'une majorité d'entre eux partageaient les mêmes valeurs et les mêmes opinions politiques ⁽⁴⁾. De la sorte, « *alors que les écoles de journalisme enseignent que " les faits sont sacrés, mais le commentaire est libre "*, on ne peut que rester sceptique à la lecture des éditoriaux de nos quotidiens, inlassables véhicules d'une pensée unique. » ⁽⁵⁾

Ce constat de l'uniformisation doit cependant être tempéré : notamment, il ne se vérifie pas dès lors que l'on tourne son regard vers le Moyen-Orient. Dans cette région du monde, l'apparition, depuis une dizaine d'années, de chaînes satellitaires d'information financées et animées par des Etats ou des entreprises d'une part, par des journalistes arabes d'autre part, a introduit un profond changement dans le paysage international de l'information en continu par satellite. Certes, le phénomène ne doit pas être pris pour ce qu'il n'est pas, à savoir un phénomène de masse : d'abord parce que le téléspectateur du Moyen-Orient reste encore avant tout amateur de programmes de divertissement, ensuite parce qu'une minorité de foyers dispose de la télévision par satellite. Il n'existe, à dire vrai, aucune évaluation officielle de l'audience de ces chaînes satellitaires. Pour la seule chaîne Al-Jazira, le chiffre de 50 millions de téléspectateurs par jour dans le monde était avancé en 2003 par un centre

(2) Daniel Carton, Bien entendu...c'est off, Albin Michel, 2003.

(3) Six agences générales couvrent le monde entier : une française (AFP), deux américaines (United Press International et Associated Press), une anglaise (Reuter), une russe (Tass) et une chinoise.

(4) Journalistes, le clan des clones. Marianne, avril 2001.

(5) Tribune n° 30 du CID.



de réflexion de Washington, dont 15 millions en Europe ⁽⁶⁾. Ces chiffres devraient rapidement être périmés, avec le lancement, en 2006, de la version anglaise d'Al-Jazira, qui devrait se traduire par une explosion de l'audience en touchant le public musulman en Asie mais également le public non musulman intéressé par cette nouvelle offre dans le monde entier.

Traditionnellement, dans le monde arabe, l'information était le monopole du Caire. Le Qatar a mis fin à ce monopole en créant une chaîne depuis copiée, mais qui a donné le ton dans la région : Al-Jazira, ce « *miroir rebelle et ambigu du monde arabe* » ⁽⁷⁾ excellemment décrit par Mme Olfa Lamoum, politologue, enseignante à Nanterre, qu'a entendue votre rapporteur.

L'autre monopole battu en brèche par la chaîne est celui des médias occidentaux, notamment anglo-saxons, en matière d'information par satellite en continu. « *Comment un homme dans une grotte peut-il avoir une communication meilleure que la première société de communication au monde (How can a man in a cave outcommunicate the world's leading communication society) ?* » Il n'est pas certain que Richard Holbrooke, ancien diplomate américain, aurait eu à se poser cette question au temps de la première guerre du Golfe, alors que CNN détenait le monopole de l'information en continu.

Al-Jazira donne désormais à voir une autre réalité internationale, considérée du point de vue du monde arabe : il n'est pas exagéré de voir dans la démarche d'Al-Jazira une véritable contestation du monopole du sens détenu jusqu'alors par les médias occidentaux. Qu'on le veuille ou non, Al-Jazira a répondu à une demande dans un monde arabe qui avait, plus encore que le monde occidental, mal vécu la couverture médiatique de la première guerre du Golfe par la seule chaîne d'information en continu qu'était CNN. Désormais, « *le téléspectateur arabe n'a plus besoin de regarder CNN pour suivre les élections aux Etats-Unis ou de lire Le Monde pour suivre le débat sur l'interdiction du voile à l'école en France.* » ⁽⁸⁾

LE PHENOMENE AL-JAZIRA

Lancée le 1^{er} novembre 1996, Al-Jazira (« la péninsule » en arabe, par référence à la péninsule arabique) signalait les ambitions démesurées de l'un des plus petits pays arabes par sa superficie : le Qatar, 744 000 habitants (chiffre 2002), dont 150 000 nationaux, 11 437 km² de superficie. Désormais important, l'émirat l'est par son pétrole, ses colossales réserves de gaz, deuxième producteur mondial de pétrole par habitant ; 5 % des réserves de gaz mondiales, ses relations privilégiées avec les Etats-Unis et sa chaîne satellitaire d'information en contenu, totalement financée par l'émir (1 400 employés dans le monde, 450 journalistes de quinze nationalités différentes, 23 bureaux étrangers, 70 correspondants, 24 bulletins d'info par jour, 7 programmes de débats en direct et 15 émissions enregistrées, deux sites web en arabe et en anglais, 35 millions de téléspectateurs

(6) Chiffre cité par Olfa Lamoum in Al-Jazira, miroir rebelle et ambigu du monde arabe, *La Découverte*, 2004.

(7) Olfa Lamoum, op.cit. *Les analyses qui suivent sont largement tirées de ce très bon ouvrage sur la chaîne qatarie.*

(8) Olfa Lamoum, op. cit.



au Moyen-Orient et 15 millions en Europe et dans les deux Amériques). Alors qu'elle n'émet que 6 heures par jour à ses débuts, elle devient chaîne d'information en continu en 1999.

Al-Jazira est née de la convergence d'un projet journalistique et d'une volonté politique. En 1996, la société saoudienne Orbit résilie son contrat de joint-venture avec la BBC et met un terme à la courte expérience de la BBC Arabic News. Lancée en 1994 pour exploiter des chaînes de télévision payante, Orbit appartient au groupe Al-Mawarid, dont le principal actionnaire est un prince saoudien, cousin du roi Fahd. C'est ce prince qui prend cette décision brutale, après la diffusion d'un entretien avec un opposant saoudien basé à Londres.

250 journalistes et employé basés à Londres sont au chômage. Parallèlement, l'émir du Qatar avait, deux mois avant l'arrêt de la chaîne BBC Arabic News, promulgué un décret établissant une chaîne satellitaire à Doha. La nouvelle chaîne trouve un intéressant réservoir de recrutement dans les chômeurs de l'ex BBC Arabic News, qui plus est estampillés de la culture BBC.

La chaîne panarabe, financée à raison de 137 millions de dollars sur cinq ans par le gouvernement du Qatar, naît ainsi de la concordance de deux volontés : celle d'un petit pays cherchant à se constituer une niche distinctive régionale et celle de journalistes arabes souhaitant relancer l'expérience d'une télé affranchie de la tutelle de l'Arabie Saoudite et des autres régimes autoritaires de la région. Sa ligne éditoriale est définie dès le départ, résultant d'une convergence entre le projet éditorial des journalistes fondateurs issus de la BBC Arabic News et de l'image que le Qatar souhaite donner de lui-même.

Incontestablement, Al-Jazira a montré la réalité internationale sous un angle nouveau. Notamment, elle a souvent été accusée de donner la parole aux terroristes. On pourrait certes gloser à l'infini sur les liens entre Al-Jazira et Al-Qaida : le fait est que c'est elle qui a donné à Ben Laden un visage et une voix, que la notoriété de la chaîne dans le monde arabe, et au-delà, n'a pas peu à voir avec son rôle de « boîte aux lettres » d'Al-Qaida. On remarquera cependant, concernant le traitement par les médias américains des enregistrements de Ben Laden, que, après que, le 10 octobre 2001, lors d'une conférence de presse, Condoleezza Rice eut déclaré que les enregistrements de Ben Laden et des autres dirigeants de son réseau pourraient être utilisés pour combattre les Etats-Unis, les plus importantes chaînes cessèrent de diffuser ces enregistrements. Il est incontestable que cet alignement patriotique des grands réseaux télévisés américains a créé un vide dans le champ médiatique global dont ont pu profiter des médias indépendants des intérêts de Washington.

Les Etats-Unis ont d'ailleurs depuis changé d'approche. Ainsi, la principale réplique américaine réside dans ce que le *Al-Ahram Hebdo* a baptisé le « plan Marshall des cerveaux », c'est-à-dire le projet américain de mettre en place des médias en langue arabe financés et contrôlés par les Etats-Unis pour promouvoir les valeurs américaines. C'est ainsi qu'a été lancée, le 14 février 2004, par les Etats-Unis, la chaîne *Al-Hurra* (« *La libre* »)



censée marginaliser Al-Jazira. Mission pour l'instant largement compromise, faute pour cette chaîne de bénéficier du préjugé d'indépendance dont Al-Jazira, malgré ses insuffisances, notamment s'agissant du traitement des questions relatives au Qatar, bénéficie toujours.

Satellites, sites Internet et blogs : plus d'information, plus de désinformation...

L'explosion de l'information *via* le satellite ou Internet soumet désormais chacun à un véritable « *bombardement informationnel* »⁽⁹⁾ Ce trop-plein d'information n'est pas neutre : trop d'information tue l'information et peut aboutir à une désastreuse désinformation. Désastreuse car elle prend une forme nouvelle, particulièrement insidieuse, en donnant l'illusion du savoir aux destinataires d'une information. Or, « *avoir un accès illimité aux informations ne signifie pas pour autant disposer d'un accès automatique au savoir et n'entraîne pas à coup sûr un enrichissement personnel.* » La question est posée : formés et éduqués dans ce nouveau contexte, les individus de demain auront-ils le bagage intellectuel leur permettant de relever un pareil défi et de percevoir les opérations de manipulations d'ores et déjà bien souvent difficiles à détecter ?

Cet accroissement de la masse des informations modifie donc la problématique de la désinformation. Pour prendre le seul exemple des Etats, à la fois victimes et sources de désinformation, on voit cependant qu'elle joue un rôle ambigu.

D'un côté, elle s'impose à eux comme une contrainte. Désormais, en effet, les Etats, tout en cherchant à influencer l'information, doivent également prendre en compte, dans leur politique étrangère, l'existence d'informations fausses. Dans quelle mesure les révélations erronées de *Newsweek* sur la profanation du Coran par des soldats américains ont-elles favorisé une redéfinition ou une accentuation du dispositif de diplomatie publique mis en place en vue de permettre aux Etats-Unis de revaloriser leur image dans le monde arabo-musulman ? Quel est l'impact pour la France des rumeurs et allégations persistantes sur sa prétendue responsabilité dans le génocide rwandais ? Comment des organisations non gouvernementales intervenant, par exemple, en matière environnementale influencent-elles des politiques aussi importantes que les politiques énergétiques, y compris par la production de contre-vérités sur tel ou tel type d'énergie ?

Contrainte également dans la mesure où, face à une telle profusion d'informations, les Etats ne sont plus dans une situation de monopole de détention de l'information. Dès lors, la capacité d'un gouvernement, quel qu'il soit, à peser sur l'information, à influencer les journalistes pour qu'ils transmettent les informations comme il le souhaite, est limitée. Les interlocuteurs du rapporteur aux Etats-Unis ont souligné, que, même une administration aussi interventionniste que l'est l'administration Bush à l'égard de la presse, est la plupart du temps dans une position réactive – la proportion de 65 % des cas a été citée au rapporteur par le directeur de la communication du Sénateur Warner – et ne parvient que très ponctuellement à imposer son agenda de communication. Un constat commun ressort des

⁽⁹⁾ Joël de Rosnay, Carlo Revelli, La révolte du prolétariat. Des mass médias aux médias des masses, *Transversales*, 2006.



auditions menées en France par le rapporteur : un gouvernement démocratique ne peut agir qu'à la marge pour influencer l'information.

A l'inverse, on peut considérer qu'avec la multiplication et la diversification des supports, les Etats disposent désormais de capacités accrues d'intervention dans le champ de production de l'information. Le nouveau statut de l'information comme produit de consommation courante en libre circulation permet aux Etats de « faire leur marché » et de mettre en valeur certaines informations plutôt que d'autres, c'est-à-dire de bâtir de véritables stratégies de communication. A cet égard, nous gagnerions à porter une attention accrue à la question des moteurs de recherche, outils stratégiques de classement, donc de choix, de l'information. Comme le souligne M. Olivier Andrieu, spécialiste de cette question, « *il existe clairement un risque de désinformation et de manipulation à laisser la grande majorité des outils de contrôle du Web dans les mains d'entreprises d'un même pays. Nous sommes dans un monde où l'information est capitale. Qui diffuse l'information sur le Web ? Ce sont les moteurs de recherche. D'où viennent les moteurs de recherche ? Des Etats-Unis.* » De même, le rôle des conseillers en communication, notamment des *spin doctors*, sur lequel nous reviendrons dans le cas irakien, est là déterminant, ces professionnels ayant pour objectif de « vendre » une politique comme on vend un produit commercial. Sans compter toutes les manipulations que permettent les fameuses autoroutes de l'information, qui peuvent en l'occurrence devenir des souterrains obscurs de l'information, propices à l'imagination des services de renseignement.

Dans ce paysage en mutation accélérée et continue, il est encore difficile de percevoir jusqu'où la problématique de la désinformation va pouvoir évoluer : quelles vont en être les nouvelles techniques, les nouveaux vecteurs et comment les différents acteurs de l'espace virtuel vont s'adapter à la nouvelle donne. A cet égard, quel sera l'impact du développement des blogs, ces journaux personnels en ligne (l'étymologie du mot – *web log* – renvoie au journal de bord tenu par le capitaine d'un bateau) ? Phénomène d'origine américaine apparu en 2001-2002, il se développe en France et dans le monde à une vitesse exponentielle depuis le début de l'année 2003, d'aucuns allant jusqu'à le considérer comme un phénomène « *aussi important que la révolution de l'imprimerie* »⁽¹⁰⁾. Selon les sources, on dénombrerait entre 50 et 70 millions de blogs dans le monde aujourd'hui. Certains objecteront que l'ampleur même de l'information la neutralisera, par un effet d'asphyxie. C'est oublier que, comme l'ont expliqué certains interlocuteurs du rapporteur aux Etats-Unis – de manière révélatrice, seules les personnalités rencontrées aux Etats-Unis ont évoqué la question des blogs –, certains de ces journaux deviennent des références, consultées, commentées et intégrées à part entière dans le circuit de l'information des décideurs. Il existe en effet aujourd'hui des blogs de référence, comme on parle de journaux de référence. Le problème vient de ce que, si l'on sait qui finance et contrôle les journaux, et les médias en général, le blog, virtuel, pose la question de la traçabilité de l'information et de l'identité de la source réelle qui l'émet.

⁽¹⁰⁾ *Loïc le Meur, Laurence Beauvais, Blogs pour les pros, Dunod, 2005.*



Les finances à l'assaut des médias : faire de l'argent et informer...

Pour des raisons géopolitiques et financières, l'économie des médias s'est considérablement transformée, substituant à un journalisme organisé autour de ses missions un journalisme orienté vers le marché.

Dans ce contexte d'un marché de l'information ultraconcurrentiel, dans lequel il faut faire de l'information à tout prix, la boutade de Pierre Lazareff n'est-elle pas devenue un axiome de base : « *Une information plus un démenti, cela fait deux informations* » ? Et un taux d'écoute lucratif !

La fin de la guerre froide : la baisse du dispositif international des organes de presse

En matière internationale, la qualité de l'information dépend des moyens qu'on se donne pour la collecter. Marc Riglet, de Radio France, l'a souligné, comme Jeffrey Dvorkin, médiateur de la chaîne américaine NPR, en montrant *a contrario* comment la réduction des moyens affectés au traitement des questions internationales dans les médias américains au cours de la décennie 1990, dans l'euphorie de la victoire sur l'Union soviétique, avait gravement nui à la qualité de l'information afférente. Le médiateur de NPR a raconté au rapporteur comment de grands cabinets d'audit, embauchés par les groupes de médias au début des années 1990, avaient conclu de leur étude que les publics américain et canadien n'étaient pas intéressés par les informations internationales. Et même si l'un de ces auditeurs a avoué, dans un article publié en 1998 dans la *Harvard Business Review*, que les auditeurs avaient conclu en ce sens parce que tel était ce que les dirigeants des groupes voulaient entendre, le dispositif international des grands médias avait déjà été sérieusement réduit.

De ce point de vue, les médias français présents à l'étranger restent, à leur échelle, bien pourvus. On peut cependant regretter que la localisation géographique des postes d'envoyés spéciaux permanents à l'étranger reste marquée par le contexte international du XX^{ème} siècle : Berlin, Londres, Rome, Madrid, Washington, Bruxelles, Jérusalem, le Caire.

La financiarisation des groupes de presse : faire de l'image pour faire du profit

C'est sur cet arrière-plan géopolitique de « fin de l'histoire » qu'est venu se greffer un bouleversement profond de l'organisation économique des grands médias américains au cours de la décennie 1990. **Le secteur des médias n'a pas échappé à l'évolution générale de financiarisation du capitalisme.** C'est ainsi que CBS, qui était considérée comme le standard du journalisme américain indépendant, passa d'une gestion familiale à



une gestion financière. De ce jour, chaque division de la chaîne fut considérée comme un centre de profits, soumis à des objectifs financiers. Le besoin de plaire aux lecteurs, spectateurs et auditeurs est ainsi devenu la priorité des responsables de groupes de médias, gérés comme des entreprises normales, c'est-à-dire avec des critères et des objectifs de rentabilité annuels. Le prix des espaces publicitaires étant directement proportionnel à la diffusion, l'objectif majeur des médias aujourd'hui est devenu de montrer ou d'imprimer ce qui flatte la masse, et de rejeter ce qui l'ennuie.

Ces nouveaux enjeux économiques de l'information ont fait naître, dans le contexte de la mondialisation, une forte concurrence entre les différents acteurs médiatiques. L'avènement des nouvelles technologies et des autoroutes de l'information, c'est-à-dire l'accélération du cycle de l'information, n'a fait qu'amplifier la financiarisation des médias, secteur devenu l'enjeu d'énormes profits.

Dans quelle mesure cette transformation de l'économie médiatique peut-elle favoriser la désinformation ? La concentration des médias en fait, à l'évidence, de puissants acteurs internationaux ; ne parle-t-on pas d'« empires » de presse ? Ainsi, le poids du groupe Murdoch n'est plus à démontrer, que ce soit aux Etats-Unis, avec *Fox News* notamment, ou encore en Grande-Bretagne, où le magnat australien est dit avoir monnayé son soutien au gouvernement en fonction de ses options de politique européenne. Le pouvoir de ces nouveaux géants n'est toutefois pas univoque. L'extrême concurrence entre les organes de presse les rend en effet extrêmement dépendants : dans quelle mesure la course au scoop peut-elle favoriser la dépendance des journalistes vis-à-vis des sources officielles ? Il est évident que, lorsque un gouvernement peut favoriser un organe de presse ou une chaîne de télévision en lui réservant l'exclusivité, les journalistes réfléchissent à deux fois avant de publier un article ou de réaliser un reportage critiques, qui les excluraient à coup sûr de la liste des favoris...

Telle est la réalité qu'ont décrite au rapporteur les journalistes britanniques et américains qu'il a rencontrés, les premiers évoquant notamment les méthodes du *spin doctor* de Tony Blair. Alastair Campbell, l'un des interlocuteurs britanniques du rapporteur a utilisé une expression très révélatrice pour qualifier cette relation de dépendance entre le communicant qui veut « vendre » son information et le média prêt à tout pour afficher sur l'écran le fameux bandeau « *breaking the news* », en évoquant une relation « de la main à la bouche » (*hand-to-mouth*). Il en résulte certainement une auto-censure et une politique délibérée de « vendre » ce qui plaît et rapporte ; on gomme tout ce qui peut effrayer et déplaire pour faire du chiffre.



Les nouveaux enjeux de la désinformation

L'apparition de nouveaux acteurs sur la scène internationale incite à réfléchir autrement sur la question de la désinformation qui, aujourd'hui, ne se limite plus aux relations classiques, même si renouvelées, entre les journalistes et les acteurs étatiques.

Deux de ces nouveaux acteurs internationaux méritent à cet égard une attention particulière, du fait de la place croissante qu'ils occupent sur la scène médiatique : les organisations non gouvernementales (ONG) et les entreprises multinationales.

Les nouveaux acteurs : les organisations non gouvernementales sont-elles les nouveaux idiots utiles de la désinformation ?

Missionnaires des temps modernes, les ONG inspirent confiance. Cet irénisme béat a cependant ses limites, tant il est vrai que certaines d'entre elles ne sont pas autre chose que des officines de relations publiques non avouées au service de certains Etats ou entreprises ⁽¹⁾. Les ONG sont certes rarement des vecteurs *volontaires* et *conscients* de la désinformation ; elles en sont même généralement complices par ignorance ou légèreté, comme l'a illustré le Rwanda.

Il ressort des auditions du rapporteur qu'elles sont souvent des acteurs involontaires de la désinformation, jouant malgré elles le rôle d'« **idiots utiles** » au profit d'acteurs étatiques ou économiques multinationaux. Ainsi, dans le cas du Rwanda, nombre de celles qui ont proféré de très graves accusations contre la France ont été, sans le savoir, manipulées par des services de renseignement ou des multinationales étrangers. **Nombre d'entre elles ont répété à l'envi de fausses informations, les rendant crédibles parce que véhiculées par des ONG perçues comme des vecteurs au-dessus de tout soupçon, alors qu'à aucun moment, ces ONG n'ont vérifié les informations de base.**

Nul besoin d'insister sur les conséquences redoutables de ce type d'instrumentalisation.

⁽¹⁾ On lira à ce sujet le très intéressant article publié par Le Point (16 janvier 2004) sur l'étonnante ONG Démocraties en transition dirigée par Bruce Jackson.



Si le rapporteur a souhaité aborder les questions, taboues, du rôle des ONG dans la désinformation, c'est parce qu'il lui semble que notre pays pâtit, en la matière, d'une très grande naïveté collective. Naïveté qui nous conduit à considérer comme tels les combats autoproclamés éthiques ou civiques de certaines organisations, quand ils ne sont que le paravent de banals intérêts économiques. Il est courant de dénoncer la désinformation pratiquée par les grandes multinationales – et c'est pourquoi le rapport n'abordera pas ce thème rebattu, ce qui ne signifie nullement qu'il en sous-estime la réalité –, il l'est moins de porter l'analyse sur les liens entre les ONG et la désinformation.

Les combats menés par certaines ONG méritent pourtant qu'on s'y intéresse.

Le cas des attaques lancées contre le champion nucléaire mondial dont dispose la France avec Areva – premier leader mondial dans le domaine de l'énergie qui ne soit pas américain depuis un siècle, à la seule exception de Gazprom – est à cet égard particulièrement éclairant. Un domaine dont on rappellera, avec notre collègue Bernard Carayon, auteur d'un rapport au Premier ministre sur l'intelligence économique, qu'il fait partie pour la France des marchés stratégiques qui « *ne se conquièrent pas uniquement par les règles de l'économie libérale, le prix et la qualité des produits et services, mais subissent l'influence des Etats ou d'acteurs nouveaux tels que les ONG, les think tanks, les lobbies, etc.* »⁽¹²⁾

Nul ne contestera que la filière nucléaire française avait, il y a quelques années encore, beaucoup de progrès à faire en termes de transparence ; la même honnêteté impose toutefois de constater que l'industrie nucléaire de notre pays a, en cette matière, accompli son *aggiornamento* depuis le début de la décennie. C'est un changement stratégique qui a été accompli, transformant le bunker qu'était la COGEMA en une société moderne, ouverte sur le monde (ONG, collectivités locales, monde politique...), désormais incarnée par Areva. Au terme de cette mue, trois ONG persistent toutefois dans leur refus de dialoguer en tête-à-tête avec le champion français, exigeant, pour tout débat, la présence des médias : il s'agit de Greenpeace, de Wise et des Amis de la terre.

Sans doute nombreux sont les militants de ces associations qui croient authentiquement au bien-fondé de leur engagement. L'opinion est libre et là n'est pas la question. Pose un réel problème, en revanche, le lien entre les prises de position de certaines ONG et leurs sources de financement. Par exemple, est-il vrai que, comme l'ont affirmé certains interlocuteurs de votre rapporteur, Greenpeace International⁽¹³⁾, qui a fait de la lutte contre l'énergie nucléaire son cheval de bataille, a été financée par des pétroliers saoudiens ? Il existerait à dire vrai une longue tradition de Greenpeace en la matière puisque, selon ces mêmes interlocuteurs, historiquement, le pétrole texan fut très actif dans le financement de Greenpeace – il ne l'est plus –, de même qu'un pétrolier soviétique dans les années 1980. En réalité, le tabou le plus total pèse sur le financement de Greenpeace International qui prétend que la majorité de ses fonds provient de dons de particuliers, mais dont les comptes demeurent désespérément inaccessibles car ils seraient à l'abri dans un paradis fiscal des

⁽¹²⁾ Bernard Carayon, « *La France est en retard en matière d'intelligence économique* », Journal du management, 12 novembre 2005.

⁽¹³⁾ Par un courrier en date du 1^{er} avril 2005, le rapporteur a demandé un entretien au directeur de Greenpeace France, demande qui n'a jamais reçu de réponse.



Antilles, ce qui rend évidemment la vérification impossible. On ajoutera, pour être complet, que cette association est subventionnée par le ministère de l'environnement, ce qui devrait conduire les pouvoirs publics à exiger davantage de transparence dans les comptes de cet organisme.

Tel est également le cas de Wise, association installée à Amsterdam, comme Greenpeace, et affiliée à un réseau américain – Wise est d'ailleurs un acronyme de *World Information Service on Energy*. Si l'on se réfère au site Internet de Wise Paris, le même constat d'opacité prévaut : l'internaute n'a aucun moyen de s'informer sur les fondateurs et le financement de cet organisme, faute de la très classique rubrique « Qui sommes-nous ? ». En bonne place figure un appel à soutien, sans que soit présenté un bilan financier correspondant. Ceci est d'autant plus regrettable que l'association ne cesse de mettre l'accent sur son caractère de « *structure professionnelle – c'est-à-dire rémunérée – de services d'information et d'analyse* », ce qui pose à l'évidence la question de son financement. Seule une brève allusion est faite, parmi les financiers, à des « *fondations américaines* », dont le soutien manque depuis le « *krach boursier de 2001* » – dont on observera que ses effets sont aujourd'hui largement effacés...

Cette opacité venant d'organismes qui fondent leur combat sur la dénonciation du manque de transparence de leurs cibles pourrait faire sourire si elle ne masquait pas de véritables opérations de désinformation contre un secteur stratégique de notre économie. On ne manquera pas de s'étonner d'ailleurs que les médias, eux aussi généralement prompts à dénoncer l'opacité, n'aient pas mené des investigations approfondies sur ce phénomène.

L'intelligence économique : les entreprises multinationales, champ nouveau de la désinformation

Les grandes entreprises multinationales ne sont certainement pas des débutantes en matière de désinformation : pour situer les termes du débat, on se contentera de rappeler que, sur les 100 premières entités les plus riches du monde, moins de 50 sont des Etats... C'est d'ailleurs pourquoi la désinformation fonctionne dans les deux sens dans le monde économique : le coupable peut devenir victime. Pour le dire autrement, la désinformation est aussi un marché : attaquer une entreprise multinationale peut aussi fournir l'occasion, à celui qui attaque, de se faire un nom, voire de l'argent.

La question du lien entre désinformation et entreprise doit aujourd'hui être appréhendée au travers du prisme de l'intelligence économique : s'il existe en France un domaine dans lequel le statut d'arme stratégique est reconnu à l'information, c'est en effet celui de ce nouveau champ de réflexion qu'est l'intelligence économique, terme par lequel on désigne toutes les actions concourant à la maîtrise et à la protection de l'information stratégique détenue par les acteurs économiques. Un long chemin reste cependant à faire si l'on se



réfère au développement de ce secteur aux Etats-Unis : ce sont, outre-atlantique, 40 % du budget du renseignement qui sont consacrés à l'intelligence économique.

Il ne fait pas de doute aujourd'hui que la sphère économique est devenue un champ privilégié pour la désinformation. Tous les secteurs sont touchés, même si les plus stratégiques sont plus particulièrement visés.

Les trois exemples qui suivent illustrent la diversité des fronts de la guerre économique :

– Au début de l'année 2004, un article de la revue américaine *Science* dénonce le caractère cancérigène du saumon d'élevage danois et norvégien. Les recherches ont rapidement permis de tracer les auteurs de la campagne parmi les producteurs de saumon d'Alaska. Comme le rapporta le magazine *Marianne*, « *Non contents de considérer leur étude comme "de loin la plus représentative et la plus complète réalisée à ce jour", les auteurs, sept scientifiques américains et canadiens ayant analysé 700 échantillons de saumons sauvages et d'élevage venant du monde entier, parlent donc de "risques cancérigènes inacceptables".* Or il se trouve que la Norvège, le Royaume-Uni et le Chili assurent 80 % de la production mondiale de saumon d'élevage, tandis que les Etats-Unis pêchent à eux seuls 40 % du saumon sauvage. Et le magazine d'ajouter : « *Comme par hasard, l'enquête est publiée dans la revue américaine Science, peu après que la réglementation américaine eut revu à la baisse le taux légal de dioxine dans le saumon. (...) Science aurait pu toutefois préciser que l'enquête sur le saumon, commandée à l'université d'Albany, fut financée pour la coquette somme de 2,5 millions de dollars par les Pew Charitable Trusts, dont les filiales sont spécialisées dans la commercialisation du saumon sauvage du Pacifique.* » ⁽¹⁴⁾

– Le secteur de l'énergie fait partie des domaines les plus touchés par la guerre économique. Une entreprise comme Total, dans ce même secteur de l'énergie, est également touchée par des opérations de désinformation : sa place dans le marché mondial (quatrième ou cinquième selon les années), la nature de ses activités à l'heure où la rente pétrolière est stigmatisée de manière croissante, la géographie de son implantation, le symbole du capitalisme qu'incarne le pétrolier dans l'imaginaire collectif, nombreux sont les facteurs qui font d'une entreprise comme Total la cible parfaite de ce type de manœuvres. Celles-ci prennent des formes extrêmement variées, pour certaines illégales : campagne de presse, appel au boycott, organisations de manifestations, actions judiciaires, chantage et extorsion de fonds.

– Le secteur de l'armement, enfin, est une autre cible privilégiée pour la désinformation. Dans un domaine stratégique, car drainant les technologies les plus modernes de souveraineté, elle s'exerce avec des moyens généralement importants, à la hauteur des enjeux concernés.

En 1995, un rapport de l'*Office américain for Science and Technology*, identifiait 27 technologies essentielles à la pérennité du leadership global américain ; la France maîtrise 17 de ces 27 technologies *via* le secteur de l'aéronautique militaire. Ce secteur se situe donc au cœur des débats de souveraineté. Comme tel, il est soumis à une intense pression de la part des Etats-Unis, à la recherche d'un monopole dans ce domaine. L'information fait

⁽¹⁴⁾ n° 352, 19 - 25 janvier 2004.



évidemment partie des armes utilisées dans ce but, qu'elle soit utilisée dans des campagnes ponctuelles ou en soutien d'opérations très coordonnées, au caractère stratégique.

C'est ainsi que l'entreprise Dassault a été victime d'une campagne de désinformation très articulée lorsqu'elle fut en concurrence avec Lockheed sur le marché polonais. Ainsi, il semble qu'en août 2001, la décision ait été prise de faire écouter les bureaux de Dassault à Varsovie au printemps 2002, à laquelle le Secrétaire américain à la Défense n'aurait pas été étranger. Il apparaît en outre que des contacts permanents entre Polonais et Américains ont permis à ces derniers d'ajuster en permanence leur offre pour coller au mieux aux besoins polonais. Outre de multiples pressions et menaces, le dernier volet de la campagne orchestrée contre l'entreprise française consistait en une mise en cause permanente de l'intégrité de la partie française, de multiples articles de la presse anglo-saxonne dénonçant la prétendue corruption française.

Toutes les personnalités entendues par le rapporteur concernant l'intelligence économique ont dressé le constat d'un retard français dans le domaine de l'intelligence économique, que confirme notre collègue Bernard Carayon : « *Très en retard par rapport à ses concurrents, la France reste extrêmement naïve sur le sujet. A la différence de nos partenaires, nous persistons à croire que les règles de l'économie libérale sont les seules qui ont cours alors qu'il faudrait que nous développions un patriotisme économique défensif et offensif.* »

Plus précisément, trois constats récurrents s'imposent :

- les entreprises françaises sont insuffisamment armées pour lutter contre la désinformation ;
- il n'existe pas de culture de la vigilance en France en matière d'intelligence économique ;
- la politique d'intelligence économique mise en place par le Gouvernement doit être dotée de davantage de moyens.

Avant 2004, et parce qu'elle ne les avait pas identifiées, la France ne disposait d'aucun dispositif de protection de ses entreprises stratégiques. Le périmètre stratégique n'était même pas une notion imaginée et l'ensemble des services de l'Etat travaillait en désordre sur ces questions.

Il a fallu les tentatives de rachat, par des fonds américains des sociétés Saft ou Gemplus (leader mondial de la carte à puces), pour que nous les identifions comme des sociétés stratégiques. Le même constat de carence vaut concernant la réflexion autour des enseignements universitaires sur les technologies sensibles et ce n'est que récemment que la France a engagé, sous l'impulsion de Michèle Alliot-Marie, une réflexion sur la dépendance stratégique de sa défense nationale.

La prise de conscience est récente : sur les 38 propositions que fit Bernard Carayon dans le rapport sur l'intelligence économique qu'il remit au Premier ministre en 2003, environ les deux tiers d'entre elles sont en cours d'application depuis 2004. Depuis, nous nous sommes dotés d'un dispositif juridique de protection, d'un fonds d'investissement destiné à venir en appui sur les secteurs stratégiques, etc. Cependant, l'approche reste encore plus administrative que politique et il manque sans doute encore une forte impulsion.



La désinformation par l'exemple : le Rwanda et l'Irak, cas d'école ou scénario d'exception ?

2ème **Partie**



Membre de la mission parlementaire d'information sur la tragédie rwandaise mise en place en 1998, votre rapporteur est ressorti de ces cinq mois d'auditions avec la conviction que la France était victime d'une opération caractéristique de désinformation quant à son rôle durant les terribles événements qui se déroulèrent au Rwanda en 1994. Cette expérience personnelle du rapporteur est d'ailleurs largement à l'origine de son souhait de consacrer un rapport spécifique à la question de la désinformation dans les relations internationales.

Depuis cette date, d'autres événements sont venus nourrir ce constat du rôle désormais essentiel de l'information, nouvelle ligne de front, dans les rapports interétatiques et transnationaux. L'affaire des armes de destruction massive en Irak est la dernière en date et peut-être aussi l'un des exemples les plus révélateurs du nouveau rôle de l'information dans les relations internationales.

Rwanda, Irak : cas d'école ou scénarios d'exception ?



Premier cas : le génocide rwandais et la France

Lancée dès 1994, la campagne de désinformation sur l'action de la France au Rwanda au cours des dramatiques événements de cet *annus horribilis* pour l'humanité entière se poursuit aujourd'hui. Que ce soit par ignorance ou par manipulation délibérée, un certain nombre d'organisations et d'entités ont propagé, et continuent de le faire, des informations fausses concernant le rôle de la France au moment du génocide rwandais qui vit disparaître près d'un million de personnes en quelques semaines.

Les interlocuteurs journalistes du rapporteur l'ont reconnu : informer sur ces événements était difficile, du fait de l'extrême complexité de la situation intérieure et extérieure dans ce pays. Qui plus est, nombre des intervenants sur la question rwandaise ont, délibérément ou par ignorance, renoncé à une analyse politique du cas rwandais, en lui substituant une approche souvent très moralisatrice, centrée quasi exclusivement sur des considérations humanitaires. D'où l'espace laissé aux simplistes de tous bords, qui ont profité de cette ignorance généralisée sur les vrais enjeux des événements pour déplacer le débat, se servant des accusations infondées contre la France comme d'un écran de fumée.

Sur ce sujet qui ne laisse pas de susciter les passions, votre rapporteur tient à préciser que sa conviction personnelle n'est nullement le fruit de quelque intoxication que ce soit. Notamment, s'il souscrit à bien des analyses contenues dans l'ouvrage récent de Pierre Péan ⁽¹⁵⁾, sa conviction quant à l'existence d'une campagne de désinformation orchestrée contre la France est forgée de longue date, résultant du travail approfondi qu'il a pu mener en 1998 comme membre de la mission d'information commune de l'Assemblée nationale. Il souhaite également ajouter que sa conviction ne ressortit pas non plus d'un réflexe purement patriotique. A ce propos, il est utile de rappeler que la France n'est pas la seule à s'émouvoir des contre-vérités proférées sur son rôle au Rwanda. Prenons par exemple à témoin M. Jacques Booh-Booh, ancien représentant spécial du secrétaire général de l'ONU et chef de la mission des Nations unies pour l'assistance au Rwanda (MINUAR) de 1993 à 1994 : n'évoquait-il pas en 2005 le « *concert bruyant d'accusations publiques à l'encontre des pays membres de l'ONU* » ⁽¹⁶⁾, affirmant qu'il n'avait « *pas cessé de lire et d'entendre des mensonges, des approximations et parfois des insanités sur le génocide du Rwanda* » ?

⁽¹⁵⁾ Pierre Péan, *Noires fureurs, blancs menteurs. Rwanda 1990-1994, éditions des Mille et une nuits, 2005.*

⁽¹⁶⁾ Le Figaro, 11 avril 2005.



Typologie de la désinformation sur le rôle de la France lors du génocide au Rwanda

Lors des auditions conduites par la mission d'information de l'Assemblée nationale sur le rôle de la France au Rwanda entre 1990 et 1994, votre rapporteur avait interrogé M. Gérard Prunier, chercheur au CNRS :

« M. Jacques Myard, demandant à M. Gérard Prunier où il se trouvait au moment des faits, celui-ci a répondu qu'il était à Paris et qu'il tenait à préciser à M. Myard qu'il n'était en aucun cas témoin oculaire des événements qu'il exposait »⁽¹⁷⁾. Sic !

Votre rapporteur est resté profondément marqué par cette réponse troublante que lui fit l'un des experts auditionnés par la mission d'information précitée, en 1998. Elle lui semble tout à fait révélatrice de la manière dont s'est propagée et dont se nourrit la désinformation à l'œuvre contre la France dans cette affaire, même s'il est en réalité extrêmement difficile de retracer le cheminement des rumeurs, allégations et autres mensonges portés contre la France. Le présent rapport ne prétend d'ailleurs pas répondre à cette question délicate.

Il peut néanmoins être intéressant d'établir une typologie des méthodes de désinformation mises en œuvre contre la France sur ce dossier. L'opération de manipulation revêt en l'occurrence trois formes :

- (1) l'édition et la répétition de mensonges et de contre-vérités, relatant des faits qui ne se sont jamais produits ;
- (2) l'amalgame et la présentation biaisée, partielle et partielle de la vérité ;
- (3) le refus ou la minoration de questions pourtant essentielles.

(1) La liste est longue des mensonges et contre-vérités constamment entendus sur le rôle de la France au Rwanda dans la première moitié des années 1990.

⁽¹⁷⁾ *Mission d'information commune de l'Assemblée nationale, Enquête sur la tragédie rwandaise (1990-1994), Tome III, Auditions, volume 2, p. 203.*



Ainsi, les pourfendeurs de l'action de la France au Rwanda en 1994 répètent inlassablement que la France a privilégié la situation militaire, c'est-à-dire le soutien aux forces hutues génocidaires contre le FPR sur l'arrêt des massacres et du génocide.

Il s'agit là d'une contre-vérité absolue. Au contraire, la France est le premier pays à avoir utilisé le terme de génocide, elle est également la seule puissance à avoir clairement demandé au Conseil de sécurité qui ne le voulait pas, que les forces de la Minuar soient placées sous le chapitre VII de la Charte des Nations Unies, permettant le recours à la force. Ainsi, le 13 mai 1994, le Quai d'Orsay déclare officiellement : « *nous estimons le recours au Chapitre VII nécessaire dans cette affaire ... on ne peut ... refuser (à la Minuar) ... un usage de la force pour... repousser militairement sur le terrain ceux qui assailleraient les réfugiés pour les massacrer* ».

(2) En matière d'amalgame et de présentation biaisée sur le rôle de la France au Rwanda figure en bonne place la manière systématiquement distordue dont ont été présentées les opérations Amaryllis et Turquoise.

Concernant la seconde, la vulgate antifranaise consiste à la décrire comme une opération militaro-humanitaire de nature ambivalente. L'argument supposé définitif utilisé par les tenants de cette thèse consiste à s'étonner de ce que cette opération se soit traduite par l'arrivée de *Jaguar*, de mortiers et de blindés, là où on aurait, nous dit-on, attendu de l'équipement médical et d'intervention humanitaire. Plus grave encore, Turquoise est généralement présentée comme une opération lors de laquelle les militaires français auraient été conduits à coopérer avec l'armée hutue, principal artisan du génocide, autre manière de dire que l'envoi de Turquoise avait pour objectif de faire obstacle à la victoire du Front patriotique rwandais (FPR) sur les forces du génocide et que, se focalisant sur la guerre, la France n'aurait jamais fait de l'arrêt du génocide sa priorité.

Cette présentation totalement fautive de l'opération Turquoise omet de dire que l'opération, placée sous mandat des Nations unies, avait fait l'objet d'une résolution des Nations unies (n° 929), votée à la suite d'une intervention à la tribune de l'ONU du Premier Ministre d'alors, M. Édouard Balladur ; qu'elle avait été limitée dans le temps (21 juin – 22 août) pour laisser à la Minuar II le temps de se reconstituer et d'arriver sur le terrain. La France a d'ailleurs tenu parole en se retirant du Rwanda pour laisser place à la Minuar – Minuar dont on pourra se demander pourquoi le Général Roméo Dallaire qui la commandait n'avait pas ordonné à ses troupes d'intervenir dès le départ des massacres à Kigali. Est-il enfin nécessaire d'ajouter qu'on reste confondu devant l'ignorance des réalités basiques de ce qu'est une opération humanitaire par des militaires appelés à intervenir dans un pays en guerre ?

En matière d'amalgame, le plus criant est certainement celui qui concerne le rôle de la France comme fournisseur d'armes au Rwanda. Outre le fait que, comme l'a montré le rapport de la mission d'information, **toute exportation légale d'armements au Rwanda a été suspendue dès le 8 avril 1994, posons cette question très simple : quel est le lien de cette information avec un massacre dont chacun sait qu'il a été très massivement commis avec des machettes et des armes blanches ?**



(3) Désinformer, c'est aussi masquer des pans entiers de la réalité en vue de susciter la focalisation sur un aspect particulier des événements. Ainsi, certaines questions ne sont jamais posées ou alors laissées de côté, comme si elles étaient secondaires.

Nous venons d'évoquer ci-dessus la question de la non-réaction de la Minuar de Roméo Dallaire lorsque les massacres commencent à Kigali : pourquoi glisser systématiquement sur cette question, en laissant au contraire le général canadien s'exprimer avec virulence contre la France ?

Autre question essentielle : pourquoi le bataillon FPR stationné à Kigali est-il, lui aussi, resté inerte au début des massacres ? En effet, en application des accords d'Arusha, 600 soldats du FPR se trouvaient cantonnés entre la capitale et l'aéroport lorsque les massacres ont commencé, perpétrés au départ par les milices hutues et la garde présidentielle. Or ils n'interviennent pas alors que commencent les massacres dans la seule capitale rwandaise. Quand on sait que tous les experts s'accordent à dire que si les massacres avaient été arrêtés dans la capitale, il n'y aurait pas eu de phénomène de contagion à l'ensemble du pays – telle est par exemple la thèse d'Alison Desforges, consultante pour *Human Rights Watch* –, **pourquoi le bataillon du FPR, tutsi, n'est-il pas intervenu pour arrêter le massacre dont chacun savait qu'il toucherait massivement les Tutsis ? Question essentielle, on en conviendra, mais jamais posée...**

Enfin et surtout, même si elle revient aujourd'hui au premier plan du débat, la question essentielle de l'identité des auteurs de l'attentat contre le Président Juvénal Habyarimana, le 6 avril 1994, a longtemps été au pire occultée, au mieux écartée, comme étant d'importance secondaire. L'information judiciaire ouverte par le juge français Jean-Louis Bruguière en 2004, notamment sur le fondement du témoignage d'un ancien soldat du FPR, M. Rubiziza⁽¹⁸⁾, est venue rappeler que cette question, loin d'être secondaire, revêtait une importance primordiale.

Or, le mémoire des policiers antiterroristes français de 2004 met directement en cause l'actuel chef de l'État rwandais, M. Paul Kagamé, comme principal commanditaire de l'attaque du 6 avril 1994 contre l'avion du Président rwandais Juvénal Habyarimana. Ce qui ne cadre évidemment pas avec la vulgate développée depuis dix ans. **Comme le notait, en 2000, Mme Carla del Ponte, alors procureur du tribunal pénal international pour le Rwanda, « s'il s'avérait que c'est le FPR qui a abattu l'avion, l'histoire du génocide devra être réécrite. Bien que cette situation n'atténue en rien la responsabilité des extrémistes hutus dans la mort de centaines de milliers de personnes, elle ferait apparaître le FPR sous un jour nouveau. Le FPR a été jusque là considéré en Occident comme victime et comme celui qui a mis fin au génocide. »**⁽¹⁹⁾

⁽¹⁸⁾ *Auteur de Rwanda, l'histoire secrète, éditions du Panama, 2005.*

⁽¹⁹⁾ *Aktuel, 17 avril 2000. Citée par Pierre Péan, op.cit.*



La désinformation sur le rôle de la France au Rwanda : une opération délibérément orchestrée

On pourrait multiplier les exemples de fausses affirmations, rumeurs et autres mensonges qui forment le corps de la campagne de désinformation menée contre la France depuis maintenant plus de dix ans, concernant son action au Rwanda. A bien analyser l'essence de cette campagne, on voit qu'elle repose sur un principe fondateur : la dissimulation volontaire de la guerre de conquête du pouvoir lancée par le FPR dès le 1^{er} octobre 1990 derrière le génocide qui eut lieu au Rwanda en 1994. Il est en effet frappant de constater que toute enquête, toute investigation, toute analyse mettant davantage l'accent sur cette dernière que sur le drame humain est immédiatement disqualifiée et mise à l'index comme insultant la mémoire des victimes du génocide. Certaines réactions à l'ouvrage précité de Pierre Péan relèvent exactement de cette imposture qu'est l'interprétation univoque, « politiquement correcte » de l'histoire des événements de 1994.

Dans ce contexte, une question s'impose : qui a intérêt à cet amalgame entre un événement qui heurte la conscience universelle et la lutte politique à mort entre deux factions qui se disputaient le pouvoir ? Qui a intérêt à ce que jamais on ne puisse comprendre ce qui s'est passé, alors même que, comme l'écrit M. Hubert Védrine, « *pour prévenir la récurrence de tragédies de cette ampleur, exprimer un sentiment d'horreur, de stupéfaction ou de compassion ne suffit pas. Il faut comprendre ce qui s'est passé et les mobiles des protagonistes.* »⁽²⁰⁾ ? A l'évidence, l'histoire de cette mystification de l'opinion internationale devra être écrite.

Les acteurs et les motivations

Le drame humain terrible qu'a connu le Rwanda en 1994 fait trop souvent oublier que d'énormes intérêts économiques sont en jeu dans cette région du monde qui concentre des ressources minières de première importance. Intérêts qui ne sont d'ailleurs pas étrangers au

(20) Le Pèlerin, n° 6333, 15 avril 2004.



génocide de 1994. La compassion ne saurait conduire à renoncer à une lecture politique de cet événement.

A cet égard, quelles que soient les responsabilités en cause, nul ne peut nier que les événements de 1994 ont permis au FPR de Paul Kagamé de prendre le pouvoir dans un pays qui, dans l'histoire du XX^{ème} siècle, avait déjà suscité bien des convoitises, non tant en lui-même qu'en raison de sa situation géographique, dans une région riche de ressources minières énormes.

Et nul ne niera que disposer du pouvoir au Rwanda ne peut laisser un certain nombre de grandes multinationales indifférentes. Cette analyse vaut pour l'ensemble de la région des Grands lacs : le soutien des Etats-Unis à Laurent-Désiré Kabila dans sa prise de pouvoir du Congo n'est pas neutre, pas plus que ne l'est l'existence de ressources pétrolières importantes. Et ce n'est pas être frappé par le syndrome de Fachoda que de préciser que nombre de ces multinationales sont détenus par des intérêts anglo-saxons : « *Trade, not aid* » fut longtemps la ligne de la politique étrangère des Etats-Unis en Afrique. Le Rwanda, petit pays certes, mais néanmoins indispensable à l'équilibre de la région, n'a pas fait exception. Sans qu'il soit possible de le prouver, n'a-t-il pas été dit que la CIA était impliquée dans l'accusation, notamment portée par Colette Braeckman au mois de juin 1994, selon laquelle les Français auraient été impliqués dans l'attentat du 6 avril ?

Le substrat propice à l'opération de désinformation contre la France : évincer la France d'Afrique centrale

Aucune opération de désinformation ne peut réussir sans s'appuyer sur un terreau propice, un substrat sur lequel elle peut prospérer. La campagne de désinformation orchestrée contre l'action de la France au Rwanda n'échappe pas à la règle.

Elle s'est en effet développée sur le terreau fertile constitué, d'une part, par la rivalité historique entre le monde anglo-saxon et les Français dans cette région de l'Afrique et, d'autre part, par la culpabilité bien-pensante d'élites intellectuelles européennes désireuses de stigmatiser une politique française en Afrique qu'elle voit comme la prolongation d'un colonialisme qui ne dit pas son nom. Sans compter cet autre terreau bien français qu'est l'auto-flagellation permanente d'une partie de nos élites. Le Général Christian Quesnot, alors Chef d'état-major particulier du Président de la République, ne disait pas autre chose dans la note qu'il écrivit le 6 mai 1994 pour le Président de la République : un « *Tutsiland* », écrivait-il, est en passe de se constituer, « *avec l'aide anglo-saxonne et la complicité objective de nos faux intellectuels, remarquables relais d'un lobby tutsi auquel est également sensible une partie de notre appareil d'État...* ».



C'est sur la base de ce substrat général, qui formait en quelque sorte la tonalité d'ambiance, que l'actuel pouvoir rwandais a exécuté la partition visant à salir la France. Avec le recul, il semble évident que, pendant plusieurs mois avant l'assassinat du Président Habyarimana, le chef du FPR en exil, Paul Kagamé, avait d'ores et déjà défini un plan de communication visant à accréditer l'idée que la crise couvait au Rwanda. Il a utilisé dans sa tâche tous les réseaux pro-tutsis mis en lumière par M. Pierre Péan, sachant pertinemment que, sans l'aide de ce lobby d'activistes, d'universitaires, de journalistes et d'humanitaires, la victoire du FPR n'aurait pas été possible ou du moins durable. *« En même temps qu'ils faisaient parler les armes autour de Kigali, le Chef de l'État et ses stratèges se sont déployés sur un autre front de la guerre moderne : l'information. Les guerres se gagnent aujourd'hui autant au missile et au bazooka que sur l'écran médiatique. La guerre de conquête de Kagamé passait par la séduction d'humanitaires et de militants de gauche. Convaincus de son intégrité, ils sont restés silencieux lorsque le juge Bruguière a fini par démonter la mécanique de l'attentat du 6 avril 1994, tout comme ces staliniens restés incrédules au moment de la publication du rapport Krouchtchev ».*⁽²¹⁾

⁽²¹⁾ Pierre Péan, op. cit.



Second cas : la crise irakienne

Tous les interlocuteurs du rapporteur, français et américains, partisans et opposants de l'administration Bush l'ont affirmé : dans une configuration politico-stratégique normale, la manipulation de l'information est impossible aux Etats-Unis, le système des poids et contre-poids (*check-and-balance*) suscitant immédiatement la mise en cause de tout pouvoir par un contre-pouvoir. L'idée d'une information manipulée de manière centralisée est profondément étrangère à la réalité de la société américaine. En bref, les Etats-Unis sont certes une puissance influente, mais certainement pas une puissance manipulatrice.

En 2002 cependant, lorsque l'intervention américaine en Irak prend des allures de chronique d'une guerre annoncée, les Etats-Unis ne sont pas dans une configuration politico-stratégique « normale ». Depuis le 11 septembre 2001, ils se considèrent comme un pays en guerre et sont dans un état proche de ce qu'on pourrait appeler une véritable psychose collective. Faut-il s'en étonner, alors que la ville emblématique des Etats-Unis porte les stigmates de la plus grande attaque terroriste de l'histoire, que le Pentagone lui-même est touché et que l'enquête sur les attentats du 11 septembre révèle que c'est le cœur même du pouvoir qui était visé ? Faut-il s'en étonner alors que, faute de s'intéresser suffisamment au monde, une très grande majorité d'Américains était jusque-là persuadée de vivre dans une nation admirée par le monde entier et découvrait soudain qu'on avait pu se réjouir, ici et là, de la mort de presque 3 000 civils américains innocents ? Faut-il s'en étonner enfin, alors que, depuis la chute de l'Union soviétique, on répétait à l'envi que les Etats-Unis étaient l'unique superpuissance globale et qu'atteints par l'hybris (*ubris*) propre aux empires surpuissants, ils ne parvenaient pas à s'imaginer de nouveau rival sérieux à moyen terme ?

La manière dont se sont enchaînés les événements en 2002 et 2003 trouve donc ses ressorts et ses explications dans le traumatisme du 11 septembre. D'aucuns objecteront que les « va-t-en-guerre » américains eurent leur guerre en Afghanistan ; cependant, la victoire en Afghanistan fut trop rapide pour représenter un exutoire suffisant, sans compter que l'incapacité de la coalition à mettre la main sur le mollah Omar et, surtout, sur Oussama Ben Laden fut ressentie, encore une fois, comme un travail inachevé. On notera que, dans ce conflit, il n'y eut nul besoin, pour les autorités américaines, de recourir à une campagne médiatique ; l'esprit collectif, inspiré d'un besoin compréhensible de vengeance, suffit à faire accepter une action militaire par ailleurs reconnue comme *a priori* conforme au droit international dans le monde.

Les idéologues de l'administration Bush comprennent dès le 12 septembre 2001 le parti qu'ils peuvent tirer d'une telle situation – qui conforte, à leur sens, toutes leurs analyses. Dès après les attentats du 11 septembre 2001, à l'instigation de Paul Wolfowitz notamment, un mémorandum sur la communication fut diffusé, insistant sur la nécessité de réfuter



systematiquement tout lien entre les attentats et la politique américaine à l'égard d'Israël. Mettre en parenthèse *a priori* un élément d'explication éventuel était déjà une manifestation patente de désinformation – celle-ci consistant certes, on l'a vu, à créer de toutes pièces de fausses informations mais également à « tuer » des informations bien réelles.

Reste que l'explication est un peu courte : aussi puissants soient-ils, à ce moment, dans l'appareil de décision, ce n'est pas une poignée d'intellectuels qui a pu convaincre l'agriculteur du Michigan, l'informaticien de la Silicon Valley ou l'ouvrier de Pennsylvanie de la nécessité d'aller faire la guerre en Irak. Encore moins la quasi-totalité de la presse américaine, même démocrate. La question des motivations profondes de cette intervention reste donc posée.

A dire vrai, malgré les excellents et nombreux ouvrages écrits sur la question, il est encore très difficile de reconstituer le processus qui a conduit les Etats-Unis à intervenir en Irak. Exagération délibérée dans la présentation de la menace, auto-intoxication des responsables américains, y compris du Président lui-même, services de renseignement qui ont dit aux politiques ce qu'ils voulaient entendre... : tous ces éléments de contexte ont conduit à l'intervention de 2003. Faut-il parler de désinformation ? Il est certain qu'à aucun moment, le Président américain n'a qualifié l'Irak de Saddam Hussein de « *menace imminente* », se contentant d'évoquer une « *menace croissante* ». Si la première expression était manifestement erronée, la seconde désigne une réalité tellement floue que son statut est plus difficile à déterminer, rendant *de facto* impossible l'affirmation abrupte d'un mensonge délibéré de la part du Président américain.

Qui plus est, la crise irakienne de 2002-2003 s'inscrit dans un contexte de réflexion de l'administration américaine depuis dix à quinze ans sur la légitimation de la guerre : comment faire en sorte qu'une guerre soit considérée comme légitime par l'opinion publique ? Dans une telle optique, il n'est guère étonnant que le souci de « marketing » de la politique américaine en Irak à l'égard de l'opinion publique américaine ait été si présent parmi les responsables de l'administration Bush. L'envoi, peu après le 11 septembre, d'une cellule de communication auprès du fidèle allié britannique ne doit rien au hasard.

Par-delà toutes les explications politiques, administratives, idéologiques que l'on pourra trouver à cette opération, un fait ne doit pas être sous-estimé, qui échappe à la rationalité politique habituelle et qui renvoie à la personnalité même du Président George W. Bush. C'est largement lui qui a imprimé sa marque sur cette conception très particulière de la vérité qu'a développée l'administration Bush, en introduisant le concept de « **vérité fondée sur la foi** » (*faith-based truth*), qui fut même décliné en « renseignement fondé sur la foi » (*faith-based intelligence*). D'ailleurs, comme l'a rapporté le quotidien israélien *Haaretz*, le président Bush ne déclara-t-il pas au premier ministre palestinien de l'époque « *Dieu m'a dit de frapper Al-Qaida et je l'ai fait, puis il m'a donné l'instruction de frapper Saddam, ce que j'ai fait* ». En sorte que, comme le souligne Michael Massing⁽²²⁾, « *le processus de décision selon George Bush ne procède pas de la preuve à la conclusion, mais souvent de la conclusion à la preuve* », processus dont la machine idéologico-administrative washingtonienne sut pleinement tirer parti : avant la guerre, pendant la guerre et contre ses contradicteurs.

⁽²²⁾ Michael Massing, *Now they tell us – The American Press and Iraq*, *New York Review of books*, 2004.



La guerre avant la guerre : la construction d'une machine de guerre pour désinformer

Comme votre rapporteur l'a souligné d'emblée en introduction, l'un des écueils les plus fréquents dès qu'on réfléchit au problème de la désinformation est celui de la myopie historique. A cet égard, sans minimiser ce qui s'est passé en 2002-2003, il est utile de rappeler que ce n'est pas la première fois dans leur histoire que les Etats-Unis sont entrés en guerre sur une base controversée. La guerre du Vietnam fut également l'occasion de semblables manipulations : ainsi, en 1964, après que deux destroyers américains eurent déclaré avoir été attaqués dans le golfe du Tonkin par des torpilles nord-vietnamiennes, le Président Lyndon B. Johnson obtint du Congrès une résolution qui lui permit d'engager l'armée américaine. C'est ainsi que commença la guerre du Vietnam. On apprit, après la défaite de 1975, de la bouche même des équipages des deux destroyers, que l'attaque dans le golfe du Tonkin était une pure invention....

La campagne qui a conduit à l'intervention américaine en 2003 relève d'une tactique beaucoup plus subtile. Conçue par des idéologues, mise en œuvre à l'aide de moyens administratifs *ad hoc*, orchestrée par des professionnels chevronnés, elle fut relayée par une presse américaine méconnaissable, tétanisée, à l'instar du pays tout entier, par les attentats du 11 septembre 2001.



Le contexte : le traumatisme du 11 septembre et la « mesmémérisation »⁽²³⁾ des esprits aux Etats-Unis

C'est Helen Thomas, doyenne des journalistes américains accrédités par la Maison Blanche – elle couvre la Maison Blanche depuis la présidence Johnson –, qui a évoqué devant le rapporteur la « mesmémérisation des esprits » aux Etats-Unis après le traumatisme du 11 septembre. Votre rapporteur souscrit pleinement à cette analyse, la seule à même d'expliquer comment l'administration Bush a pu faire taire puis influencer la presse américaine à cette époque. L'enjeu était majeur : si la presse américaine avait occupé le terrain de l'information, comme elle le faisait habituellement, le pays ne serait pas parti en guerre. Cette conviction d'Helen Thomas, partagée par plusieurs autres interlocuteurs du rapporteur, explique en effet largement pourquoi l'administration a, à l'époque, mis un tel accent sur le terrain de l'information.

L'impact visuel des images inlassablement répétées des attentats du 11 septembre 2001 a très certainement fourni le substrat propice à la paralysie des contre-pouvoirs américains. A l'évidence, dans une société américaine qui s'informe à plus de 80 % à la télévision, ces images ont créé un sentiment de paranoïa. Par la suite, dans une société médiatique qui fonctionne, on l'a vu, sur la base de critères financiers, les médias se sont auto-censurés pour répondre à la demande de leurs lecteurs, auditeurs et spectateurs. A l'auto-intoxication du microcosme washingtonien s'est donc ajoutée la démission des contre-pouvoirs, qui a laissé le champ libre au « marketing guerrier » de l'administration Bush.

Dans une période d'anesthésie, d'atonie des contre-pouvoirs, la machine de guerre médiatique née de l'alliance des conservateurs et des néoconservateurs a alors pu donner toute la mesure de sa puissance. Le traumatisme qui a suivi les attentats du 11 septembre 2001 a fourni le substrat favorable à la campagne médiatique sur les armes de destruction massive. Traumatisme d'autant plus important d'ailleurs que, comme l'a justement noté M. Jeffrey Dvorkin, le médiateur de la grande radio nationale américaine NPR, lors de son entretien avec le rapporteur, « intellectuellement, les Etats-Unis étaient sans défense le 11 septembre, faute d'informations et de connaissances suffisantes sur le monde extérieur ».

⁽²³⁾ Référence à la théorie développée par Franz-Anton Mesmer (1733-1815), médecin allemand qui, le premier, mit en lumière la technique de l'hypnose.



Les idéologues : le triomphe des néoconservateurs, professionnels du « marketing guerrier »

Chez les néoconservateurs, l'idée de la nécessité de faire la guerre à l'Irak de Saddam Hussein existe avant même l'arrivée au pouvoir de George W. Bush. Ainsi, le *Project for a new American Century* (PNAC), qui est l'un des principaux centres de réflexion néoconservateurs, appelle depuis janvier 1998 à renverser Saddam Hussein. En septembre 2000, le PNAC avait produit un rapport qui apparaît à bien des égards comme le programme stratégique de la présidence Bush : les recommandations en étaient, entre autres, le renforcement des dépenses militaires, le redéploiement des bases militaires américaines, le renversement des régimes hostiles et l'abrogation des traités internationaux. Précisons que ce rapport n'introduisait pas d'idées fondamentalement nouvelles, puisqu'il reprenait et réactualisait un document élaboré en 1992 par le vice-président américain Dick Cheney, alors secrétaire à la défense, qui définissait la nouvelle doctrine américaine de l'après-guerre froide. Sous le titre *Defense Planning Guidance*, Cheney posait la domination militaire comme l'arme primordiale de l'Amérique et recommandait l'action unilatérale et la guerre préventive.

Les néoconservateurs de l'administration Bush découvrent leurs projets dès après le 11 septembre : précisément le 18 septembre, lors d'une réunion, Paul Wolfowitz, alors secrétaire adjoint à la défense, propose que les Etats-Unis attaquent l'Afghanistan et l'Irak.

Qui sont ces architectes du marketing guerrier ?

Initialement dirigée contre le libéralisme des années 1960 sur les questions de politique intérieure, la mouvance néoconservatrice, dont la plupart d'entre eux se réclament, défend aujourd'hui une Amérique forte, partisane de la confrontation plutôt que de la négociation et prête à défendre la démocratie par les armes.

La nouvelle révolution conservatrice s'articule autour d'une galaxie de centres de réflexion, dont l'*American Enterprise Institute* (AEI) est le centre et le *Project for the new American Century* la force de projection. Entre les centres de réflexion conservateurs (*Heritage Foundation*, *Hoover Institution*, *Manhattan Institute*, *National Institut for Public Policy*) et les organes néoconservateurs (AEI, *Center for Security Policy*, *Hudson Institute*), ce sont des centaines de chercheurs et professeurs, pour la plupart très liés aux milieux d'affaires, qui abreuvant les cercles politiques et intellectuels américains de milliers de notes et mémorandums sur tous les sujets. Durant le premier mandat de George W. Bush, ils n'influencent plus l'administration, ils en sont le cœur.

Il faut évidemment faire un sort particulier à la presse néoconservatrice, qui n'a eu de cesse de diffuser sans relâche la pensée de l'administration Bush. Les journalistes les plus représentatifs de cette mouvance sont Charles Krauthammer – dont la chronique est publiée



par le Washington Post et dans des dizaines de quotidiens dans le reste du pays –, George Will, du *Washington Post* ou Brit Hume (*Fox TV News*). Le plus actif est assurément Bill Kristol, fils du fondateur des néoconservateurs, Irving Kristol. Ancien directeur de cabinet de Dan Quayle, Bill Kristol a fondé le *Project for the new American Century*, créé en 1997, et dirige l'hebdomadaire *Weekly Standard*. Le PNAC s'est d'ailleurs organisé autour du *Weekly Standard*. C'est dans les pages de ce journal que Paul Wolfowitz avait rédigé, quelques mois avant de devenir conseiller du candidat Bush, un brûlot intitulé « Saddam doit partir ».

The Daily Standard et *The Weekly Standard*, fondés par William Kristol avec l'aide financière de Rupert Murdoch, sont considérés comme les journaux de référence des néoconservateurs. Malgré un tirage modeste, de l'ordre de 55 000 exemplaires, ce dernier est l'un des titres les plus influents du pays ; il est financé par Rupert Murdoch, propriétaire, entre autres, de *Fox News*.

La mouvance néoconservatrice doit être soigneusement distinguée des autres courants idéologiques qui traversent aujourd'hui le camp républicain aux Etats-Unis, à savoir les fondamentalistes sudistes et les réalistes pessimistes, ces traditionnels faucons de la droite américaine. C'est notamment par leurs options de politique étrangère, qui ressortissent du « wilsonisme botté » décrit par Pierre Hassner, qu'ils diffèrent des autres familles conservatrices. Ainsi, par rapport à ce courant de pensée, le Président Bush peut être défini comme porteur d'un « cocktail idéologique original », pour reprendre l'expression de MM. Alain Frachon et Daniel Vernet : s'il emprunte la thématique de la puissance américaine aux néoconservateurs, il affiche par ailleurs un messianisme certain tout en faisant preuve d'un grand pragmatisme, les intérêts américains primant sur toute autre considération.

Comme le montre très bien Bruno Tertrais, cette « nouvelle alliance » entre des courants très différents n'allait pas de soi et ne peut, là encore, s'expliquer que dans la configuration politico-stratégique post-11 septembre. « *Le 11 septembre a agi comme le catalyseur d'une nouvelle alliance qui a transformé l'équilibre des pouvoirs au sein de la droite américaine* »⁽²⁴⁾. Une droite bien composite puisque, comme le rappelle encore Bruno Tertrais, « *les intellectuels juifs néoconservateurs de la côte Est et les fondamentalistes protestants du Sud proviennent d'horizons culturels et politiques radicalement différents* ». Notamment, même si les évangélistes « *sont théologiquement et politiquement sionistes, ils n'en restent pas moins culturellement antisémites* ».

Au total, même si l'on a beaucoup glosé sur les néoconservateurs et s'ils ont, certes, joué un rôle dans la première administration Bush, gardons-nous cependant des simplifications, comme nous y encourage Justin Vaisse, historien, spécialiste de ce mouvement politique : « *D'un côté, un mouvement intellectuel et politique américain aussi difficile à comprendre qu'à situer, si changeant et divers que sa substance même, son existence en tant que mouvement peut être mise en question : le néoconservatisme. De l'autre, un événement massif, violent, évident : la guerre d'Irak de 2003, que tous les néoconservateurs ont soutenue. Avec une telle rencontre, le court-circuit des simplifications, des raccourcis et des théories du complot était inévitable. L'opinion s'est donc répandue selon laquelle un groupe mystérieux d'idéologues fanatiques avait pris en otage la politique étrangère d'un président*

⁽²⁴⁾ Bruno Tertrais, *La guerre sans fin – l'Amérique dans l'engrenage*, Seuil, 2004.



faible pour attaquer l'Irak, afin de satisfaire son désir d'hégémonie ou de défendre les intérêts supposés d'Israël. » ⁽²⁵⁾

Le poids des néoconservateurs est aujourd'hui à nouveau marginal, au contraire des tendances lourdes de l'idéologie américaine née du reaganisme, qui restent très puissantes : « *les néoconservateurs doivent lutter non seulement contre les démocrates et les libéraux, mais aussi contre d'autres familles conservatrices puissantes – telle l'aile réaliste du parti républicain, celle de George Bush père et de Colin Powell, ou encore la droite chrétienne. Et ils restent une force essentiellement intellectuelle (...), et non une force électorale.* » ⁽²⁶⁾ Ce sont aujourd'hui les nationalistes et les faucons – incarnés par le couple Cheney-Rumsfeld, figures de la guerre froide qui, d'une certaine manière, n'en sont pas vraiment sortis –, appuyés par les fondamentalistes chrétiens qui sont aux commandes. Notre fascination pour ces idéologues que sont les néoconservateurs – qui s'explique peut-être parce que nous n'avons plus l'équivalent sur le continent européen –, ne saurait nous conduire à surestimer leur rôle.

Idéologues qui, soulignons-le, ne se sont jamais inscrits dans le registre du complot : jamais les néoconservateurs n'ont caché leurs objectifs, qu'ils ont au contraire, clamés, écrits et répétés depuis des années. Ce qui d'ailleurs rend encore plus énigmatique l'absence quasi-totale de réaction aux Etats-Unis contre la désinformation sur les armes de destruction massive...

Les moyens : des structures *ad hoc* pour contourner la CIA

Il est vrai que les idéologues néoconservateurs et leurs alliés républicains se sont donnés tous les moyens de mener à bien leur projet, notamment en vue de collecter et de présenter du renseignement conforme à leurs objectifs.

La critique de la droite américaine contre la CIA n'est pas nouvelle. Même sous la guerre froide, les accusations d'incompétence et de sous-estimation de la menace furent récurrentes, la CIA ayant toujours été dans la ligne de mire des conservateurs américains : à leurs yeux, comment les Etats-Unis peuvent-ils confier leur sécurité à un service administratif très largement apolitique ? Ce que d'aucuns verront comme une qualité représente, pour des idéologues surpolitisés, une tare congénitale. Ajoutons que, là encore, le débat sur la politisation du renseignement n'est pas nouveau : sous la présidence de Ronald Reagan, l'administration, insatisfaite des évaluations de la CIA sur la menace soviétique, mit en place une équipe *ad hoc* chargée de produire son analyse propre.

⁽²⁵⁾ « *Les missionnaires bottés de la démocratie* », compte rendu de l'ouvrage d'Alain Frachon et Daniel Vernet, *L'Amérique messianique - les guerres des néoconservateurs*, Seuil, 2004, Le Monde des Livres, 10 septembre 2004.

⁽²⁶⁾ Justin Vaisse, « *La croisade des néoconservateurs* », *L'Histoire*, n°284, février 2004.



Tel est le scénario qui se reproduisit lors du premier mandat de George W. Bush. Dès 2000, en effet, le Pentagone n'a eu de cesse de contourner la CIA, vue comme une institution peu digne de confiance par les faucons néoconservateurs. En effet, au Pentagone, plusieurs services importants étaient alors contrôlés par ces derniers qui, depuis dix ans, appelaient à la guerre contre l'Irak et qui ont mis en place, pendant des mois, une vaste campagne d'influence à l'échelle mondiale afin de justifier la mobilisation des troupes américaines dans le Golfe, de constituer une coalition militaire en vue de s'assurer une légitimité, de déstabiliser le régime de Saddam Hussein et enfin, de jeter le discrédit sur les opposants à la guerre.

Des faucons placés aux postes-clés de l'agence ont mené une véritable campagne qui tendait à saper la capacité de la CIA à fournir des renseignements objectifs et neutres à la Maison Blanche. Le Pentagone a notamment tenté d'écarter de l'administration civile américaine en Irak tous les diplomates arabisants qui, selon les « faucons », étaient responsables du « *statu quo* au Moyen-Orient ». Cette lutte pour le contrôle du renseignement a en effet pris à revers la quasi-totalité des experts du Moyen-Orient aux Etats-Unis, y compris les principaux spécialistes de la région au département d'Etat, au Pentagone, à la CIA et dans l'armée. Dans les services des Affaires étrangères, de la Défense et du renseignement, la très grande majorité du personnel était opposée à une invasion de l'Irak.

Au sein de la sécurité nationale américaine, les professionnels ont eu le sentiment de faire l'objet d'intimidations et de pressions pour justifier la montée vers la guerre. Selon d'anciens responsables de l'agence, le ministère de la Défense a exercé des pressions constantes sur la CIA, exigeant qu'elle fournisse des rapports plus favorables à une guerre avec Bagdad. Des officiers de la CIA ont affirmé qu'ils avaient été l'objet de telles mesures pour noircir leurs analyses. En outre, la CIA révéla, fin mai 2003, que trois de ses agents, inquiets d'un possible détournement à des fins politiques de leurs renseignements sur l'Irak, avaient déposé des plaintes internes. Dans un mémorandum envoyé au président Bush, un groupe d'anciens experts de l'Agence fit part du « *peu de confiance* » qu'ils accordaient « *aux informations utilisées pour justifier la guerre* »⁽²⁷⁾.

Les pressions exercées par le département de la Défense sur la CIA provenaient essentiellement d'une unité de renseignement au sein du service politique du Pentagone, l'*Office of Special Plans* (OSP). Un poste de sous-secrétaire adjoint pour les plans spéciaux (*Deputy Under Secretary for Special Plans*) avait été créé au Pentagone sous la responsabilité de Douglas Feith. On ignore le montant de son budget, qui fut toutefois qualifié de « *très conséquent* ».

Créé peu de temps après les attentats du 11 septembre, ce bureau, supervisé par William J. Luti, mais dirigé par Abraham Shulsky⁽²⁸⁾, était une petite structure, dotée d'une poignée d'analystes, qui se nommaient eux-mêmes « *The Cabal* »). L'OSP est le pur produit de la

⁽²⁷⁾ Libération, 4 juin 2003.

⁽²⁸⁾ Abraham Shulsky est un spécialiste des travaux de Leo Strauss, philosophe politique, père spirituel des néoconservateurs. Il a travaillé sur les questions de renseignement et de politique étrangère pendant 30 ans. Il a fait partie de l'équipe de la commission du renseignement du Sénat au début des années 80 et a travaillé au Pentagone pour Richard Perle, alors sous-secrétaire adjoint à la Défense sous le président Reagan.



tradition de critique des conservateurs américains contre la CIA, se voulant la démonstration que la CIA n'avait pas le monopole de la vérité. Avec l'OSP, les néoconservateurs ont voulu se doter d'un outil de renseignement politique, à l'opposé d'une CIA qu'ils considéraient comme un repaire de fonctionnaires sans vision.

L'objectif de ce bureau était en effet de contrecarrer la CIA, en arguant du fait qu'aucune agence gouvernementale, que ce soit la CIA, la *Defense Intelligence Agency* ou le département d'État, n'étaient en mesure d'apprécier les liens existant entre l'Irak et Al-Qaïda, et par extension, la manière dont l'Irak était impliqué dans la poursuite de son programme d'armes de destruction massives. Cette unité a donc été créée pour transmettre à MM. Rumsfeld, Wolfowitz et Feith des informations qu'ils pouvaient ensuite utiliser pour dénigrer, saper ou contredire les analyses de la centrale de renseignement américaine.

Disposant de puissants ordinateurs, ayant accès à une grande quantité de publications du renseignement, cette équipe pouvait engendrer un flot continu de bribes d'informations qui permettaient ensuite à MM. Rumsfeld, Wolfowitz et Feith de démonter les conclusions de la CIA, puis d'exiger que les analystes et les agents réécrivent leurs rapports. Elle se concentrait, pour la plus grande part, sur l'Irak – surtout sur les liens présumés entre Bagdad et Al-Qaïda ainsi que sur l'intention supposée du régime irakien d'avoir recours à ses prétendus armements nucléaires, chimiques et biologiques.

L'OSP avait pris de l'importance jusqu'à devenir la principale source d'informations du président Bush concernant les armes de destruction massive irakiennes et les liens supposés de Saddam Hussein avec Al-Qaïda. D'anciens membres de la CIA ont déclaré que Tony Blair avait également été fortement influencé par les renseignements collectés par l'OSP. Des officiers américains du renseignement ont, par ailleurs, déclaré que ce service avait délibérément ignoré les renseignements qui auraient pu jeter des doutes sur l'existence du programme irakien d'armement.

Une grande partie de ces informations douteuses provenait d'exilés irakiens longtemps considérés avec méfiance par les experts de la CIA. L'argumentaire du Pentagone contre la CIA reposait en effet essentiellement sur les informations fournies par le Congrès National Irakien (CNI), dont les capacités de collecte de renseignement étaient considérées comme proches de zéro par la plupart des spécialistes de l'Irak.

Selon Vincent Cannistraro, ancien membre de la CIA et spécialiste du contre-terrorisme, « *les renseignements fournis par le CNI ne sont pas fiables du tout. C'est en grande partie de la propagande. Ces informations correspondent à ce que le ministère de la Défense veut entendre. Et cela sert à renforcer les ambitions de Chalabi. Ils ne font aucune distinction entre renseignement et propagande, ils ont recours à des informateurs et à des transfuges qui disent ce que Chalabi attend d'eux. Le résultat, c'est de l'information «bidon» que l'on retrouve ensuite directement dans les discours du président et du vice-président* ». Il avait ajouté : « *ils sont prêts à déformer l'information pour servir leurs intérêts. Au Pentagone, ils ont créé un réseau de collecte d'informations auprès des exilés irakiens et ils font travailler des gens clandestinement.* »⁽²⁹⁾

⁽²⁹⁾ Courrier International du 6 juin 2003 reprenant un article de The American Prospect.



Ce qui n'a pas empêché MM. Perle et Woolsey, ainsi que les décideurs du Pentagone, de faire du CNI leur principale source d'information pour ce qui était des programmes d'armement irakiens, des relations entre Bagdad et le terrorisme, et de la dynamique de la politique intérieure irakienne. Toutes les informations glanées par le CNI étaient directement transmises au ministère de la Défense, selon le porte-parole de ce dernier, le lieutenant-colonel David Lapan ⁽³⁰⁾.

L'existence d'une cellule distincte de la communication du Pentagone auprès de Paul Wolfowitz n'est pas, en elle-même, exceptionnelle. Ce qui est exceptionnel dans le rôle de cet *Office of Special Plans*, c'est sa volonté très forte de pousser à la guerre en Irak, son obsession, qui a rencontré à la fois la volonté d'un Donald Rumsfeld désireux de se débarrasser du dirigeant irakien et celle de Dick Cheney, lui aussi obsédé par cette idée de « finir le travail ».

Cette conjonction entre un néoconservateur favorable à une implication durable des Etats-Unis en Irak, terre de mission démocratique au Proche-Orient, et des conservateurs qui voulaient finir la guerre de 1991, grâce à une campagne rapide et à un désengagement d'Irak tout aussi rapide, a permis la mise en place d'une machine de guerre médiatique qui s'est appuyée, d'une part, sur les outils de la Maison Blanche et du Pentagone, d'autre part sur les réseaux médiatiques conservateurs et néoconservateurs.

La plupart des interlocuteurs rencontrés par le rapporteur aux Etats-Unis, à l'évidence embarrassés, ont minimisé le rôle de l'OSP, aujourd'hui officiellement dissous, se contentant de renvoyer cet organe à un épiphénomène. De même, ils se sont montrés très évasifs sur le rôle de cette autre structure *ad hoc*, le bureau pour l'influence stratégique ou *Office of Strategic Influence* (OSI).

⁽³⁰⁾ *Ibid.*



LE BUREAU POUR L'INFLUENCE STRATEGIQUE (OFFICE OF STRATEGIC INFLUENCE)

L'*Office of Strategic Influence* (OSI) fut créé dans la plus grande discrétion au sein du Pentagone, au sein du sous-secrétariat pour les Affaires politiques du département de la Défense – aucun communiqué officiel ne relate sa mise en place –, et avait été placé sous la tutelle hiérarchique de Robert Andrews. Un ancien responsable de l'*US Space Command*, le général Simon Worden, le dirigeait, choix qui confirmait la tendance de la doctrine américaine de confier l'infosphère aux responsables militaires chargés de l'espace, au nom du principe selon lequel c'est essentiellement par le contrôle des satellites que s'exerce celui de l'information.

Prévu pour fournir de l'information au monde entier, ce bureau devait également diffuser de fausses nouvelles, y compris vers le public américain. Le travail de cette officine consistait à planifier des opérations d'influence stratégique, lesquelles étaient coordonnées par le *National Security Council* (NSC). Le général Wayne Downing, alors responsable de la lutte antiterroriste au NSC, les intégrait à l'ensemble des actions du gouvernement. En matière de communication, John Rendon était, selon le *New York Times*, l'un des principaux animateurs de cette officine ⁽³¹⁾.

Les relations entre l'OSI et le sous-secrétariat d'Etat à la diplomatie publique furent articulées par le Groupe Militaire d'information Internationale (*International Military Information Group*) du colonel Brad Ward, cellule qui relève du bureau *International Information Programs* du département d'Etat.

En février 2002, le *New York Times* révélait l'existence de cette instance fondée en novembre 2001, en vue de superviser les opérations d'influence et de désinformation dans le cadre de la guerre contre le terrorisme, et qui avait le droit de monter des opérations même en pays ami. Cette instance, créée lors des opérations contre les Talibans, avait alors pour mission de coordonner le contenu des émissions radiophoniques et des tracts.

Après la publication de l'article du *New York Times* et le scandale qui s'ensuivit, Donald Rumsfeld dut annoncer la fermeture de l'OSI. D'après la loi américaine, le Pentagone n'a pas le droit de mener ses opérations sur le territoire des Etats-Unis. Néanmoins, selon le *New York Times*, une partie des fonds débloqués pour les opérations de « propagande » avait déjà été utilisée pour manipuler l'opinion publique aux Etats-Unis même, en violation des dispositions légales en vigueur. Ainsi, le général Worden avait eu le temps, avant la fermeture de ce service, de signer un premier accord de sous-traitance avec le *Rendon Group* pour 70 000 dollars mensuels. Parmi les unités militaires chargées de mettre en oeuvre la politique du bureau, était citée celle des Opérations Psychologiques, unité qui a

⁽³¹⁾ Le Nouvel Observateur, 13 février 2003.



été impliquée dans le largage de millions de tracts et la diffusion de nombreuses émissions de radio vers l'Afghanistan pour encourager les talibans à se rendre.

L'administration Bush tenta d'expliquer qu'elle n'avait jamais cherché à intoxiquer les électeurs américains, mais uniquement à désinformer les terroristes et à renverser les opinions publiques étrangères.

Selon certaines sources, sous le contrôle de William Luti, l'ex-OSI aurait été physiquement transféré au *Strategic Command*, où il aurait continué d'être dirigé par le général Simon Worden, au moins jusqu'au deuxième semestre 2003. Sans qu'il soit possible de le confirmer, on remarquera que les articles de propagande en Irak écrits par de pseudo-journalistes, en fait par le Pentagone, dénoncés par la presse américaine au début du mois de décembre 2005, reprenaient une technique préconisée et envisagée par l'OSI : faire diffuser des articles de presse dans les médias étrangers par des entités qui n'auraient pas de lien évident avec le Pentagone.

Ces méthodes n'étaient guère goûtées d'un Colin Powell qui a constamment affiché sa réticence en interne, sans malheureusement la relayer en public. « *La CIA et d'autres agences gouvernementales américaines ont été trompées, parfois délibérément* » à propos des armes de destruction massive en Irak, déclarait Colin Powell à la chaîne NBC le 17 avril 2004.

Ainsi, Colin Powell, à la veille de son discours à l'ONU en février 2003, avait été soumis à une forte pression du Pentagone et de la Maison Blanche pour inclure des informations contestables dans sa présentation sur les armes de destruction massives irakiennes. L'équipe Cheney souhaitait, entre autres, que le secrétaire d'Etat intègre dans son discours l'achat par l'Irak d'un programme informatique permettant le lancement d'une attaque contre les Etats-Unis alors que la CIA refusait de cautionner cette affirmation. Les doutes du secrétaire d'Etat ont été confirmés lors d'une rencontre qu'il aurait eu, selon le quotidien *The Guardian*, le 5 février 2003, à New York, avec son homologue britannique Jack Straw. Au cours de cette rencontre, les deux hommes auraient ouvertement exprimé leurs doutes vis-à-vis des preuves apportées. Le Foreign Office a démenti l'information. Selon ce même journal, Colin Powell, pour éviter toute manipulation, avait créé sa propre équipe pour vérifier les informations et préparer son discours devant l'ONU. Cette équipe avait oeuvré pendant quatre jours et avait rencontré à plusieurs reprises le responsable de la CIA ainsi que Condoleezza Rice⁽³²⁾. L'équipe de Colin Powell avait ainsi enlevé de l'avant-projet de son discours devant l'ONU, le 5 février 2003, des dizaines de pages de prétendues preuves sur l'armement irakien et les liens avec le terrorisme.

⁽³²⁾ *Le Monde*, 5 juin 2003.



DE L'URANIUM DU NIGER AU PLAMEGATE

Au début de l'année 2003, les Etats-Unis accusèrent l'Irak d'avoir cherché à s'approvisionner en uranium au Niger. Le directeur général de l'Agence Internationale de l'Energie Atomique, M. Mohamed El Baradei, précisa, le 9 mars 2003, dans une interview à la *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung*, que ses services avaient analysé ces documents et abouti à la conclusion qu'il s'agissait de faux. Précisant que les documents provenaient « *de services secrets de nombreux Etats* », sans pour autant les nommer, il jugea que ce n'était sans doute pas des services secrets qui avaient commis les faux. Celle qui était alors conseillère à la sécurité nationale, Condoleezza Rice, minimisa ce flagrant délit de manipulation en indiquant que cette information « *devait être encore vérifiée, recoupée* » et qu'elle « *n'avait jamais été citée comme étant au cœur de nos accusations* ». Lorsque l'AEIA eut accès aux « *preuves* » brandies par les Etats-Unis, le physicien nucléaire français Jacques Baute, chef du bureau de vérification du programme nucléaire irakien, se rendit rapidement compte qu'elles étaient forgées de toutes pièces. Deux documents étaient particulièrement suspects, dont une lettre du président nigérien actuel qui se référait à ses pouvoirs aux termes de la Constitution de 1965, alors que celle-ci était caduque depuis quatre ans. En outre, la signature du chef de l'Etat avait été visiblement imitée. Une autre lettre se référant à l'uranium, datée d'octobre 2000, était censée émaner du ministre des Affaires étrangères, Alle Elhadj Habibou, qui n'exerçait plus ces fonctions depuis 1989. Elle portait de surcroît l'en-tête du Conseil militaire suprême dissous en 1999.

Après avoir fait confirmer par des experts que ces documents étaient bien faux, l'AEIA demanda aux Etats-Unis et à la Grande-Bretagne s'ils disposaient d'autres preuves que l'Irak avait tenté de se procurer de l'uranium, ce à quoi les deux pays répondirent par la négative.

Selon l'enquête menée par certains journaux américains, le MI-6 (les services britanniques) serait à l'origine du faux et la CIA en avait prévenu les autorités américaines. On sait aujourd'hui qu'un ancien ambassadeur américain en Afrique, Joseph Wilson, avait été dépêché à Niamey, en janvier 2002, par le cabinet du vice-président Dick Cheney. Il avait pour mission de vérifier l'information sur ces prétendues livraisons d'uranium nigérien à l'Irak. De son rapport, remis en février 2002, à la CIA et au département d'Etat, il émanait que l'information n'avait aucun fondement et que les documents produits pour l'étayer étaient des faux grossiers ; cet avis était d'ailleurs corroboré par les experts du département d'Etat. George W. Bush et Colin Powell n'ont pourtant pas hésité à reprendre à leur compte, publiquement, ces accusations mensongères en septembre 2002. Selon le *Washington Post* du 12 juin 2003, un haut responsable de l'Agence, non cité



nommément, a expliqué cette omission par un traitement « *extrêmement négligeant* » des preuves concernant le dossier irakien. Un autre analyste de la CIA a déclaré pour sa part qu'« *une information non conforme avec le programme de l'administration était mise de côté et une information qui était conforme n'était pas sérieusement analysée* »⁽³³⁾.

Joseph Wilson s'éleva publiquement contre cette analyse. Un article de presse révéla que sa femme Valérie Plame était un agent de la CIA, révélation constitutive d'un crime fédéral. Cette affaire, connue sous le nom du Plamegate fait aujourd'hui l'objet d'investigations par la justice américaine.

⁽³³⁾ Le Temps, 13 juin 2003.



L'affaire de l'uranium du Niger est sans doute l'illustration la plus parlante de cette distorsion du renseignement et la plus révélatrice de la méthode consistant, sans contourner formellement la CIA, à lui recommander fortement de ne publier que des informations confortant la thèse officielle. Méthode qui a conduit en 2004 à une très grave crise du renseignement américain, les dirigeants de la CIA, notamment, ayant, au moins par leur silence, sinon par leur collaboration active, cautionné les méthodes de l'Administration. Ainsi, il aura fallu toute l'énergie du sénateur démocrate Bob Graham pour obtenir la déclassification des informations de la CIA montrant que les missiles irakiens ne représentaient aucun danger. Pourtant, le directeur de la CIA, George Tenet, a refusé de se voir marginaliser et a préféré affronter la colère de ses services plus que celles de la Maison Blanche et du Pentagone. Il a tenté de présenter des informations plus acceptables et répondu aux commandes politiques. C'est ainsi, par exemple, que la CIA a découvert de façon soudaine une connexion entre l'Irak et Al-Qaïda.

Selon Melvin Goodman, du Centre de politique internationale, ex-spécialiste de l'Union soviétique à la CIA, farouche opposant de la politisation du renseignement et qui entretient toujours des contacts au sein de l'agence, « *la CIA a donné à Bush ce qu'il voulait sur l'Irak et Al-Qaïda* ». D'après lui, les principaux experts étaient furieux contre leur directeur et craignaient qu'il ne déforme leurs conclusions pour les faire coller aux opinions préconçues du Pentagone. Un certain nombre de professionnels de l'Agence n'ont, en effet, cessé de fournir à la Maison Blanche des synthèses de toutes les connaissances des services concernant l'Irak. Cependant, ces experts ont été choqués de voir qu'on leur attribuait des thèses controuvées et que les affirmations du pouvoir politique étaient parfois contraires à leurs conclusions à l'instar de certaines contre-vérités énoncées par Colin Powell à la tribune des Nations Unies.

Les méthodes : les experts de la communication aux manettes

« La stratégie militaire doit désormais être pensée en fonction de la couverture télévisuelle [car] si l'opinion publique est avec vous, rien ne peut vous résister ; sans elle, le pouvoir est impuissant. » ⁽³⁴⁾

Après les attentats du 11 septembre 2001, convaincre l'opinion publique américaine du bien-fondé de l'intervention américaine en Irak fut la préoccupation première de l'administration Bush, qui comprit d'emblée que l'adhésion de l'opinion publique américaine était une condition *sine qua non* en la matière. C'est une banalité que de rappeler combien est difficile la conduite d'une guerre par une démocratie : les Etats-Unis en firent l'amère expérience au Vietnam.

⁽³⁴⁾ Michael K. Deaver, ami de M. Rumsfeld et spécialiste de la psy-war, la « guerre psychologique ». Cité par Ignacio Ramonet, art. cit.



Cette référence à la guerre du Vietnam n'est pas anodine. Lorsque les Etats-Unis déclarent la guerre aux terroristes après le 11 septembre, le souvenir de l'époque Reagan est très présent : ce sont les Cheney, les Rumsfeld, ces vétérans de l'administration Reagan qui rappellent inlassablement, comme ils le faisaient dans les années 1980, que les Etats-Unis avaient perdu la guerre du Vietnam à cause d'une cinquième colonne d'intellectuels défaitistes. A l'académie militaire de West Point d'ailleurs, n'enseigne-t-on pas aux futurs cadres de l'armée américaine que, ce que les Etats-Unis ont perdu au Vietnam, c'est la guerre de l'information ?

Si la communication fut placée parmi les priorités de l'action gouvernementale, c'est donc essentiellement à cause de ce souvenir de la guerre du Vietnam, qui figura en arrière-plan constant de la gestion médiatique de l'affaire irakienne. Les leçons du Vietnam en matière de communication ont été retenues : manipulation du renseignement et gestion très active de l'information avant le conflit ; manipulation des médias (*via* l'embarquement des journalistes) pendant le conflit ; gestion des difficultés (*damage control*) après le conflit.

Un tel programme devait, pour réussir, satisfaire à deux conditions : le recours à des professionnels de la communication hors pair et l'intégration systématique de la communication dans le processus de prise de décision.

Messieurs les « embobineurs » : les *spin doctors*

Guerre voulue et largement provoquée par des idéologues, l'intervention anglo-américaine en Irak fut également la guerre des communicants.

C'est aux Etats-Unis, « *berceau de la télévision, de la publicité et du sondage d'opinion, qu'est née l'idée selon laquelle on vend de la politique comme on vend du pop-corn. Très vite, le concept va s'exporter (Giscard consultera un de ces spin doctors américains pour sa campagne de 1974) et évoluer de manière toujours plus agressive. Dézinguer l'adversaire s'avère plus payant que de vanter un programme, de même que devancer la critique plutôt que d'y répondre.* »⁽³⁵⁾

En anglais, *spin* signifie littéralement tourner, essorer, vriller, et, par extension, embobiner, entourlouper. Par extension, le terme est venu s'attacher, outre-Atlantique, aux spécialistes des relations publiques, des études de marché, de la manipulation des médias ou des sondages, qui se sont imposés dans l'ombre des États ou des partis. Le conseiller en communication – pâle traduction française du *spin doctor* – est un maître du vertige et de l'image : « *Essoreur de têtes* » serait plus juste pour désigner ces hommes de l'ombre chargés de façonner les opinions publiques. »⁽³⁶⁾ Il fait profession d'influencer le peuple en lui laissant croire qu'il est libre, soulignent Paul Mitchell et Tania Rakhmanova, auteurs d'un remarquable document sur le sujet⁽³⁷⁾. Pour eux, le premier *spin doctor* digne de ce nom fut

⁽³⁵⁾ Libération, 22 juin 2005.

⁽³⁶⁾ Libération, *ibid.*

⁽³⁷⁾ Spin doctors, Documentaire en 2 parties de Paul Mitchell und Tania Rakhmanova, France/Royaume-Uni, 2004, Production Dokumenta, ARTE France.



un certain Edward Bernays, un homme qui déclarait que manipuler les opinions était un jeu d'enfant dès lors qu'on en comprenait les mécaniques. Bernays avait été à bonne école puisque son oncle n'était autre que Sigmund Freud. L'un de ses coups de maître fut, lors du traité de Versailles de 1917, de convaincre Tomas Masaryk, l'impatient futur président, de retarder l'annonce de la fondation de la Tchécoslovaquie... Afin de faire les gros titres de la presse du lundi.

Certes née aux Etats-Unis, la figure du *spin doctor* évoque toutefois inmanquablement le Royaume-Uni, et particulièrement celui qui fut le responsable de la communication auprès de Tony Blair dans les mois précédant l'intervention en Irak, Alastair Campbell. A l'instar de son image globale d'homme moderne, Tony Blair a apporté avec lui à Downing Street les techniques les plus modernes de communication. Alastair Campbell n'est pas le premier « *spin doctor* » d'un Premier Ministre ; Margaret Thatcher, par exemple, avait également le sien en la personne de Sir Bernard Ingham. Indéniablement toutefois, Campbell a porté l'art du *spin* à des niveaux jamais atteints jusqu'alors ⁽³⁸⁾.

A cette fin, le *spin doctor* de Tony Blair a bénéficié notamment des informations que lui fournissait le tout nouveau bureau américain des communications globales. Sur le plan de la communication comme en matière de renseignement, l'administration Bush a en effet éprouvé le besoin de créer une nouvelle structure spécifique. Ainsi, actif à partir de la fin de l'été 2002, créé officiellement le 21 janvier 2003 sur l'ordre direct de George W. Bush, le bureau des communications globales (*Office of Global Communications* ou OGC) fut l'organe principal de ce qui ressemblait fort à un appareil de propagande. Installé au cœur du pouvoir américain, dirigé par un proche du Président George W. Bush, Tucker Eskew, cet office eut pour but de coordonner l'activité des principaux porte-parole de l'administration (département d'Etat, Pentagone, Maison Blanche), s'occupant en quelque sorte de la propagande « grise » ⁽³⁹⁾, plus agressive et souvent peu regardante quant à l'authenticité des informations. Le texte du décret instituant l'OGC disposait que : « *La mission du bureau sera de conseiller le président sur l'utilisation des moyens les plus efficaces pour le gouvernement américain, d'assurer la cohérence de ses messages destinés à promouvoir les intérêts des Etats-Unis à l'étranger, éviter les incompréhensions, renforcer le soutien de leurs partenaires et informer un auditoire international* ». Des réunions de coordination avaient lieu chaque matin avec l'ensemble des officiers de presse et des généraux appelés à s'exprimer publiquement, afin que, chaque jour, un message, et un seul, passe. Il est à

⁽³⁸⁾ Alastair Campbell, chargé de communication de Tony Blair, était l'ancien directeur politique du Daily Mirror. Bon connaisseur du système de communication américain, il avait été chargé, en 1999, par MM. Clinton et Blair de reprendre en main la communication de la salle de presse de l'OTAN en pleine guerre du Kosovo.

⁽³⁹⁾ Les Britanniques ont mis au point, au cours de la seconde guerre mondiale, la théorie de la colorisation de la propagande, toujours en vigueur : la propagande blanche est celle qui affirme l'origine de son inspiration. Plus efficace en temps de paix, elle vise clairement l'opinion nationale et indirectement celle de l'adversaire. La propagande noire cache son origine et ment sur la provenance de son message. Son but est d'inciter l'adversaire à « raisonner juste sur des bases fausses ». En propageant de fausses informations et de fausses rumeurs, elle se rapproche beaucoup de la désinformation. La propagande grise peut être définie comme tout ce qui ne relève pas directement des deux autres catégories (conditionnement subliminal audiovisuel, lynchage médiatique visant à perdre la réputation d'un adversaire, mensonges sur des informations sans précision de leur origine, camouflage de l'origine en diffusant des informations exactes, etc...). Source : Diplomatie magazine, mai/juin 2003.



l'origine de la publication des fameux dossiers de la Maison Blanche sur l'Irak. L'OGC a particulièrement travaillé avec les « communicants » de Tony Blair, fournissant de nombreux arguments à Alastair Campbell, à Londres. Depuis le début de l'année 2002, ce dernier discutait quotidiennement avec le responsable de l'OGC de la situation irakienne et participait aux réunions de cet organe par vidéo conférence. Les termes « *forces de la coalition* » et « *opération de libération* » seraient nés lors de ces entretiens.

Le texte du décret instituant l'OGC dispose qu'outre cette fonction de coordination, le Bureau peut dépêcher des « *équipes de communicateurs* » pour de courtes périodes dans des zones pour lesquelles il y a « *un fort intérêt international et des médias* ». Il précise que les départements d'Etat et de la Défense devront être informés de ces missions.

L'OGC a été à l'origine de la publication par le *Foreign Office* d'une plaquette intitulée *Saddam Hussein : crimes et violations des droits de l'homme*, reprenant des extraits des rapports de défense des droits de l'Homme hors de leur contexte et en les manipulant pour justifier la guerre. Les premières publications de l'OGC ont été *La machine à mensonge, la désinformation et la propagande de Saddam, 1990-2003* et *A quoi ressemble le désarmement ?* qui reprochait à l'Irak de ne pas se plier au désarmement.

L'intégration des communicants dans le processus de décision : « Ne me demandez pas conseil pour l'atterrissage si je ne suis pas là au décollage » (Victoria Clarke)

Si l'intervention américaine en Irak fut aussi la guerre des communicants, c'est parce que, pour la première fois, ils ont été placés, de manière systématique, au cœur même du processus de prise de décision. Pour votre rapporteur, il est désormais évident qu'on ne peut plus comprendre comment fonctionne la démocratie américaine aujourd'hui sans s'intéresser à la manière dont travaillent et raisonnent ces professionnels, qui appartiennent désormais, à part entière, au paysage politique.

Comme l'a expliqué au rapporteur celle qui fut, en 2003, au Pentagone, le chantre de la communication, responsable des affaires publiques auprès de Donald Rumsfeld, Victoria Clarke, l'insertion des communicants au cœur même de la décision est désormais la condition *sine qua non* de la réussite d'une politique. A ses yeux, la relation entre le politique et le communicant est très simple : « *Ne me demandez pas conseil pour l'atterrissage si je ne suis pas là au décollage* ». Et ce au nom du fait que l'information est désormais au cœur de la politique.

Un porte-parole de la Maison Blanche expliquait ainsi la fonction des communicants : « *Les chaînes en continu diffusent des informations 24 heures sur 24 ; eh bien, ces centres leur fourniront des informations 24 heures par jour, tous les jours* »⁽⁴⁰⁾ Pour celle qui fut la grande prêtresse de la communication gouvernementale américaine pendant la marche vers la guerre, et notamment la conceptrice de l'embarquement des journalistes, l'information est un espace qui a horreur du vide : « *Il faut s'adapter aux technologies modernes en y mettant*

⁽⁴⁰⁾ The Washington Post, 1^{er} novembre 2001.



nos informations, sinon d'autres rempliront le vide ». Le message délivré par Victoria Clarke est très instructif : pour faire passer ses messages ou se défendre, un gouvernement doit sans cesse occuper l'espace médiatique. Pour ce faire, les communicants doivent disposer de tous les renseignements et donc, être au cœur de la décision. Comme elle l'a expliqué, pas une réunion importante autour de Donald Rumsfeld ne s'est tenue sans elle lorsqu'elle occupait ses fonctions au Pentagone.

Le porte-voix : le rôle de la presse

Chacun pourra critiquer la politique américaine et les méthodes auxquelles elle recourut en 2002 et 2003 pour atteindre ses objectifs. Nul ne contestera que, d'une certaine manière, le gouvernement américain était dans son rôle en s'efforçant de « vendre » sa politique et que, s'il a réussi à imposer son discours et ses thèses, c'est parce que personne ne s'est élevé, aux Etats-Unis, pour les contester. Faut-il aller jusqu'à dire, avec Jean Guisnel, qu'en cas de désinformation, la faute majeure en revient aux journalistes ? Dans le cas que nous examinons, il est certain que la suppression des défenses immunitaires de la démocratie américaine, à commencer par l'anesthésie volontaire des médias, a joué pour beaucoup dans l'évolution des événements en 2002-2003.

Les Etats-Unis sont marqués par une forte tradition de critique médiatique du discours officiel et de méfiance vis-à-vis du pouvoir fédéral. Pourtant, dans sa quasi-totalité, le monde médiatique américain est, dès le 12 septembre 2001, entré dans la logique d'un Wolfowitz qui mit immédiatement l'accent sur le lien entre les attentats et la riposte militaire contre l'Irak.

**« Fournissez-moi les images et je vous fournis la guerre (You supply the pictures and I'll supply the war) » (William Randolph Hearst)
: l'embarquement (embedment) de la presse américaine dans
l'administration Bush**

L'importance de la presse a été primordiale pour le « conditionnement » de la population américaine. La presse quotidienne américaine s'étant contentée en règle générale de relayer aveuglément la propagande patriotique de l'administration Bush, y compris en recourant à des méthodes journalistiques peu glorieuses. Le *Wall Street Journal* publia ainsi un éditorial et plusieurs articles discréditant Hans Blix, le chef des inspecteurs de l'ONU. Le *Washington Post* ne trouva pour sa part rien de mieux que de publier un article en première page révélant que l'un des inspecteurs envoyés en Irak se trouvait à la tête d'un club sadomasochiste. Pour les experts comme Norman Solomon, directeur d'un institut politique de Washington, cette campagne en cours était « *plus qu'appréciée par la Maison Blanche* ». Cet avis était partagé par John R. Mac Arthur, autre spécialiste des médias, qui estimait alors que « *les journalistes se sont vendus eux-mêmes en échange d'un accès bidon au champ de bataille. La majeure partie des médias est pour la guerre et contre l'ONU* ». Quant aux opposants, ils étaient tournés en dérision.



Le fait est que le public américain, au cours du conflit en Afghanistan, semblait clairement préférer une presse patriotique à des journalistes trop portés sur des critiques ou des interrogations gênantes. Selon un sondage du *Los Angeles Times* de novembre 2001, 59 % des Américains approuvaient un contrôle étroit du Pentagone sur la couverture médiatique du conflit. A l'époque, Marvin Kalb, directeur du *Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy* à Washington, expliquait : « *il y a deux droits contradictoires en jeu. D'un côté, il y a le droit et la responsabilité du Pentagone de limiter l'information pour mieux protéger La sécurité des troupes. De l'autre côté, il y a le droit du journaliste de poursuivre son enquête et de poser toutes les questions, ces deux droits ne sont jamais totalement conciliables. Mais il est certain que le public américain soutient massivement le Pentagone dans la situation actuelle* ». Kalb, bien qu'ardent défenseur du premier amendement, se disait même prêt à accepter des limites sur l'information, et même une certaine dose de désinformation, pour mieux battre les terroristes ⁽⁴¹⁾.

D'autres journaux se sont montrés moins enclins à se laisser enfermer dans un système d'information verrouillé par l'administration Bush. Le *New York Times* estimait, quant à lui, que des inspections renforcées et à long terme étaient une meilleure option que la guerre sans large soutien international. De même, le *Los Angeles Times* s'est montré également plus équilibré. Certains magazines et périodiques, tels que la très libérale et très intellectuelle *New York Review of Books* ont même fait campagne contre la guerre. De nombreux journaux locaux, comme le *Miami Herald*, sont restés réservés. Sur la côte Ouest, la plupart des journaux étaient hostiles à une guerre menée de manière unilatérale.

Dans le domaine télévisuel, chacun a conservé à l'esprit les outrances de *Fox News*, la chaîne de Rupert Murdoch (qui détient également le *New York Post* et le *Sun* de Londres), en pointe dans le registre de la litanie patriotique. Le fait est que, dans la foulée des attentats du 11 septembre, en exploitant à fond cette fibre, la chaîne de Rupert Murdoch enregistra des gains d'audience spectaculaires. La chaîne avait adopté des graphismes, des musiques et des logos empruntés à l'imagerie des jeux vidéo guerriers. Elle se fit fort de salir systématiquement les opposant à la guerre, notamment à travers l'émission *O'Reilly Factor*.

La chaîne avait envoyé une centaine d'envoyés spéciaux dans la région pour couvrir le conflit, beaucoup de ses journalistes étant des militaires à la retraite. L'un d'entre eux était le colonel à la retraite Oliver North, impliqué dans l'Irangate, qui, par ailleurs, n'avait pas hésité à affirmer que les membres de l'ambassade de France à Bagdad détruisaient fébrilement tous les documents qui montraient la collusion entre Paris et Bagdad.

A l'opposé du spectre télévisuel, CNN comptait sur l'intervention en Irak pour reconquérir le leadership, qu'elle avait perdu au profit de *Fox News*. Cette chaîne était, il est vrai, la seule, avec ses 31 bureaux à l'étranger, à pouvoir prétendre offrir une couverture internationale complète et de qualité. Ajoutons que, pour couvrir les événements, CNN avait dégagé un budget de 30 à 35 millions de dollars et mobilisé 450 journalistes dans la région. Néanmoins, elle a semblé céder à une dérive que certains qualifient de « foxienne », en adoptant des gadgets sonores, visuels ou journalistiques. Pourtant, la chaîne s'était rapidement interrogée, au contraire de *Fox News*, sur les succès initiaux des opérations militaires et la stratégie. Elle n'hésita pas à montrer les manifestations, le ressentiment dans le monde arabe et l'absence d'accueil chaleureux au début des opérations des troupes américaines.

⁽⁴¹⁾ Le Monde, 30 novembre 2001.



CBS a, quant à elle, participé à une de ces opérations de manipulation dont le Pentagone a le secret. Selon cette chaîne, Saddam Hussein avait affirmé, en janvier 2003, à Dan Rather, présentateur vedette de CBS, qu'il ne détruirait pas ses missiles. L'interview n'était pas encore diffusée que la nouvelle faisait les gros titres aux Etats-Unis et dans le monde entier. Un porte-parole de la Maison Blanche, Scott McClellan, confirmait : « *c'est le défi permanent de Saddam face au conseil de sécurité de l'ONU* ». Une fois l'interview diffusée en totalité sur CBS il devenait clair que les propos du leader irakien avaient été déformés – il finira d'ailleurs par accepter de détruire ses missiles. Le porte-parole de la Maison Blanche, M. Fleischer, invita par la suite les médias américains et autres à se méfier de la propagande irakienne.

Certaines chaînes indépendantes proposaient toutefois au public américain un regard différent sur les événements du Moyen-Orient.

Ainsi, la chaîne satellite *Free Speech TV*, dont les bureaux se trouvent à Boulder dans le Colorado, est accessible, via le satellite dans 11 millions de foyers et sur certains réseaux locaux du câble. Ses programmes s'intéressent en général à une multitude de sujets divers. En 2003, la chaîne choisit de se concentrer sur l'opposition à la guerre. Sa porte-parole, Linda Mamoun, soulignait : « *nous avons couvert en direct les manifestations contre la guerre dans le monde entier. La chaîne a des reporters sur toute la planète, même en Irak. Nous allons diffuser des reportages venus de là-bas, il n'y a aucun doute là dessus. Et cela n'aura probablement pas grand-chose à voir avec ce que vous raconteront Rather, Brokaw et Jennings* », tous grandes vedettes de l'information télévisée aux Etats-Unis.

WorldLink TV accorda pour sa part davantage de temps d'antenne à l'émission Mosaic, qui diffuse des journaux télévisés issus de 16 chaînes du Moyen-Orient. Quelque 20 millions de foyers reçoivent cette chaîne créée il y a trois ans à San Rafael, en Californie. Chaque jour, les producteurs de l'émission Mosaic, Jamal Dajani, un Palestinien, et David Michealis, un Israélien, compilèrent, éditérent et traduisirent les journaux télévisés de plus d'une douzaine de pays du Moyen-Orient afin d'offrir aux téléspectateurs une demi-heure d'informations très différentes de ce qu'ils avaient l'habitude de voir à la télévision américaine.

La chute des défenses immunitaires des médias américains : pourquoi ?

Le plus troublant dans le comportement de la presse américaine lors de la marche vers la guerre est que, comme le rapporte Michael Massing, « *nombreux étaient les journalistes qui connaissaient l'existence de débats acharnés au sein de la communauté du renseignement concernant les armes de destruction massive en Irak, mais peu choisirent d'en parler* ». Ainsi, Bob Woodward explique dans son livre *Plan of Attack*, qu'à la mi-mars 2003, trois sources distinctes lui avouent sous le sceau de la confidentialité que le renseignement sur le sujet « *n'était pas aussi concluant que ne l'avaient suggéré la CIA et l'administration* ». Woodward écrivit un article sur le sujet, jugé par le rédacteur en chef du Post « *un peu fort* » et ce fut en définitive une version très atténuée qui fut publiée dans les pages intérieures du journal.

Il est frappant que même une icône telle que Bob Woodward, l'un des journalistes à l'origine de la révélation du Watergate sous la présidence de Richard Nixon, est aujourd'hui



contestée pour son attitude très ambiguë à l'égard de l'administration Bush. Certains des interlocuteurs du rapporteur ont souligné combien révélatrice était l'évolution de ce journaliste qui, de symbole de méfiance, voire de la lutte contre le système, se situait aujourd'hui au cœur de celui-ci, d'aucuns allant jusqu'à estimer qu'il avait été « embarqué » dans l'administration Bush.

Que dire de la crise qui a secoué le *New York Times*, l'autre journal de référence, dont certains estiment aujourd'hui que, si un média a été manipulé par l'administration Bush, c'est le quotidien de la 42^{ème} rue ? Dans l'affaire des armes de destruction massive, le journal a perdu l'une de ses journalistes vedettes, Judith Miller, qui s'est laissé totalement intoxiquer par sa source, l'Irakien Ahmed Chalabi.

Indéniablement, la responsabilité des médias américains est importante dans l'enchaînement des événements qui ont conduit à l'intervention en Irak. Notamment, les *columnists* syndiqués n'ont pas peu contribué à propager la parole officielle dans les quotidiens locaux qui, aux Etats-Unis, ne sont, en matière de politique étrangère, que des copies des grands titres nationaux.

Avec le recul, il est étonnant de constater que les médias américains n'ont jamais remis en question la logique de guerre imposée par l'administration Bush. Le principe même de l'argumentaire bâti autour des armes de destruction massive n'a jamais été contesté : jamais la question du bien-fondé de ce sujet n'a été posée. La guerre allait avoir lieu et la presse a accepté cette logique du compte à rebours, négociant, avec l'administration, qui seraient les journalistes embarqués dans les troupes américaines et à quelles conditions.

Selon Susan D. Moeller, chercheur au *Philip Merrill College of Journalism*, plus que le résultat d'un parti pris idéologique ou de connivences politiques, la piètre qualité de la couverture médiatique américaine pendant la période de la marche vers la guerre peut s'expliquer par le fonctionnement interne des médias : dépendance face aux sources officielles, schématisation de situations complexes, chasse au scoop, sensationnalisme et écriture journalistique suivant la technique de « la pyramide inversée », ayant pour effet de mettre en avant les protagonistes et points de vue officiels. Ainsi, les médias eurent tendance à reprendre l'ordre du jour mis en avant par l'administration ainsi que le cadrage officiel des événements. Rares furent les évocations de politiques alternatives aux logiques de « guerre préventive » et de « changement de régime ». Tout aussi rares furent les tribunes accordées aux opposants à cette ligne officielle. De même, les médias reprirent à leur compte le terme d' « armes de destruction massive » sans chercher à faire ressortir les différences de dangerosité et d'accessibilité des différentes armes. Cette tendance participa à renforcer ce que l'auteur identifie comme le « modèle rhétorique d'imprécision » de la Maison Blanche.

Peu de médias purent résister à la tentation de relayer, sans la remettre en question, la vision apocalyptique et sensationnelle que l'administration Bush entretenait en développant l'idée d'une menace de destruction massive, dont la charge émotionnelle aurait été utilisée pour persuader et impressionner le public. Par ailleurs, les communiqués émanant de l'administration Bush ne citaient que très rarement leurs sources, la tâche de vérification des informations n'en étant que plus ardue. Le respect implicite des conventions correspondant



aux annonces non officielles, (*off-the-record*) soumettaient les journalistes à un rapport de confiance équivoque, dont ils n'ont généralement pas fait état.

Les journalistes américains rencontrés par le rapporteur ont tenté de justifier l'inertie de la presse américaine pendant la marche vers la guerre : le principal argument avancé fut de dire que les démocrates ne s'étant pas opposés à la guerre, il n'appartenait pas aux journalistes d'être les opposants de service. De plus, les journalistes étaient confrontés à une administration qui organisait les conférences de presse de manière à ce qu'il soit quasiment impossible de sortir d'un discours mis en scène et chorégraphié et à l'occasion desquelles les journalistes contestataires, telle Helen Thomas, ne se voyaient jamais donner la parole.

Dans la tourmente qui a suivi les événements du 11 septembre 2001, il est certain que les médias américains ont été confrontés à des pressions provenant du gouvernement, de l'opinion publique et de leurs propres réflexes patriotiques. La liberté absolue de la presse, proclamée et garantie par le premier amendement à la Constitution américaine, a cédé le pas à un système d'information contrôlée et à une certaine autocensure.

Outre l'intervention de Condoleezza Rice déjà citée, demandant aux médias américains de ne pas relayer les vidéos du chef d'Al-Qaida, d'autres interventions gouvernementales eurent également lieu, directement inspirées de l'expérience de la guerre du Vietnam où la publication des documents secrets du Pentagone et la libre diffusion d'images choquantes avaient contribué à retourner l'opinion américaine contre ce conflit. Ainsi, le commentateur de télévision Bill Maher fut sévèrement réprimandé par le porte-parole de la Maison Blanche pour avoir remarqué qu'il ne serait pas très courageux de lancer des missiles de croisière sur l'Afghanistan. Le département d'Etat était intervenu fin septembre 2001 pour interdire à la radio gouvernementale *Voice of America* de diffuser une interview du mollah Omar, chef des talibans. Alors que l'hebdomadaire *Newsweek* se préparait à publier un article sur un drone américain abattu en Afghanistan, le Pentagone lui avait demandé de supprimer cette information comme « *dangereuse pour [notre] stratégie militaire* ». Lorsque *USA Today* avait fait état de la présence de forces spéciales américaines en Afghanistan avant le début des frappes, le quotidien avait été qualifié de « *totalemment irresponsable* » et d'« *antipatriotique* » par un porte-parole du gouvernement américain.

« Antipatriotique » : le mot est lâché. Tous les interlocuteurs du monde des médias rencontrés par votre rapporteur aux Etats-Unis ont rappelé que telle était l'insulte suprême lancée à ceux qui ne rentraient pas dans le rang. Très peu furent prêts à assumer cette étiquette toujours infâmante dans un pays en guerre.



Pendant la guerre : contrôler le champ de bataille de l'information et orienter l'information dans la durée

Du correspondant de guerre à l'embarqué (embedded) : comment nourrir les médias en images tout en les contrôlant

Depuis la guerre du Vietnam, le Pentagone avait pris l'habitude de contrôler la presse en donnant ou non l'autorisation aux journalistes de suivre les combattants. Ainsi, les reportages présentés au peuple américain sont encadrés par le Pentagone. Les journalistes peuvent toutefois être écartés des combats : en 1989, Dick Cheney, secrétaire à la Défense à cette époque, avait empêché les correspondants américains de couvrir l'invasion du Panama. Il avait pu gloser sur le bon fonctionnement des bombardiers furtifs alors que ceux-ci avaient manqué nombre de leurs cibles. La mise sous contrôle des médias par le Pentagone est donc un positionnement récurrent.

Le souvenir mitigé des pools de la première guerre du Golfe

Tous les médias ont gardé un souvenir mitigé de la couverture de la première guerre du Golfe, première guerre menée en direct à la télévision. Celle-ci reste le « *symbole d'une guerre « survenue » par les médias – surtout les télévisions – comme une forme de*



spectacle inégalable en matière d'information »⁽⁴²⁾. Notamment, « *les pools contribuèrent, pour une large part, à faire du traitement de cette guerre le symbole du décalage entre la prétention des médias suréquipés en technologie de pointe mais réduits à ne traiter que des préparatifs ou des actions à la marge des combats décisifs* ».

Symbole de la vacuité de l'information pour l'information, en l'absence de moyens réels de savoir ce qui se passait sur le terrain, la guerre du Golfe n'échappa pas à l'axiome déjà cité qui fait de la vérité la première victime de la guerre. Les slogans d'alors, répétés inlassablement sur toutes les chaînes de télévision – « L'Irak, quatrième armée du monde », « le pillage des couveuses de la maternité de Koweït », « la ligne défensive inexpugnable », « les frappes chirurgicales », « l'efficacité des missiles *Patriot* », etc. – se révélèrent totalement faux. En fait de frappes chirurgicales, environ 90 % des bombardements recouraient à la technique du tapis de bombes largement éprouvée pendant la deuxième guerre mondiale. Et le très faible nombre de bombardements irakiens sur Israël devait plus à la mauvaise qualité du matériel irakien qu'à l'efficacité des *Patriot*, qui ne fonctionnèrent pas la plupart du temps.

L'embarquement (*embedment*), un pacte avec le diable ?

L'intervention internationale en Afghanistan, en octobre 2001, eut, pour l'armée américaine, des relents de Vietnam, lorsque les Talibans montrèrent qu'ils savaient attirer l'attention des médias sur les présumées victimes civiles de bombardements américains. Le Pentagone décida alors de changer de stratégie et aborda la seconde guerre d'Irak convaincu de la nécessité de mettre les médias de leur côté, dans une opération contestée par une grande partie de opinion mondiale et une frange non négligeable des citoyens américains.

Pour la première fois depuis la guerre du Vietnam, plusieurs centaines de journalistes ont été incorporés – on parle également de journalistes insérés ou embarqués (*embedded*) dans les forces américaines –, les militaires parlant pour leur part d'« incrustation ». Environ 500 journalistes et techniciens, en majorité anglo-saxons, ont été accrédités auprès des troupes de la « coalition » présentes au Qatar, y compris les journalistes de la chaîne Al-Jazira. Ces médias incorporés aux militaires ont pu emmener avec eux leur matériel de transmission mais n'ont pas pu disposer de leurs propres véhicules. Le colonel Rick Thomas, responsable du *Public Affaire Office*, avait déclaré que « *si certains journalistes décidaient de quitter unilatéralement leur unité, le Pentagone s'en souviendra* ».

Cette idée d'intégrer les journalistes aux unités est signée Victoria Clarke, responsable de la communication du Pentagone, qui avait trouvé là un moyen de satisfaire les reporters frustrés par le contrôle exercé par l'armée durant la première guerre du Golfe, tout en assurant aux forces armées une façon très efficace d'avoir la mainmise sur eux. Lors de son entretien avec le rapporteur, Victoria Clarke a justifié cette technique par deux arguments : en premier lieu, « *une démocratie ne fait pas la guerre sans le soutien du peuple* » ; en second lieu, les Etats-Unis se devaient de contre-attaquer contre la propagande de Saddam Hussein.

⁽⁴²⁾ Jean-Marie Charon, Arnaud Mercier, « *Les enjeux médiatiques des guerres* », in *Armes de communication massive – Informations de guerre en Irak : 1991-2003*, CNRS éditions, 2004.



Les journalistes embarqués ou insérés, ces journalistes ayant couvert la guerre depuis les rangs mêmes des unités américaines, sont, à l'évidence, la grande innovation de la guerre en Irak, par le côté spectaculaire des images produites et le caractère instantané de leur diffusion. Il convient cependant de préciser que cette insertion n'a pu se faire que sous certaines conditions. Ainsi, pour des raisons économiques, les places auraient été négociées entre le Pentagone et les grands médias américains longtemps avant le début des hostilités. Il semble par ailleurs que nombre de journalistes en première ligne aient été aussi officiers ou sous-officiers de réserve, autrement dit des journalistes habitués à travailler avec la troupe.

Le chef d'état-major américain, Richard Myers, avait expliqué, le 19 février 2003, qu'« *il y aurait des règles pour empêcher (les journalistes incorporés) de révéler des questions opérationnelles sensibles* ». De fait, le Pentagone avait édicté une cinquantaine de « lois » à ne transgresser sous aucun prétexte. Il n'était ainsi pas question de donner les noms des morts et des blessés dans les reportages ni celui des éventuels prisonniers, ni de parler des opérations à venir. Les journalistes insérés, nommément désignés, devaient signer cette charte en cinquante points. Précisons, s'agissant de ces règles, que l'obligation qui avait été faite aux embarqués de porter l'uniforme suscita un sentiment de gêne non dissimulé, chez les journalistes français du moins. L'un d'eux évoqua une situation où il dut refuser de tenir en main l'arme d'un militaire alors que ce dernier devait s'occuper d'un prisonnier.

En retour, les journalistes insérés bénéficiaient de réels avantages par rapport aux indépendants (protection, logistique, informations *in situ*...). En pratique, les privilèges dévolus aux insérés se seraient toutefois émoussés au cours du conflit. Il semble en outre que le travail des journalistes ait été plus aisé avec les troupes de mêlée, fort occupées, qu'avec celles de l'arrière, bien plus tatillonnes.

Le Pentagone comptait sur les médias pour révéler les mensonges irakiens en matière de désarmement et témoigner des atrocités commises par le régime. Tout a été cependant fait pour dissuader les journalistes de se trouver « du mauvais côté », en leur laissant entendre qu'ils risquaient leur vie. Cette incorporation a permis de minimiser le risque de voir des reporters éparpillés sur le terrain en train d'inspecter des ruines ou de compter les civils irakiens tués ou blessés, le Pentagone voulant des reportages positifs sur l'efficacité et la détermination de ses militaires et pouvoir contrer la propagande de Bagdad.

Ainsi, dans les quinze premiers jours du conflit, la couverture des opérations n'a pas été libre. Elle n'a été confiée qu'aux journalistes « intégrés » aux armées, dotés de caméras de type « vidéophone » qui transmettent des images numériques. Ce sont eux qui ont filmé l'avancée des troupes américaines. Cependant, la plupart du temps, les reporters qui accompagnaient les unités se trouvaient loin de l'action et diffusaient souvent des reportages dans des camps militaires ou montraient des véhicules qui avançaient sans résistance. Le *New York Times* écrivait ainsi, le 24 mars 2003, que les envoyés spéciaux « *ne voyaient pas grand-chose de la bataille réelle* ».

Malgré tout, cette incorporation des journalistes n'a pas toujours eu les effets escomptés. A plusieurs reprises, des informations, données lors des conférences de presse du Pentagone ou du commandement américain des opérations (Centcom), avaient été démenties par les



témoignages des reporters embarqués. Ces derniers avaient par ailleurs directement alimenté la polémique sur la faiblesse des effectifs déployés sur le terrain.

Avec le recul du temps, quel bilan tirer de cette première expérience d'embarquement des journalistes ? La proximité entre journalistes et militaires est perçue de manière assez diverse par la profession. L'une des personnes rencontrées par le rapporteur a évoqué le risque d'un « *pacte avec le diable* ». D'autres ont souligné qu'être un correspondant de guerre intégré ne signifiait pas perdre toutes ses marges d'action, tout en mettant en garde contre l'embarquement de jeunes journalistes inexpérimentés. D'autres encore n'ont pas hésité à affirmer que les meilleurs reportages sur l'Irak étaient venus des journalistes embarqués. Sans nier la possibilité d'une sympathie, voire d'une amitié réciproque entre insérés et militaires, le risque d'un « *syndrome de Stockholm* » est récusé, semble-t-il, par les journalistes français. Un certain nombre d'entre eux ont toutefois accusé la majorité des journalistes américains insérés (singulièrement ceux de *Fox News*) d'avoir agi en soutien indirect des troupes américaines, voire d'avoir été tentés de participer activement au conflit.

Pour Peter Barron, de *Newsnight*, « *aussi longtemps que vous êtes clair avec le public, en expliquant dans quelles conditions vous faites votre métier* », le principe est acceptable. On ajoutera qu'au contraire de l'armée américaine, plus encline à la propagande, l'armée britannique a été plus respectueuse de l'indépendance des journalistes, se contenant généralement de son rôle de protection de leur intégrité physique.

Même pour les journalistes du *Times* de Rupert Murdoch, rencontrés à Londres par le rapporteur, l'embarquement des journalistes « *ne peut pas être le meilleur moyen* » d'exercer son métier. Le seul journaliste du *Times* embarqué avec les troupes américaines a « *détesté* » l'expérience, dont le *Times* estime qu'elle doit rester limitée à une semaine maximum, comme « *moyen de saisir l'ambiance* ».

Reflète de cette vision mitigée, la plupart des grands médias avaient d'ailleurs recouru à une solution mixte : l'agence Reuters, par exemple, avait, lors de la guerre, 150 journalistes présents dans la région, dont 70 en Irak ; en leur sein, les journalistes « embarqués » dans les troupes anglaises et américaines étaient au nombre de 33. Le directeur de l'agence à Paris a d'ailleurs expliqué que des mesures de prudence particulières avaient été prises concernant les informations émanant des armées : faute de vérification, l'agence n'a pas publié de dépêches sur les rumeurs faisant état de rébellions contre Saddam Hussein à l'approche des troupes alliées, de même qu'elle s'est abstenue de prendre pour argent comptant les statistiques sur le nombre de victimes.

Quel que soit le jugement que l'on peut porter sur le principe de l'embarquement des journalistes, chacun reconnaîtra que le concept témoigne d'une compréhension profonde de l'évolution du paysage médiatique par les autorités américaines : elles ont compris que, dans un monde dominé par l'image, les médias avaient, pour faire de l'audience, donc des profits, un besoin crucial d'images. D'un certain point de vue, le concept des journalistes embarqués est une idée de génie : on réinvente le correspondant de guerre, en le plaçant de fait sous le contrôle étroit de l'armée, tout en soutenant officiellement que les seules restrictions apportées à sa liberté d'action le sont pour sa sécurité. En apparence, la transparence est totale ; en réalité, l'image et la parole journalistiques sont potentiellement placées sous le contrôle total des autorités militaires et politiques.



La gestion médiatique du conflit : une guerre sous contrôle

Malgré ce dispositif, l'administration s'est trouvée soumise à de vives critiques des médias après un début de campagne plus laborieux qu'annoncé. Elle a pâti en cela du ton trop optimiste employé par les officiels dans la période de préparation diplomatique, où il était important d'apaiser les craintes de l'opinion publique sur le coût en vies humaines de la guerre. En dépit de succès militaires importants sur le terrain, les plans du Pentagone ont été contestés, notamment par des cercles militaires proches de l'US Army, déçus de voir le secrétaire à la Défense renoncer à la doctrine Powell d'engagement massif.

Les Etats-Unis ont agi dans plusieurs directions pour reprendre en main l'image de la guerre qui leur avait échappé à la suite d'erreurs de gestion médiatiques :

– Aux discours sur la défaite rapide promise au régime irakien ont succédé des proclamations sur l'inexorabilité de la victoire des Etats-Unis. En parallèle, le président Bush et les officiels américains ont tenté d'imposer l'idée selon laquelle ils auraient toujours annoncé une guerre difficile, peut-être longue. Au fur et à mesure des évolutions favorables sur le terrain, les Américains et les Britanniques ont maintenu ce cap, en annonçant systématiquement que de difficiles combats restaient à livrer tout en égrenant des communiqués de victoire.

– Les médias ont été vivement critiqués par les autorités américaines, à commencer par le président Bush, pour leur traitement pessimiste du déroulement de la guerre – comme ils le sont encore aujourd'hui. En parallèle, des actions ont été entreprises pour redresser l'impression chaotique du déroulement des opérations. Les communiqués de victoire ou les commentaires d'officiers sur le terrain semblent avoir été mieux encadrés et la vision stratégique du Centcom semble avoir pris le pas graduellement. Cela a bien entendu été favorisé par la plus grande adéquation entre l'image officielle et l'image réelle du conflit.

– La suppression des moyens d'expression du régime irakien a permis à Londres et Washington de faire planer le doute sur la survie du dirigeant honni. En envisageant, sans être démentie, la mort de Saddam Hussein lors des frappes ciblées, la coalition est parvenue à effacer l'image menaçante d'un Raïs toujours aux commandes de son appareil répressif. Le président irakien n'avait plus guère de moyen de montrer qu'il était toujours présent. Cela a favorisé les manifestations populaires de soutien aux « libérateurs » anglo-américains, et participé à la vague de désacralisation des symboles du régime (prise de l'aéroport Saddam Hussein immédiatement renommé, invasion des palais présidentiels, destruction des statues et des portraits...).

Les journalistes, à mesure que la guerre se développait, ont critiqué la politique de communication des forces armées de la coalition : manque de précisions, absence de données chiffrées sur les victimes civiles et militaires, déclarations trop optimistes sur les prises stratégiques, voire mensonges. Or le général Tommy Franks, dès son premier briefing, avait déclaré que seule la vérité serait rapportée. Ainsi, le Centcom avait annoncé la



prise de contrôle du port d'Oum Qasr, de la péninsule de Fao et des installations pétrolières de Ramaliya, alors même que cette annonce anticipait la réalité du terrain ; les journalistes n'avaient alors aucune réponse aux questions gênantes sur la situation réelle sur le terrain. De même, les journalistes semblent avoir été excédés par les démonstrations vidéo du commandement américain concernant les frappes « chirurgicales » des missiles. Or le 26 mars, alors que ces vidéos étaient projetées, un missile américain faisait quatorze morts sur un marché de Bagdad.

Le Pentagone, lors des conférences de presse quotidiennes à Doha, avait organisé les réunions de telle façon que les journalistes n'aient pas accès de la même manière à l'information, reprenant une technique utilisée par la Maison Blanche depuis le début de la présidence de George W. Bush, comme l'a expliqué au rapporteur Mme Helen Thomas. Ainsi, au pied de l'estrade, avaient été placés les « poids lourds » de la télévision américaine (Fox News, CNN, ABC, CBS) et des médias de la coalition (BBC, Reuters) ou des pays arabes amis (Al-Jazira). Au second rang, figurait la presse écrite anglo-saxonne telle *Times* ou *New York Times*. Enfin, reléguée au dernier rang, était installée l'AFP. Cette disposition n'était pas innocente dans la mesure où les questions sont posées par les journalistes placés au premier rang, mettant les autorités militaires à l'abri des questions gênantes.

Néanmoins, contrairement à la guerre du Golfe, lors de laquelle CNN fournissait la quasi-totalité de l'information, la présence sur le terrain de chaînes arabes, plus proches des populations arabes que de la coalition, a limité certainement les capacités américaines à désinformer ou à ne pas informer de manière impartiale. Al-Jazira, la seule chaîne de télévision étrangère autorisée par le régime de Bagdad à filmer librement sur le territoire iraquien, avait plus de 50 correspondants sur place pour couvrir la guerre en Irak. De même, la diffusion par la chaîne qatarie d'images de prisonniers américains, reprises par CBS provoqua la colère de Donald Rumsfeld. Quarante-huit heures après la montée au créneau du secrétaire à la Défense, les analystes financiers d'Al-Jazira aux Etats-Unis, Amar al Sankari et Ramzi Chibr, se sont vus retirer leurs accréditations de presse auprès de la bourse de New York. Pour se justifier, les autorités boursières expliquèrent, par lettre, qu'elles entendaient « *concentrer leurs efforts sur les télévisions qui se montrent responsables dans leur pratique journalistique* ».

Dans le même temps, le 8 avril 2003, le siège d'Al-Jazira à Bagdad, situé dans l'hôtel Palestine, était bombardé par les Américains. Le commandement américain justifia ce bombardement par des tirs à la roquette en provenance du toit de l'hôtel. Un responsable militaire américain a même affirmé : « *nous ne connaissons pas d'autres journalistes que ceux incorporés avec les forces coalisées* ». Or le caméraman de la chaîne France 3 cité par l'AFP déclara qu'aucun tir en provenance de l'hôtel ou des environs n'avait été entendu et que la tourelle du char avait mis deux minutes avant de tirer. Ce « ciblage » des médias était, pour beaucoup, loin d'être accidentel. Selon un porte-parole du ministère espagnol de la Défense, l'hôtel Palestine avait été déclaré objectif militaire dès le 6 avril.

Ce n'était pas la première fois que la chaîne était prise pour cible. La veille, une voiture d'Al-Jazira portant le logo de la chaîne, avait essuyé des tirs américains sur une autoroute à l'extérieur de Bagdad. Une semaine auparavant, le bureau de la chaîne à Bassorah avait été intentionnellement la cible de tirs d'obus. Le 29 mars, quatre membres d'Al-Jazira à Bassorah, seuls journalistes encore présents, furent pris sous des tirs en provenance de



chairs britanniques. Rappelons enfin que, déjà, en 2001, le siège de la chaîne qatarie à Kaboul avait été bombardé.

Par ailleurs, le site Internet arabe de la chaîne qatarie fut bloqué à la suite d'attaques de pirates de l'informatique, retardant le lancement de la version arabe du site. Ces attaques massives étaient consécutives à la diffusion controversée d'images de soldats américains tués dans des combats dans le sud de l'Irak, images reprises par les chaînes occidentales. Selon le *Washington Post* du 25 mars 2003, les hackers opéraient depuis le territoire américain.

A côté de la guerre : la politique de désinformation contre la France

Sur cette stratégie globale, coordonnée et réfléchie de désinformation de la Maison Blanche concernant les armes de destruction massive, s'est greffée une autre campagne de désinformation, spécifique, contre la France. D'aucuns ajoutant qu'il serait très étonnant que l'*Office of Special Plans* soit resté en dehors de la campagne anti-française.

La construction de l'ennemi « France » par le lobby pro-guerre américain

La campagne de désinformation bien orchestrée qui a visé la France, pays opposé à la guerre, a été relayée par la presse américaine autour de trois grands thèmes : l'amitié supposée forte et ancienne entre le président français et Saddam Hussein, la « *vénéralité* » des industriels français et la « *corruption généralisée de la société* ».

Cette « fièvre anti-française » a commencé dès juillet 2002 même si, depuis les attentats du 11 septembre, une certaine presse et les élites américaines véhiculaient déjà des stéréotypes sur la France. Si le secrétaire à la Défense Donald Rumsfeld a démenti, le 15 mai 2003, les accusations françaises d'une « *campagne de désinformation organisée* » contre la France, le *Washington Post* publia un article dans lequel des « *responsables* », que le journal n'identifiait pas, avaient affirmé que les instigateurs de cette campagne de désinformation étaient des civils, des « *faucons* » travaillant pour le Pentagone ou étant proches du département de la Défense.

C'est le groupe du magnat australo-américain des médias Rupert Murdoch (essentiellement par l'intermédiaire de *Fox News* et du *New York Post*) qui a sonné la charge anti-française pendant la crise irakienne, suivi par une partie de la presse américaine. En Grande-Bretagne, ce furent également les titres appartenant au magnat australo-américain (*Sun*, *News of the world*, *Times*, *Sunday Times*) qui se distinguèrent par leurs diatribes anti-françaises.



Le 14 février 2003, le *New York Post* publia en première page une photo de la salle du Conseil de sécurité, dans laquelle un photo-montage avait remplacé les visages des ambassadeurs français et allemands par des têtes de fouines, sous le titre « *Axis of weasel* » (axe des fouines). Le *Post* avait en outre envoyé l'un de ses journalistes les plus remontés contre la France dans les cimetières américains de Normandie, d'où il envoyait des reportages assurant que les autochtones n'avaient que mépris pour ces tombes et insultaient la mémoire des GI's morts pour les libérer.

Les informations, dont les sources étaient presque toujours anonymes et liées aux services de renseignement américains, accusant la France de collaborer secrètement avec le régime de Saddam Hussein étaient largement reprises et commentées. Leur véracité, pourtant systématiquement niée par l'ambassade de France à Washington, n'a jamais été mise en doute par quelque média que ce soit.

A la télévision, ce fut le célèbre présentateur de Fox News, Bill O'Reilly, qui se montra particulièrement virulent : il affirmait que tout touriste américain comptant se rendre en France en vacances ne méritait que mépris et il appelait, site Internet à l'appui, au boycottage des produits français et militait en faveur d'un gel des relations américano-françaises.

Huit exemples de désinformation contre la France

Le 15 mai 2003, l'ambassade de France aux Etats-Unis a adressé une lettre aux autorités américaines, dans laquelle elle dénonçait la campagne de désinformation menée contre la France depuis septembre 2002. Elle y dénonçait notamment huit cas de désinformation à son encontre, colportés par les médias britanniques et américains depuis septembre 2002. Cette liste a été annexée à la lettre envoyée par l'ambassadeur de France, M. Jean-David Levitte, aux autorités américaines :

– 15 septembre 2002 : le *New York Times* affirme que la France et l'Allemagne avaient fourni, en 1998, des interrupteurs de haute précision à l'Irak, utilisables comme détonateurs pour les armes nucléaires. Or cette commande avait été présentée par le gouvernement irakien comme du matériel médical : Paris avait alors bloqué la vente. La semaine suivante, le journal publiait le démenti de l'ambassade de France.

– 5 novembre 2002 : le *Washington Post* publie en première page un article affirmant que quatre pays, dont la France, disposent du virus de la variole, en contradiction avec leurs engagements internationaux. La source de l'article était un membre des services de renseignement non identifié. L'ambassade de France fit publier dès le lendemain un démenti dans ce journal.

– 7 mars 2003 : le *Washington Times* avance, à partir des dires d'« un membre des services de renseignement » que deux entreprises françaises (Eurocopter et Dassault) auraient vendu à l'Irak des pièces détachées pour avions (Mirage) et hélicoptères (Gazelle). Malgré les démentis, le 8 mars, des deux entreprises et de l'ambassade de France, puis le 10 mars du Quai d'Orsay, le *Washington Times* se réfère régulièrement à cette accusation.



– 13 mars 2003 : William Safire, dans un éditorial publié dans le *New York Times*, affirme que la France avait autorisé la livraison d'équipements sensibles à l'Irak, en l'occurrence des composants chimiques pour des missiles sol-sol à longue portée. Le Quai d'Orsay publie un démenti le 14 mars, repris par le président français dans un entretien à CNN et CBS. Le *New York Times* n'a jamais publié le démenti de l'ambassade de France ni répondu à la lettre de l'ambassadeur. Grâce à l'imprimatur du *New York Times*, ces attaques ont été relayées dans le monde entier.

– 2 avril 2003 : sur la chaîne de télévision américaine MSNBC, Joe Scarborough, représentant républicain, accuse la France d'avoir vendu à l'Irak, sans préciser de date, des avions, des missiles, des véhicules blindés, des équipements de radar et des pièces détachées pour des avions de combat irakiens et d'avoir offert de vendre des réacteurs nucléaires.

– 21 avril 2003 : *Newsweek* rapporte la découverte « possible » de missiles Roland 2 par les forces de la coalition en Irak et aurait laissé entendre que ces missiles avaient été fabriqués en 2002. Un lanceur de missile Roland 3 brûlé aurait été retrouvé. Le quai d'Orsay a réaffirmé que la France n'avait vendu aucun équipement militaire à l'Irak depuis l'été 1990. De plus, la fabrication des Roland 2 avait été arrêtée en 1993. Cette information avait été communiquée à l'auteur de l'article.

– 6 mai 2003 : le *Washington Times* attaque de nouveau la France, indiquant que, selon une source anonyme du renseignement américain, ce pays aurait aidé les dirigeants irakiens à fuir vers l'Europe en leur fournissant des passeports français. Un démenti de l'ambassade de France a été inclus dans cet article mais le journaliste a néanmoins évoqué cette affaire à trois reprises dans les jours qui ont suivi. Le gouvernement français a démenti ces allégations. Le département de la sécurité intérieure a achevé une enquête fin mai 2003 qui concluait que les rapports sur le rôle de la France dans la délivrance de passeports à d'anciens officiers irakiens ne pouvaient être confirmés.

– le 15 mai 2003, le *Washington Times*, se fondant à nouveau sur des sources de renseignement américaines non identifiées, accuse la France et la Russie d'avoir cherché à signer des contrats pétroliers avec l'Irak juste avant le début de la guerre.

Le bilan : un échec relatif de la stratégie américaine au niveau mondial ou pour en revenir à Lincoln...

Le cas irakien constitue à l'évidence un authentique cas de désinformation. Il doit toutefois être considéré comme une exception. Le monde de l'information comporte aujourd'hui trop d'acteurs pour que l'élaboration d'un plan commun concerté soit possible ; seul le contexte très particulier qui a suivi les attentats du 11 septembre 2001 explique cette exception. Un



contexte unique, marqué par la peur : peur, chez l'opposition démocrate, d'être taxée de faible et de lâche ; peur, chez les gens des médias, d'être traités d'« antipatriotes » ; peur enfin, chez tous les citoyens américains, d'être à nouveau massivement frappés par le terrorisme.

Avec cette peur omniprésente, le substrat favorable à la désinformation était en place. Dans ce climat de psychose collective, la critique individuelle a été rejetée au profit de l'opinion du plus grand nombre. Or, Tocqueville le disait déjà, observant la société américaine de son temps, « *les hommes n'ont aucune foi les uns dans les autres, mais leur similitude leur donne une confiance presque illimitée dans le jugement du public, car il ne leur paraît pas invraisemblable qu'ayant tous des lumières pareilles, la vérité ne se rencontre pas du côté du plus grand nombre* ».

Cette peur fut si puissante qu'elle permit aux manipulations de l'opinion de se poursuivre, alors même qu'il était avéré qu'il n'y avait pas d'armes de destruction massive en Irak – Paul Wolfowitz l'expliqua en ces termes au magazine américain *Vanity Fair* au mois de mai 2003, « *pour des raisons bureaucratiques, nous nous sommes entendus sur une question, les armes de destruction massive, parce que c'était la seule raison sur laquelle tout le monde pouvait tomber d'accord* ».

Ainsi, la fin – officielle – du conflit n'a pas pour autant mis fin aux tentatives de contrôle de l'information par l'armée américaine sur le terrain. Les médias américains révélaient encore, au mois de décembre 2005, la fabrication, par une société payée par le Pentagone, d'articles prétendument écrits par des journalistes arabes, alors qu'ils étaient le fruit d'un groupe de communication américain. Ces articles, rédigés sous forme de canevas, étaient ensuite envoyés à une agence de relations publiques spécialisée dans les zones de guerre, Lincoln Group⁽⁴³⁾, créé en 2003, qui se chargeait de la traduction en arabe des articles, de leur mise en forme, puis de leur placement dans les journaux.

On en revient donc à Lincoln, dont les propos n'ont jamais sonné aussi juste qu'en ces années 2000. En 2005, la dernière partie de sa réflexion – « *pas tout le monde tout le temps* » – s'est vérifiée : il semble bien en effet que l'idylle entre l'administration et les médias américains soit terminée. C'est Donald Rumsfeld, secrétaire à la défense, qui l'annonçait à sa façon le 6 décembre dernier : « *Nous vivons une période étrange dans ce pays, où le pire, à propos des Etats-Unis et de leur armée, est rapporté comme une vérité par la presse et se répand dans le monde entier* ».

A ce stade, votre rapporteur est conduit à formuler une première conclusion.

La désinformation est devenue l'un des outils d'une stratégie offensive. Mais elle ne peut avoir de chances de succès que s'il existe un substrat favorable pour la propager.

⁽⁴³⁾ Selon Le Monde, « Le Lincoln Group, proche des Républicains, a ainsi décroché un contrat de 5 millions de dollars en 2004, avant d'être l'un des heureux bénéficiaires, en juin 2005, d'un contrat pouvant aller jusqu'à 100 millions de dollars en cinq ans, dans le cadre d'opérations psychologiques telles que « l'approche média », « la distribution et la dissémination de produits » ou « l'analyse des effets médias ». « Nous ne mentons pas. Nous n'avons pas besoin de mentir, tout ce que nous faisons est basé sur des faits, pas sur des fictions », a expliqué le général Lynch. Le Lincoln Group plaide qu'il combat avec « une arme puissante : la vérité ».



Au Rwanda, le génocide des Tutsis a bien eu lieu mais la France n'y a pas concouru. Saddam Hussein n'était pas un enfant de cœur mais il n'avait plus d'armes de destruction massive et n'avait pas de lien avec Al Qaida.

C'est à partir de ces faits, véridiques, qu'une autre vérité a été construite pour atteindre des objectifs *a priori* inavouables.



Seize propositions pour une stratégie française de lutte contre la désinformation

3ème Partie



Le choix fait par votre rapporteur de présenter ces deux cas pratiques de désinformation récents que furent le rôle de la France au Rwanda et l'argumentaire des Etats-Unis pour intervenir en Irak n'est évidemment pas anodin. Dans les deux cas, notre pays a fait – et fait encore dans le premier d'entre eux – l'objet d'attaques spécifiquement dirigées contre lui, attaques multiformes et structurées dans la durée.

Si, comme nous avons tenté de le montrer, l'information est désormais une arme à part entière dans les relations internationales, alors nous devons à la fois nous doter de moyens de prévention appropriés et définir des stratégies de réponse. L'enjeu est ici celui de la cohérence : nous ne pouvons pas à la fois prétendre faire entendre notre voix sur la scène internationale et ignorer le rôle nouveau qu'y joue l'information.

Dès lors, posons la question : savons-nous aujourd'hui développer des stratégies d'influence, de façon à occuper le terrain de l'information sur la durée pour y faire entendre notre voix et y expliquer nos vues ? Cette question relative à la prévention en appelle immédiatement une autre, sur nos capacités de réaction : sommes-nous armés pour réagir à une campagne de désinformation ? Ce qui implique, notons-le, de savoir identifier une campagne de désinformation, tâche souvent difficile ainsi que nous l'avons vu dans les pages qui précèdent.

L'analyse des deux exemples qui précèdent montre assez bien que, pour ce qui est de la tactique de réponse « à chaud », notre pays est assez bien outillé. Ainsi, lorsque la campagne antifrançaise s'est déchaînée aux Etats-Unis en 2003, nous avons su, *via* notamment les services de l'ambassade de France à Washington, qui ont fait un remarquable travail sous la houlette de M. Jean-David Levitte, occuper le terrain ponctuellement, même avec peu de moyens, qui plus est improvisés.

En revanche, dès qu'il est question de mener des stratégies de moyen et long terme, nous n'avons pas les moyens de notre politique. Dans le cas du Rwanda, ce constat est flagrant : il semble que jusqu'à récemment, nous n'ayons pas pris conscience de l'ampleur des réseaux nourrissant une campagne de désinformation constante contre la France – réseaux d'autant plus difficiles à combattre qu'ils sont, pour la plupart, désormais largement autonomes de leur source initiale et fonctionnent en électrons libres, généralement inconscients d'être le fruit d'une manipulation.

A cet égard, votre rapporteur souhaite appeler à la plus grande vigilance sur deux autres dossiers, dans lesquels l'action de la France est en butte à une constante bataille de l'information.

- Il s'agit, en premier lieu, du dossier ivoirien. Nous devons prendre conscience que, face à l'offensive médiatique de la Côte d'Ivoire, la France a constamment été en retard. Nombre des interlocuteurs du rapporteur ont souligné l'excellente gestion médiatique de sa politique par l'actuel président ivoirien. Longtemps conseillé par une agence de communication (française...), il a très habilement utilisé les médias et la jeunesse pour « tester » les limites des soldats français présents au nom de l'ONU.



**UN EXEMPLE DE DESINFORMATION CONTRE LA FRANCE EN CÔTE D'IVOIRE :
LES INCIDENTS DU 6 NOVEMBRE 2004**

Le traitement médiatique des incidents du 6 novembre 2004, devant l'hôtel Ivoire d'Abidjan (rassemblement de foule lors duquel des Ivoiriens ont été tués et blessés, alors que des soldats français étaient présents), est symptomatique de la tactique de désinformation menée contre la France dans ce pays. Il l'est aussi de notre insuffisante prise de conscience des enjeux de l'information, en dépit des énormes efforts faits par les armées pour communiquer depuis la professionnalisation.

Il est absolument anormal que, faute de disposer de nos propres sources audiovisuelles – aucun film des événements n'a été tourné par l'armée française, seulement par ceux qui s'en sont servis ensuite contre la France –, le Ministre de la défense se soit retrouvé dans une position médiatique difficile, ne disposant semble-t-il, dans les premiers temps, que d'éléments incomplets sur le déroulement des faits. Ainsi, interrogée le 10 novembre 2004 par France 3 sur le fait que l'armée française aurait tiré sur la foule, le Ministre de la défense répond : « *Je m'élève totalement contre ce type d'informations dont je ne sais pourquoi l'une d'entre elles a été relayée sur une grande radio ce matin* ». Plus encore, faute de sources propres, lorsque Mme Michèle Alliot-Marie est interrogée par Radio Africa n°1 le 2 décembre 2004 et qu'il lui est demandé « *Dans un document diffusé sur les télévisions françaises, des images devant l'hôtel Ivoire montrent une foule, mais ne montrent à aucun instant des gens armés du côté de la foule, alors que l'on voit bien réellement des tirs provenir du côté des forces armées. Alors...* », votre rapporteur juge inacceptable qu'elle en soit réduite à répondre : « *Un de vos confrères de la presse écrite soulignait que sur certaines de ces images, on voyait bien une arme du côté de la foule.* »

Ceci est d'autant plus choquant que, comme le souligne le Ministre ce même 2 décembre 2004 devant le Sénat, le Gouvernement français est parfaitement conscient des manœuvres à son encontre de la part des autorités ivoiriennes : « *Il y a en effet, depuis quelques jours, une véritable opération de communication orchestrée par le président de Côte d'Ivoire. Une opération qui tend à détourner l'attention de ce qui s'est réellement passé en Côte d'Ivoire, et notamment la violation par le gouvernement ivoirien du cessez-le-feu imposé et décrété par le Conseil de sécurité des Nations Unies. Une opération qui cherche à détourner l'attention de l'attaque injustifiable et délibérée sur nos soldats à Bouaké. (...) Une opération qui vise à détourner l'attention de toutes les exactions, les pillages, les viols dont ont été victimes nos compatriotes, les Européens et, d'une façon générale, les étrangers installés à Abidjan, à la suite de campagnes haineuses d'appel à la « chasse aux Blancs », encouragées par les radios et télévisions d'Abidjan.* » A l'instar de ce qui se passe dans toutes les guerres, même le nombre de victimes a été l'objet de manipulation : le bilan de 58 morts présenté par les



Ivoiriens était fantaisiste ; dans un rapport, le ministre de la Santé ivoirien a lui-même précisé que plus de la moitié des victimes était en fait des gens morts dans des mouvements de foule ou dans des règlements de compte, notamment entre les 3 400 détenus de droit commun qui ont été libérés pendant les émeutes d'Abidjan. La réalité fut donc, comme l'avait affirmé la France, d'une vingtaine de morts côté ivoirien, au cours d'affrontements délibérément provoqués contre les forces françaises.

- En second lieu, nous devons constater que la manière dont l'action de l'armée française à Mitrovica, au Kosovo, est relatée dans la presse anglo-saxonne est presque caricaturale de la faiblesse de notre communication publique. Comme nous l'ont fait remarquer un certain nombre de nos interlocuteurs, c'est systématiquement une description négative qui en est faite, alors même que les Français interviennent dans l'une des zones les plus tendues du Kosovo.

Ces différents exemples révèlent l'étendue de la palette des situations que nous devons nous préparer à traiter. A cette fin, la France doit mettre en place une stratégie en trois volets :

- **savoir ce qui se prépare sur le front de l'information et de la désinformation sur la scène internationale (propositions n^{os} 1 à 6) ;**
- **faire savoir son action et ses prises de position (propositions n^{os} 7 à 12) ;**
- **et, enfin, contre-attaquer face aux opérations de désinformation avérées (propositions n^{os} 13 à 16).**



Savoir

Connaître pour prévoir implique de disposer à la fois d'un appareil de renseignement efficace et d'un dispositif public de haut niveau en matière d'information à l'international.

Le renseignement en France : s'adapter aux nouveaux enjeux de la désinformation

Proposition n°1 : Garantir à la France la pleine maîtrise de la chaîne du renseignement

Pendant longtemps, le renseignement militaire français dépendait, grandement, pour certains dossiers, des Etats-Unis. La chute de l'URSS a fait apparaître le besoin pour la France de disposer d'une capacité autonome, lui permettant d'établir sa propre analyse géostratégique. En effet, lors de la première guerre du Golfe, faute de moyens d'observation adéquats, la France n'a rien vu venir. Les Etats-Unis ont fait de la désinformation passive en ne disant rien à leurs alliés des mouvements de troupes de Saddam Hussein. Même lorsque les hostilités ont débuté, la France ne disposait d'aucun moyen de vérifier les informations américaines sur le niveau des forces irakiennes. Pendant la guerre, des réunions quotidiennes se tenaient sur la base de documents américains, sans qu'il soit possible d'en vérifier la véracité.

C'est ainsi qu'est né le programme de satellite d'observation Hélios, qui a permis à la France de se dégager du renseignement d'origine exclusivement américaine. Ainsi, au cours de la décennie 1990, lorsque les Etats-Unis revinrent à la charge sur la base d'informations qui montraient, disaient-ils, une concentration des forces irakiennes à la frontière du Koweït, la France fut alors en mesure de répondre qu'elle n'avait pas les mêmes informations. De même, en 2003, « *Hélios I nous a confirmé qu'il n'y avait pas de changements significatifs au niveau de l'activité de certains centres. En ce sens, il a en partie influencé la décision française* »⁽⁴⁴⁾, confiait le colonel Yves Blin, adjoint espace à l'état-major des armées au début de l'année 2005.

La logique de la lutte contre la désinformation passe à l'évidence par la détention de moyens d'informations propres. Cette approche est consacrée par la loi de programmation militaire 2003-2008, qui programme les moyens du renforcement de notre capacité autonome

⁽⁴⁴⁾ Armées d'aujourd'hui, n° 296, décembre 2004 – janvier 2005.



d'appréciation de situation, au niveau stratégique, au profit des autorités politiques et militaires nationales.

Outil majeur de notre autonomie stratégique, le satellite Hélios II-A a été lancé le 18 décembre 2004 et déclaré opérationnel en avril 2005. Le second satellite devrait être disponible au sol à partir de mars 2006, pour un lancement prévu en décembre 2008. Avec ce nouveau satellite, notre pays est doté du seul système militaire de renseignement optique satellitaire en opération en Europe, les autres satellites d'observation européens en service étant civils et ayant des performances moindres. Il constitue pour les pays participant au programme un outil stratégique unique, permettant d'obtenir des images de grande qualité de tout point du globe.

Mené en coopération avec la Belgique et l'Espagne depuis 2001, et avec l'Italie depuis juin 2005, ce programme témoigne du caractère extrêmement laborieux des coopérations européennes en la matière. La répartition de l'effort financier entre les quatre pays associés au sein du programme Hélios II en fait un programme de coopération largement fictif : les taux de participation des quatre pays s'établissent en effet à 92,5 % pour la France, 2,5 % pour la Belgique, 2,5 % pour l'Espagne et 2,5 % pour l'Italie.

Le même constat vaut s'agissant du programme de satellites radar SAR Lupe. Si l'Allemagne lancera cinq satellites de 2005 à 2007, il faut bien constater que la complémentarité entre les systèmes français et allemand (optique et radar) a bien tardé du fait du manque d'enthousiasme allemand à mener à bien ce projet.

Il faut que nous prenions conscience de ce que nous avons à faire à des partenaires européens qui, fondamentalement, se contentent parfaitement du renseignement de source OTAN, c'est-à-dire américain. Si la participation des Européens reste très difficile, c'est en effet parce que la logique OTAN reste dominante. Rappelons par exemple que le système de commandement et de conduite des opérations aériennes de l'OTAN est un système exclusivement américain, dont le renseignement fourni est exclusivement aux mains des Etats-Unis.

Nous devons l'affirmer avec force : ce raisonnement, majoritaire en Europe, n'est pas celui de la France, qui n'a pas le droit de faire l'impasse sur les moyens de renseignement lui assurant la maîtrise de l'information.

Par conséquent, face aux nombreuses lacunes qui restent identifiées dans des domaines stratégiques (capacités de surveillance électromagnétique et d'écoute, capacités de surveillance de l'espace et d'acquisition des objectifs mobiles), **nous ne devons pas nous en remettre les yeux fermés à des coopérations européennes « sur le papier », qui relèvent bien souvent, non de la fusion des compétences, mais de la fusion des incompétences.** Sans doute l'ampleur des moyens nécessaires nécessite des efforts importants mais certaines capacités devront être acquises : il nous faudra soit consentir les sacrifices financiers nécessaires soit coopérer avec des partenaires partageant notre logique d'autonomie, indépendamment de toute autre logique, notamment de supposée intégration européenne.



Proposition n°2 : Construire des passerelles entre le renseignement français et le circuit de décision gouvernemental en créant une agence nationale du renseignement

Dans la société de l'information qui est aujourd'hui la nôtre, l'intérêt national et la pérennité de notre modèle démocratique requièrent, tout autant que l'existence de services efficaces, la prégnance, ne serait-ce que parmi les décideurs politiques, d'une culture du renseignement. Cette démarche d'esprit globale et systématique incluant le renseignement dans la prise de décision politique n'existe pas aujourd'hui. Les services de renseignement restent, dans notre pays, irrémédiablement associés à la figure caricaturale du « barbouze », à l'inverse du « métier de seigneurs » que le renseignement évoque au Royaume-Uni.

Pour développer cette culture du renseignement, il faut développer la coordination du renseignement français, au plus haut niveau de la hiérarchie gouvernementale. Certes, d'ores et déjà, en vertu du décret n°78-78 du 25 janvier 1978 fixant les attributions du Secrétaire général de la défense nationale, ce dernier assure le secrétariat du comité interministériel du renseignement. En exécution des plans, orientations et décisions arrêtés en conseil de défense ou en comité interministériel du renseignement, il notifie les objectifs en matière de renseignement, anime la recherche du renseignement dans les domaines intéressant la défense et en assure l'exploitation au profit du gouvernement et des organismes concernés.

Nécessaire, la coordination du renseignement telle que nous la concevons relève d'une conception trop administrative et n'est cependant pas à la hauteur de l'enjeu fondamental qu'est la revalorisation du travail des services de renseignement. Or la réponse à cet enjeu ne peut être que politique au sens où nous devons instaurer un continuum entre des services qui doivent rester des administrations soumises au devoir de neutralité et des politiques qui doivent apprendre à intégrer l'information dans la prise de décision.

A cet égard, le système britannique mérite de retenir l'attention, notamment le rôle de l'instance de coordination qu'est le comité conjoint pour le renseignement (*Joint Intelligence Committee* ou *JIC*). La problématique de la coordination existe également au Royaume-Uni, où il existe quatre principaux services de renseignement en Grande-Bretagne :

- le service militaire de renseignement (DIS ou *Defense Intelligence Staff*) responsable du renseignement militaire au ministère de la Défense ;
- le service secret de renseignement (SIS ou *Secret Intelligence Service*) ou MI 6, responsable devant le Ministre des Affaires étrangères, qui a pour mission de fournir des informations se rapportant aux actions ou aux intentions de personnes résidant hors des îles britanniques ;
- le service de sécurité (*the Security Service*) ou MI 5, placé sous la tutelle du Ministre de l'Intérieur agit en matière de sécurité intérieure ;
- le siège des communications du gouvernement (GCHQ ou *Government's Communication Headquarters*), responsable devant le Ministre des Affaires étrangères, qui a pour mission



d'intercepter ou de fournir des informations transmises par des ondes acoustiques, électromagnétiques.

Créé en 1936, rattaché au cabinet du Premier Ministre en 1957, le JIC, s'il a un rôle similaire à celui que joue en France le SGDN, a également deux fonctions fondamentales : préparer des notes pour les Ministres et les principaux hauts fonctionnaires du Gouvernement britannique, à partir des informations collectées par les services et évaluer l'action de ces derniers. S'il n'a pas échappé à la tourmente suscitée par les manipulations de l'information concernant les armes de destruction massive en Irak, le JIC représente à l'évidence un instrument utile.

L'intérêt d'une coordination du travail des services de renseignement au sein d'un organisme qui les chapeauterait dépasse le seul argument de la cohésion administrative. L'exemple américain l'a montré *a contrario*, il évite surtout l'apparition de phénomènes de rivalité agressive entre les agences, qui pourraient les conduire à développer des stratégies cachées ou informelles. Le rapport Butler sur le renseignement britannique concernant l'Irak a, avec raison, mis l'accent sur cette importance du formalisme dans un domaine aussi délicat que le traitement du renseignement. Là encore, le cas américain est instructif, l'*Office of Special Plans* ayant souligné combien est tenue la frontière entre le renseignement et la propagande dès lors que l'activité de renseignement n'est plus l'exclusivité de structures formelles apolitiques et étroitement contrôlées. C'est toute la communauté du renseignement américain qui a été touchée par le discrédit avec l'affaire des armes de destruction massive.

Pour ces différentes raisons, **votre rapporteur propose la création d'une agence nationale du renseignement, rattachée au Président de la République**, sur le modèle du JIC britannique. Cette agence, dirigée et animée par des fonctionnaires, aurait notamment pour fonction de préparer des synthèses de renseignement pour les membres du gouvernement et les hauts fonctionnaires sur les dossiers de politique étrangère ainsi que sur les secteurs économiques stratégiques pour nos exportations.

Proposition n°3 : Dédratiser le rôle des services de renseignement en institutionnalisant un suivi parlementaire des services de renseignement

Dans le contexte de développement des nouvelles technologies et du nouveau statut de l'information que nous avons analysés, l'action des services de renseignement trouve de nouveaux champs d'intervention. Or le secret et le refus inconscient de prendre en compte le nécessaire travail du renseignement qui entourent ce volet de l'activité du pouvoir exécutif contribue à expliquer la très faible conscience collective de l'apport des services de renseignement à notre sécurité, de même qu'il n'aide pas à sensibiliser l'opinion publique aux nouveaux enjeux de l'information.

Il n'est nullement question de remettre en cause le rôle de cette nécessaire protection qu'est le secret : le renseignement demeure un domaine tout à fait spécifique de l'action publique. Cependant, l'hiatus entre la perception du renseignement et sa réalité n'est pas satisfaisant. Il est temps d'y mettre fin.



Afin de dédramatiser le rôle des services de renseignement, votre rapporteur propose de mettre en place un suivi parlementaire des services de renseignement. Le sujet n'est pas nouveau. Sous la législature précédente déjà, une proposition de loi co-signée par tous les membres du bureau de la commission de la défense nationale et des forces armées, à une exception, (45) n'avait pas abouti, le gouvernement s'étant contenté de nommer un parlementaire chargé d'établir un rapport au nom de la commission de vérification des comptes spéciaux, manière très indirecte et très insuffisante de répondre à cette question essentielle. Votre rapporteur se réjouit de constater qu'un projet de loi a été adopté, le 8 mars 2006, par le Conseil des ministres, portant création d'une délégation parlementaire pour le renseignement.

Tous les acteurs, tant du côté des services que du côté des politiques, ont pourtant à gagner au développement d'une véritable culture du renseignement, que l'instauration d'un contrôle parlementaire du renseignement favoriserait. Pourquoi le développement d'une telle culture est-il aujourd'hui revêtu du sceau de l'urgence ? L'explosion des flux et des supports d'informations, si elle rend leur collecte plus aisée et fragilise la frontière entre renseignement ouvert et renseignement fermé, en complique néanmoins considérablement l'exploitation et le traitement. L'évolution du contexte international modifie, en effet, le rôle de l'information : d'outil et de base de référence pour l'action, elle devient elle-même un enjeu de puissance. Pour reprendre les mots de l'Amiral Pierre Lacoste, « *l'enjeu d'aujourd'hui est celui de l'adaptation de la France aux exigences de la civilisation de l'information et, en particulier, de notre aptitude à relever les défis de l'« info-war » qui est la forme la plus moderne des affrontements entre les puissances, à l'aube du XXI^{ème} siècle* »⁽⁴⁶⁾.

Le développement d'une culture du renseignement apparaît particulièrement importante dans ce contexte, dans la mesure où le renseignement devient à la fois l'affaire de spécialistes de haut niveau et la préoccupation de tous.

L'instauration d'un suivi parlementaire des services favoriserait l'acquisition de cette culture du renseignement parmi les responsables politiques. On rappellera que l'existence de structures parlementaires spécifiques de contrôle du renseignement est aujourd'hui la règle dans toutes les démocraties.

L'instance que nous proposons d'établir dans ce but devrait fonctionner de manière à faire respecter l'équilibre entre deux exigences :

– D'une part, il s'agit de mettre en place un suivi efficace, susceptible de créer un lien de confiance entre les services de renseignement et le politique, dont le défaut s'est, en dernière analyse, avéré préjudiciable à ces services eux-mêmes, dans la mesure où seules leurs erreurs ont pu être portées à la connaissance de tous alors que leur contribution à la sécurité du pays restait ignorée du public.

– D'autre part, il est nécessaire de prévoir des dispositifs de protection, non seulement des informations vitales pour la sûreté de l'Etat, mais aussi des hommes qui le servent dans des conditions difficiles, voire dangereuses.

⁽⁴⁵⁾ Rapport n 1951 de M. Arthur Paecht au nom de la Commission de la défense nationale, 2 décembre 1999.

⁽⁴⁶⁾ Cité par Arthur Paecht, *rap. cit.*
Association de l'École de Guerre Économique©



Ce suivi pourrait être établi au sein d'un comité restreint constitué des présidents des commissions des affaires étrangères et de la défense et d'anciens ministres choisis parmi les groupes.

2. Garantir la qualité du dispositif français d'information en matière internationale

Savoir ce qui se passe sur le front de l'information et de la désinformation sur la scène internationale implique également de disposer d'une information internationale de qualité. Même si le public français n'est pas le public américain, les témoignages présentés au rapporteur concernant l'impréparation de l'opinion publique américaine aux réalités complexes de la vie internationale après 2001 sont très révélateurs des risques contenus dans la mauvaise qualité de l'information mise à disposition de l'opinion publique en matière internationale.

Trois mesures s'imposent à cette fin, touchant aux moyens de l'agence France presse (AFP), à la formation des journalistes et à leur capacité à exercer leur métier dans de bonnes conditions en temps de guerre.

Proposition n°4 : Maintenir et développer le réseau international de l'Agence France presse (AFP)

Comme on l'a souligné précédemment, les agences de presse jouent un rôle essentiel dans la diffusion de l'information, notamment dans la diffusion de la tonalité d'ambiance, du fait de leur capacité à « donner le ton ».

Par conséquent, votre rapporteur ne saurait oublier de rappeler combien est important, voire stratégique, le réseau international de l'AFP. Quel qu'en soit le coût, il est impératif de maintenir et développer ce réseau de très grande qualité, notamment par l'envoi de correspondants français.

Proposition n°5 : Former les journalistes aux risques et techniques de désinformation

La formation des journalistes est un axe essentiel de lutte contre la désinformation : « *Un journaliste qui connaît ses dossiers ne se fait pas piéger* » a confié Mireille Le Maresquier au rapporteur.

Les journalistes sont évidemment d'ores et déjà sensibilisés aux risques de désinformation, de même que le traitement de l'information internationale fait l'objet de modules spécifiques dans les écoles de journalisme.

Au vu des évolutions technologiques très rapides que nous avons décrites, un approfondissement de ces formations, initiale ou continue, s'impose. Plus encore, votre rapporteur estime qu'elles gagneraient à être dispensées, pour partie, en collaboration avec



les services de renseignement. A l'instar du séminaire de sensibilisation des hauts fonctionnaires aux menaces d'investigations extérieures animées par des représentants des différents services, les journalistes pourraient se voir dispenser des cours de sensibilisation aux techniques de désinformation par ces mêmes experts, en complément de leur formation proprement journalistique sur ces questions.

Proposition n°6 : Etablir des règles d'insertion des journalistes dans les unités militaires, négociées par les acteurs

Globalement, il ressort de l'avis des journalistes français recueillis au cours de séminaires organisés par le ministère de la défense que l'expérience de l'embarquement des unités pendant la guerre en Irak fut jugée plutôt positive, notamment parce qu'elle offrit la possibilité de disposer d'une plus grande diversité de regards sur l'événement. Cependant, le traitement infligé aux médias français au centre de communication américain à Doha est fustigé : les journalistes français ont en effet été systématiquement et ostensiblement relégués au dernier rang, sans possibilité de poser des questions aux communicants américains.

Des témoignages de journalistes français embarqués, que votre rapporteur a recueillis *via* M. Jean-François Bureau, responsable de la communication des armées, qui avait organisé un séminaire avec les journalistes français sur le sujet, il ressort également qu'en période de conflit, le risque vient moins de l'absence d'objectivité des journalistes de terrain, que de la très forte demande des rédactions. Ainsi, les journalistes de terrain reconnaissent que les rédactions se sont montrées souvent pressantes, sinon impatientes à leur égard. Ils estiment que cette boulimie d'informations, contrastant avec la retenue des journalistes sur le terrain, a pu être à l'origine de la diffusion précipitée de rumeurs, voire de dérapages.

Ajoutons que l'insertion de personnels non militaires ne s'est pas limitée aux journalistes, les Américains ayant inséré un membre de Reporters sans frontières. Cela a été ressenti comme une excellente initiative qui a crédibilisé le travail des insérés, démontrant la liberté avec la quelle la profession pouvait exercer son métier.

A l'évidence, le précédent des journalistes insérés dans les unités ne pourra pas être écarté du revers de la main dans les années à venir : il semble difficile désormais de ne pas les pérenniser. Dès lors, la question est de savoir comment garantir la qualité de l'information dans ces conditions très particulières d'exercice du métier de journaliste.

Cette première expérience a déjà permis aux journalistes de définir un certain nombre de règles qui devraient s'imposer pour préserver l'équilibre entre sources indépendantes et sources embarquées :

- ne pas passer de contrats particuliers avec certains médias pour la diffusion d'informations ;
- ne pas réserver la majorité ou les meilleures places aux compatriotes ;
- ne pas distinguer entre les journalistes, en mettant par exemple les officiers ou sous-officiers de réserve en première ligne.



Certains journalistes émettent le souhait qu'avec le concours des militaires français, s'établisse une **charte du reportage de guerre fixant les modalités du recueil et de l'acheminement de l'information**. Pour quelques-uns, la présence d'un membre de Reporters sans frontières est même jugée nécessaire pour attester du libre exercice du métier.

Pour l'heure cependant, dans la perspective d'un conflit engageant l'armée française, l'État-major des armées s'est prononcé contre le principe des journalistes embarqués.

Aux yeux de votre rapporteur, cette position, surtout dans l'hypothèse où la France intervient dans le cadre d'une coalition, semble difficilement tenable, car il ne fait pas de doute que ce nouveau mode de couverture d'un conflit se pérennisera dans l'avenir.

Votre rapporteur estime donc nécessaire que militaires et journalistes réfléchissent dès à présent aux exigences particulières de la mise en place de journalistes insérés, en tenant compte des impératifs liés à la sécurité des militaires et au succès de leur mission. Les cinquante règles édictées par les Américains apparaissent être globalement une base de référence satisfaisante, si ce n'est qu'il conviendrait sans doute d'y ajouter une limite de durée de l'insertion. Ce qui est certain, c'est que, quelles que soient les modalités retenues pour préparer l'intégration de journalistes et ONG insérés, le ministère de la Défense détient là l'occasion d'identifier et de positionner auprès des médias, des relais, sinon qui lui soient favorables, du moins qui le connaissent.



Faire savoir

La principale stratégie de prévention de la désinformation réside dans la définition d'une politique articulée d'influence internationale. Votre rapporteur propose que celle-ci s'ordonne autour de deux axes :

- un dispositif médiatique adapté à nos ambitions pour éveiller le monde à la France ;
- une organisation politico-administrative adaptée aux nouveaux enjeux de l'information.

Éveiller le monde à la France

Proposition n°7 : Garantir et diversifier la présence de médias français dans toutes les régions du monde

Globalement aujourd'hui, la presse internationale qui donne le ton appartient au moule culturel anglo-saxon, par nature différent, voire critique, du mode de pensée français. Or le poids de ce référentiel commun est énorme. Il s'articule autour de trois à quatre organes de presse qui déterminent le « prêt-à-penser » global : le *New York Times*, lu à l'ONU ; le *Washington Post*, par le microcosme washingtonien ; *The Economist* et *The Financial Times*, par les élites politiques, financières et économiques dans le monde entier. D'un point de vue idéologique, il est constitué autour d'un triptyque « libéral-multilatéral-internationaliste ».

Sans doute ce système médiatique commence-t-il à se fissurer, alors qu'apparaissent depuis une petite dizaine d'années, des médias très durs, idéologiquement très marqués. Ce phénomène n'est d'ailleurs pas à notre avantage : si le système « traditionnel » n'était généralement pas favorables aux positions et thèses françaises, celui qui émerge forme un pôle activement hostile à notre politique internationale. Le groupe de presse détenu par Rupert Murdoch (*Washington Post*, *The Times*, *Fox News*, *the Weekly Standard*) représente l'archétype de ce nouveau journalisme aux forts relents populistes et ouvertement engagé, voire manipulateur.

Pour faire entendre sa voix propre à l'international, force est de reconnaître que la France ne dispose pas aujourd'hui d'un dispositif d'influence médiatique à la hauteur de ses ambitions, apte à relayer l'action de notre très dense réseau diplomatique. Quand un pays comme le Qatar – 800 000 habitants dont 125 000 nationaux – est capable de financer une chaîne d'information, dont nul ne s'avise de contester le grand professionnalisme, la France ne serait pas capable d'avoir une chaîne d'information internationale émettant en continu, dans plusieurs langues ?



Les outils techniques dont nous devons nous doter, sous l'impulsion de l'Etat, pour être à même de jouer un rôle dans la guerre de l'information, sont de deux ordres :

- la mise en place systématique d'émetteurs sur satellite, pour s'affranchir de la contrainte technique que représentent des relais terrestres à la merci des autorités locales – le président Gbagbo s'empressa de couper les relais terrestres de RFI lorsqu'éclatèrent les troubles en Côte d'Ivoire ;
- une chaîne d'information internationale diffusant au moins en français, anglais et arabe, avec des sous-titres dans la langue du pays visé.

Sur ce dernier point, on rappellera que la constitution d'une chaîne française internationale d'information en continu est en cours, ce dont votre rapporteur ne peut que se réjouir. Sans revenir sur les débats multiples qui ont entouré la création de cette chaîne, il faut souhaiter qu'elle vienne s'inscrire en complément, et non en concurrence, de TV5, dont l'audience ne cesse de s'accroître. Comme le rappelait M. François Rochebloine, rapporteur pour avis des crédits destinés au rayonnement culturel de la France, lors du débat sur le projet de loi de finances pour 2006, reçue par quelque 160 millions de foyers dans le monde, la chaîne francophone est créditée d'une audience cumulée hebdomadaire de 73 millions de téléspectateurs. TV5 pourrait cependant améliorer son impact en diffusant un bulletin d'informations toutes les trente minutes.

A ce jour, la visibilité de l'audiovisuel extérieur français reste à construire, au contraire de CNN ou de BBC News, alors même que, comme le relevait M. Nicolas Sarkozy, le 24 janvier dernier, le budget total de l'audiovisuel extérieur français (500 millions d'euros) est presque du même niveau que celui de ces deux chaînes.

Proposition n°8 : Relancer la francophonie par l'accroissement des moyens destinés à l'enseignement du français à l'étranger et le recrutement actif d'étudiants étrangers dans les pays émergents

Comme nous l'avons montré précédemment, une opération de désinformation ne peut réussir sans l'existence d'un substrat favorable. Pour prévenir ce phénomène, nous devons nous placer sur le même terrain, en faisant émerger un contexte intellectuel qui rendra plus difficile la mise en place d'une tonalité d'ambiance défavorable à notre pays.

Créer ce substrat, cet arrière-plan intellectuel favorable à nos messages et à notre vision des relations internationales relève assurément d'une tâche de longue haleine. La diplomatie intellectuelle représente à cet égard un outil majeur : M. Jean-David Levitte l'avait souligné devant la commission des affaires étrangères, la France est, aux Etats-Unis, la superpuissance culturelle – constat qui peut être étendu à l'ensemble de la planète.

Pour préserver l'avenir de ce capital essentiel, il nous faut investir dans deux domaines :

- l'enseignement du français en premier lieu.



A cet égard, votre rapporteur souscrit pleinement aux analyses développées par M. François Rochebloine concernant la situation financière fragile de l'Association pour l'enseignement français à l'étranger⁽⁴⁷⁾. Il serait plus que jamais malvenu de baisser notre garde dans ce domaine pour des raisons budgétaires de court terme, alors même que c'est la constance et la solidité de notre engagement d'aujourd'hui qui permettra demain le rayonnement de notre langue.

– l'accueil d'étudiants étrangers en provenance des pays émergents comme l'Inde, la Chine ou l'Indonésie. Ainsi, dans ce dernier pays, premier État musulman du monde par sa population, la France bénéficie d'un capital sympathie important dont ne disposent pas nos principaux voisins et alliés, du fait de leur politique impériale passée et présente. A ce jour, nous ne faisons pas fructifier ce capital.

Pourtant, les étudiants de ces pays que nous formerons représenteront, à l'avenir, autant de relais possibles de notre action internationale. Votre rapporteur propose par conséquent la mise en œuvre d'un plan stratégique d'accueil des étudiants étrangers, ciblant certains pays et fixant des objectifs chiffrés annuels.

2. Adapter le dispositif français de communication gouvernementale

Votre rapporteur partage totalement les propos de Jacques Julliard, pour qui « *On doit savoir ce qu'est l'information et les moyens de s'en servir autant que l'histoire, la géographie et les mathématiques* ».

Sans doute l'importance de la communication publique est-elle aujourd'hui reconnue par les plus hautes autorités françaises. Lors de la dernière conférence des ambassadeurs, le 30 août 2005, le Ministre des affaires étrangères soulignait ainsi que la communication n'était une fonction ni annexe ni externe à l'action du département, mais faisait partie intégrante de notre diplomatie, dans tous ses aspects. Comme l'a souligné le Ministre, « *agir, c'est d'abord convaincre* ».

Cependant, dans les faits, nous avons encore une conception archaïque de l'information et de la communication. Il est certes utile que le Quai d'Orsay diffuse le compte rendu de ses conférences de presse à 7 000 journalistes dans le monde entier ; de même, il faut se réjouir que plus de quatre millions d'internautes se connectent au site du ministère en décembre 2005. Mais nous devons avouer que la coordination et le ciblage de l'information, de même que la définition d'une stratégie de communication, font cruellement défaut.

Force est de constater à cet égard la différence culturelle avec des Anglo-Saxons chevronnés en matière de lobbying – mot pour lequel nous n'avons d'ailleurs pas de traduction satisfaisante. Sur ce point, soyons suffisamment réalistes et modestes pour reconnaître notre amateurisme. Il ne s'agit pas de recourir à des méthodes douteuses : avoir une stratégie offensive de communication, de lobbying et d'influence ne signifie pas se transformer en propagandiste sans scrupule. Il s'agit de jouer sur toutes les touches du

⁽⁴⁷⁾ Cf. rapport pour avis sur le projet de loi de finances pour 2006.



clavier, certaines étant réservées aux crises les plus graves et les plus importantes pour notre image et notre rôle dans le monde. Il convient d'abord pour cela d'acquérir une culture de la coordination, qui manque à ce jour, en comparaison avec les Britanniques notamment. On objectera que cette coordination est censée exister auprès du Premier Ministre, avec le service d'information du gouvernement. Chacun sait qu'il ne remplit pas ce rôle dans les faits.

Il faut distinguer entre deux types de communication : une communication de crise, immédiate, réactive ; une communication dans la durée, d'influence, de persuasion, qui implique de déterminer les bons relais d'opinion. Celle-ci est plus difficile à mettre en œuvre : comment sensibiliser, en administration centrale, tous les échelons administratifs ? Quels instruments mettre à disposition des ambassades ? Comment faire vivre un réseau ? Comment s'adapter aux différents publics, nationaux et internationaux ? Comment enfin mieux prendre en compte l'irruption sur la scène internationale de nouveaux acteurs, tels que les ONG par exemple ?

Dans tous les cas cependant, il nous faut travailler dans quatre directions afin d'adapter la communication gouvernementale aux exigences nouvelles de la guerre de l'information ;

- repenser le rôle de la communication dans la prise de décision ;
- développer une culture de diffusion de l'information ;
- mettre en place des stratégies de communication type sur les sujets jugés prioritaires de notre politique étrangère ;
- accroître la visibilité des diplomates français dans l'espace de réflexion et de communication publiques des pays où ils sont en poste.

Proposition n°9 : Affirmer la consubstantialité de la politique et de la communication

La consubstantialité entre la communication et la prise de décision ne fait pas encore suffisamment partie de la culture politique et administrative française. Qu'observe-t-on à ce sujet dans un pays certainement plus avancé en la matière, tel que les Etats-Unis ? Le processus décisionnel suit généralement le schéma suivant : un centre de réflexion (*think tank*) publie une étude sur un sujet donné, dressant un plan d'action à moyen - long terme ; sur cette base, le politique prend une décision, qui déclenche l'adoption d'un plan d'action, opérationnel d'une part, médiatique d'autre part, les deux parties du plan s'appuyant mutuellement. C'est ainsi que, selon les dires d'un interlocuteur du rapporteur, les Etats-Unis ont procédé pour la mise en œuvre de leur stratégie de prise de contrôle du pétrole dans le Golfe de Guinée.

En France, le principe d'un tel plan – de long terme et dual – n'existe pas : un plan de communication, généralement assez succinct, accompagne la décision ; il ne vise qu'à répondre aux questions et aux réactions éventuelles, une fois la décision prise. De ce fait, nous offrons le flanc à toutes les attaques surprises, faute de lier l'action opérationnelle à la démarche médiatique.



Nous avons encore trop souvent tendance à considérer la communication sur notre politique comme une activité annexe, externe et surtout postérieure à nos prises de décision. Soyons-en conscients : cette attitude nous pénalise dans un débat mondial qui s'apparente de plus en plus à un marché des idées extrêmement concurrentiel.

Il s'agit d'intégrer la communication, c'est-à-dire la manière dont les informations seront livrées au public, dans la prise de décision. La période qui faisait de la communication une simple fonction d'accompagnement de la décision est révolue. Cette centralité de la communication doit être affirmée : face à des stratégies de désinformation extrêmement articulées, l'efficacité commande de placer la communication au cœur de la prise de décision politique.

Proposition n°10 : Développer une culture de diffusion de l'information dans la sphère administrative

La culture administrative française fait traditionnellement de l'information un instrument et un enjeu de pouvoir. D'où son confinement aux plus hauts niveaux de la hiérarchie administrative.

Cette approche est périmée. Dans un univers de circulation permanente, fluide et non hiérarchisée de l'information, promu par Internet, elle est même dépourvue de sens. Il nous faut développer une culture de diffusion large de l'information – d'ailleurs facilitée par l'existence de l'agence nationale de renseignement que nous proposons, qui nourrirait la haute administration en notes de sensibilisation et d'information.

Les hauts fonctionnaires britanniques fonctionnent sur la base de cette horizontalité de l'information ; il est temps, pour la haute fonction publique française, d'être également dotée d'une doctrine en la matière. Tout cadre de la fonction publique doit considérer comme inhérent à sa fonction de faire des relations publiques pour la politique de son département ministériel, que ce soit à l'égard du Parlement, des ONG ou de la presse. Intervenir dans des débats organisés par des instituts de recherche doit, par exemple être favorisé. La culture française de diffusion verticale de l'information, des argumentaires, notes, télégrammes diplomatiques, etc. doit être complétée par une culture de diffusion horizontale de l'information.

Cette nouvelle approche implique de mener des actions de formation adéquates. A cet égard, la politique de formation développée, pour les personnels de la défense, par la délégation à l'information et à la communication de la défense (DICOD) représente un très bon exemple de référence. Il n'y a rien d'étonnant d'ailleurs à ce que le ministère de la défense soit pionnier en ce domaine, les militaires français ayant dû, avec la multiplication des opérations extérieures, développer leur communication à l'égard des tiers – ONG, populations locales, médias, etc.

Notons à cet égard qu'en 2005, le chef d'état-major des armées a adopté un « concept interarmées des opérations d'information » qui vise à assurer une cohérence entre la communication vers les médias, la communication locale à destination des populations du théâtre d'opération, la communication interne, la coopération civilo-militaire, le



renseignement et la sécurité des opérations. L'épisode de l'hôtel Ivoire n'est certainement pas neutre dans l'adoption de ce plan ambitieux. Ce faisant, la France se met également au diapason des autres armées occidentales. A défaut d'être formellement adopté au sommet de l'administration, les militaires américains ont, par exemple, commencé à expérimenter sur le terrain le concept de « communication stratégique », en coordonnant l'ensemble de leurs activités d'information. Ce type de démarche doit être transposé en matière civile.

Proposition n° 11 : Mettre en place des stratégies de communication type sur les sujets jugés prioritaires de notre politique étrangère

La communication gouvernementale doit s'adapter à un nouveau contexte marqué, du fait d'Internet en général et des *blogs* en particulier, par la profusion « virale » des récepteurs autant que des locuteurs et des messages, par le contournement des médias traditionnels, par l'érosion du modèle vertical de l'information, accompagnée d'une incroyable extension des différences culturelles, politiques et religieuses, au moment même où la distance physique perd son importance, tous phénomènes qui dispersent l'attention, favorisent le butinage, fortifient les rumeurs et les préjugés.

Ce nouveau contexte plaide en faveur de l'élaboration de stratégies de communication extrêmement articulées sur les sujets jugés prioritaires de notre politique étrangère.

Celles-ci doivent être bâties sur le fondement de cinq principes :

- la communication ne se substitue pas au message ;
- la communication doit identifier les bonnes cibles ;
- la communication doit être pensée en amont de la prise de décision ;
- la communication doit aussi prendre en compte le parasitage de ses messages ;
- et, faut-il le rappeler, la communication n'est pas le mensonge.

Ces stratégies doivent en outre être déclinées selon trois horizons temporels : le temps court, lorsqu'il s'agit de réagir immédiatement (préparation d'argumentaires à l'avance) ; le temps moyen, celui du « spin » (exemple : la France meilleure alliée des Etats-Unis dans la lutte contre le terrorisme) ; le temps long, qui impose de combattre les clichés (exemple : la France ingrate et antisémite décrite aux Etats-Unis dans les années récentes).

Par ailleurs, elles doivent être développées aussi bien à l'attention des médias français que de la presse internationale. Notre communication gouvernementale concentre encore trop son message sur les médias français. Cette priorité est certes naturelle ; nous devons cependant prendre la mesure du rayonnement relativement faible des médias français au plan international. Notamment à la veille ou durant les grands sommets internationaux, nous devons, si nous voulons développer une stratégie d'influence digne de ce nom, nous adresser spécifiquement à la presse internationale. A cette fin, nous devons nous doter du dispositif suffisant pour sensibiliser cette presse sur la durée, en vue d'un événement (sommet de l'OTAN, des Nations unies, de l'OMC...). Il n'est pas suffisant de se contenter



des conférences de presse de fins de sommet, moments certes importants, mais très codifiés et, surtout, bien tardifs.

Ce que nous devons tenter d'esquisser à travers ces stratégies de communication, c'est une sorte de diplomatie publique à la française, pour reprendre ce concept typiquement américain de « *public affairs* ». Notons d'ailleurs combien révélatrice est la reprise en main par une proche de George W. Bush, au sein du département d'État, de ce volet de l'action internationale des Etats-Unis délaissée dans l'immédiat après-guerre froide. Karen Hugues dispose en effet d'un budget de 700 millions de dollars pour relancer la diplomatie publique américaine.

Proposition n° 12 : Accroître la visibilité des diplomates français dans l'espace de réflexion et de communication publiques de leur pays d'affectation

Nous louons souvent, à juste titre, la densité de notre réseau diplomatique. En tirons-nous suffisamment parti ? Rien n'est moins certain, même si nous devons reconnaître que, de plus en plus, des diplomates français prennent d'eux-mêmes l'initiative d'intervenir sur la scène publique de leur pays d'affectation.

Il faut développer de manière plus systématique la présence des diplomates français dans les cercles de réflexion (*think tanks*) et dans les médias audiovisuels des pays où ils sont en poste. Les diplomates ont en effet un rôle essentiel à jouer dans la mise en place de la tonalité d'ambiance qui permettra à notre pays de faire entendre ses messages.



Contre-attaquer

A l'ère des nouvelles technologies, qui jouent un rôle de caisse de résonance mondiale et de vecteur de transmission et de répétition de l'information en temps réel et à l'infini, une accusation sans réponse est une accusation validée. Les démocraties, lorsqu'elles sont attaquées sur le terrain de l'information, n'ont plus le choix : elles doivent communiquer partout, dans toutes les langues, vite, directement, instantanément. S'il est important d'adopter une stratégie de communication d'ensemble, il faut également savoir contre-attaquer contre des rumeurs ou des opérations particulières.

Proposition n° 13 : Mettre en place une « force de réaction rapide » en réaction aux campagnes de désinformation manifestes

Sur les sujets récurrents et importants (Rwanda, Côte d'Ivoire), c'est auprès du Premier Ministre, qu'il s'agit de mettre en place d'une cellule de crise spécialisée dans la réponse aux tentatives de manipulation de l'opinion publique française et internationale. S'agissant des sujets plus ponctuels, c'est à chaque poste diplomatique qu'il revient de monter cette cellule.

Le fonctionnement de ces cellules de crise pourrait s'inspirer de la stratégie mise en œuvre par l'ambassade de France à Washington lors de la campagne anti-française aux Etats-Unis, dans les mois qui précèdent l'intervention américaine en Irak. Bien qu'improvisée sur place, à partir des moyens existants, elle représente un modèle du genre. Fondée sur le principe essentiel rappelé par Victoria Clarke selon lequel « *une accusation sans réponse est une accusation validée* », elle s'est traduite, sur la base des moyens existants au service de presse, par la mise en place d'une « force de réaction rapide » qui avait pour tâche de ne laisser aucune attaque sans réponse. Stratégie qui s'est révélée d'autant plus payante que, dans 80 à 90 % des cas, elle suffit à déboutier les accusations, comme l'a rappelé au rapporteur M. Philippe Boulet-Gercours. Réponses aux courriers électroniques, intervention de l'ambassadeur sur les plateaux de télévision, y compris sur les chaînes les plus hostiles à la France, usage systématique du droit de réponse dans la presse : aucun des outils de communication n'a été négligé. Ce poste a introduit par ailleurs une innovation supplémentaire, en recrutant un ancien collaborateur parlementaire au Congrès, américain, chargé de faire du « lobbying » pour la France, d'expliquer les positions françaises aux membres du Congrès, relais essentiel de la vie politique américaine. Cette excellente initiative, dont on regrettera qu'elle ait été assez tardivement appuyée par le ministère des affaires étrangères, gagnerait à être généralisée aux pays où le Parlement joue un rôle important de relais dans l'opinion publique.



Proposition n° 14 : Renforcer les moyens de veille et de contre-attaque sur Internet

Les différents exemples de désinformation que nous avons cités précédemment mettent en avant l'importance d'une détection aussi précoce que possible de ce type de manœuvre. En ce domaine, la rapidité est déterminée par l'ampleur des moyens que l'on y consacre.

Les moyens techniques et humains des services de renseignement, consacrés à la veille sur Internet notamment doivent par conséquent être renforcés. En outre, il serait nécessaire de créer un réseau d'alerte liant services de renseignement et ministères, voire entreprises lorsque sont concernées les questions économiques.

Proposition n° 15 : Définir une stratégie d'action nationale multiforme en matière d'intelligence économique

Pour peu qu'on y consacre les moyens nécessaires, la mise en œuvre d'une politique d'intelligence économique est très rapidement payante : chacun comprendra que, si elle est soutenue par l'État, une multinationale française qui dispose des moyens nécessaires pour engager les meilleurs professionnels de la communication, disposera d'une capacité de contre-attaque de premier ordre.

Notre collègue Bernard Carayon a pris l'initiative de créer une fondation d'entreprises, baptisée Promethus, qui rassemble une dizaine de grands groupes industriels, financiers et bancaires français comme Dassault, Areva, Alstom, Sanofi, EADS, la Caisse des Dépôts, etc. Cette fondation est destinée à analyser de manière opérationnelle les grands enjeux de la mondialisation et à servir de creuset entre initiatives publiques et initiatives privées dans le domaine de l'intelligence économique.

A l'évidence, comme en témoigne cette initiative, la réponse administrative ne suffira pas dans un domaine où l'urgence commande l'action. Néanmoins, n'oublions pas que, dans ce domaine, de grands progrès peuvent être accomplis, pour peu qu'existe une constante détermination politique, sans que cela ne nécessite d'importants investissements. L'intelligence économique a cela d'intéressant qu'elle ne coûte quasiment rien. Elle repose simplement sur la mutualisation, la stratégie, les capacités d'anticipation, les méthodes pour identifier les bons acteurs, les priorités, les vulnérabilités, les opportunités, les chances, etc. C'est-à-dire tout simplement du travail de mise en réseau.

La réussite d'un tel projet impose également de s'affranchir autant que possible du cadre européen en la matière. Comme le montrent certaines analyses, le retard français en intelligence économique vient d'une législation européenne trop restrictive. Selon le magazine *L'expansion*, « *l'Europe a plus souvent été un obstacle qu'un atout. Ses règles interdisent par exemple de singer la très efficace politique américaine d'intelligence économique. Ainsi, la constitution d'un fonds d'investissement de type In-Q-Tel, qui Outre-Atlantique est géré par la CIA et investit dans des centaines de start-up prometteuses, serait assimilée à des subventions déguisées. En fait, comme le souligne Bernard Carayon, l'UE s'est "construite sur la base d'une politique concurrentielle rétive à la constitution de*



champions nationaux ou communautaires ». Faut-il, à l'instar du délégué interministériel à l'Intelligence économique, M. Alain Juillet, en 2004, estimer que, en dépit des freins actuels, « *d'ici dix ans, il y aura une intelligence économique européenne* » ? Votre rapporteur en doute fortement, en même temps qu'il rappelle l'urgence qu'il y a à agir en ce domaine.

Proposition n° 16 : Favoriser la prise de parole de s parlementaires sur les chaînes de télévision étrangères sur les questions de politique internationale

La définition d'une culture horizontale de la diffusion de l'administration ne doit pas s'arrêter à la porte du Parlement. Pour peu qu'ils disposent d'argumentaires adéquats, les parlementaires représentent de très efficaces relais d'influence en matière de politique étrangère. D'abord parce que ce sont des professionnels de la parole publique ; ensuite parce qu'ils disposent d'une liberté de parole que n'ont pas les diplomates professionnels.

Or ce relais est très largement sous-utilisé. Votre rapporteur ne fait pas ici un plaidoyer *pro domo*. Fort de son expérience, il plaide pour une meilleure utilisation de la ressource parlementaire dans la politique d'influence de la France à l'étranger.



Conclusion



A l'issue de près d'un an et demi d'une enquête qui lui a permis de rencontrer une soixantaine de personnes en France, au Royaume Uni, au Qatar, en Egypte et aux Etats-Unis, votre rapporteur a le même sentiment d'urgence qui fut le sien en 1998, au sortir des travaux intensifs de la mission d'information parlementaire sur le rôle de la France au Rwanda en 1994. Dans la bataille de l'information qui se joue aujourd'hui sur la scène internationale, la France doit être dotée de moyens qui soient à la hauteur de ses ambitions de politique étrangère.

Le développement accéléré des nouvelles technologies de l'information nous impose de remettre en perspective la manière trop traditionnelle dont nous concevons l'information dans la conduite de notre politique étrangère. Il n'y a plus de place ni pour l'amateurisme ni pour l'autosatisfaction, tant il est vrai qu'il ne sert à rien d'avoir raison tout seul.



Annexes



Liste des personnes auditionnées

Personnalités rencontrées à Paris

Journalistes

M. Yves de Saint-Jacob, directeur de la communication, AFP

M. Marc Riglet, directeur général, *Radio France*

M. Gary Regenstreif, directeur de la rédaction de *Reuters*

M. Patrice Biancone, responsable service politique, *RFI*

Mme Mireille le Maresquier, journaliste, *France-Info*

M. Paul Nahon, journaliste, *France 2*

M. Pierre Rousselin, directeur de la rédaction de politique étrangère, *Le Figaro*

M. Robert Ménard, Président de *Reporters sans frontières*

M. Jean Guinel, *Le Point*

Organisations non gouvernementales

Mme Françoise Havelange, directrice déléguée Panos

M. Jean-Paul Marthoz, expert associé de Panos, directeur de l'information de *Human Rights Watch*

M. Bruno Comby, Président de l'association des écologistes pour le nucléaire



Universitaires et chercheurs

M. Bruno Tertrais, maître de recherches à la Fondation pour la recherche stratégique (FRS)

Mme Olfa Lamloum, politologue, Université Paris X Nanterre

M. Xavier Raufer, Professeur Université Paris II-Assas

M. Guillaume Parmentier, Directeur du centre français sur les Etats-Unis à l'IFRI

Gouvernement

M. Alain Juillet, intelligence économique, SGDN

M. Bernard Brochand, Directeur, DGSE

M. Marc Perrin de Brichambault, Directeur, délégation aux affaires stratégiques, Ministère de la défense

M. Jean-François Bureau, Directeur, DICOD, Ministère de la défense

M. Pierre Vimont, Directeur de Cabinet du Ministre des affaires étrangères

M. Hervé Ladsous, Porte parole du ministère des affaires étrangères

Entreprises

Mme Anne Lauvergeon, Présidente directrice générale, Areva

M. Bertrand Deroubaix, directeur de l'intelligence économique, M. Magnon, directeur de la sûreté et M. Jacques de Naurois, Directeur de la communication, Total

M. Bruno Giorgianni, conseiller aux affaires politiques et institutionnelles, Dassault Aviation

Personnalités rencontrées à Londres (19 et 20 janvier 2005)

Mme Mary Dejevsky, rédacteur en chef, *The Independent*

M. Kevin Marsh, rédacteur, BBC Radio 4, *Today Programme*



M. Peter Barron, rédacteur, BBC2 « *Newsnight* »

M. Robert Thomson, rédacteur en chef, *The Times*

Mme Anne Taylor, Présidente de la commission pour le renseignement et la sécurité de la Chambre des communes

Personnalités rencontrées à Doha
(10 et 11 juillet 2005)

M. Alain Azouaou, Ambassadeur de France au Qatar

M. Ammar Al Cheikh, Directeur du Développement et M. Nabil Al Atibi, Directeur des Relations Publiques, du Centre de formation de la chaîne « Al-Jazira »

M. Ahmed Sheikh, rédacteur en chef, Al-Jazira

M. Mohamed Al Romeihi, Vice-Ministre des Affaires Etrangères

Cheikh Hamad Bin Tamer Al Thani, Président de l'Autorité de la Radio et Télévision du Qatar

M. Wadah Khandar, Directeur Général de la Chaîne Al-Jazira

Personnalités rencontrées au Caire
(12 et 13 juillet 2005)

M. Jean-Michel Cousseran, ambassadeur de France en Egypte

M. Cherif el Choubachi, vice-ministre de la Culture de la République arabe d'Egypte

M. Hisham Qassem, directeur-adjoint du quotidien *Al Masry Al Youm*

M. Imad Ed Dine Adib, PDG du groupe *Good News*

Dr Hussein Amin, Directeur du Département journalisme de l'Université Américaine du Caire

M. Nasser Kamel, président de l'organisme égyptien de l'information

Mme Basma Kodmani, responsable du programme « Gouvernance et coopération internationale », Fondation Ford

M. Hassen Zenati, responsable du bureau de l'AFP pour le Moyen-Orient

Mme Claude Guibal, journaliste

Personnalités rencontrées à Washington
(5 et 6 décembre 2005)

M. Jean-David Levitte, Ambassadeur de France aux Etats-Unis



M. John Ulyot, Directeur de la communication du Sénateur John Warner

M. Antony Blinken, Directeur du personnel démocrate, commission des affaires étrangères du Sénat

M. Brian Katulis, Directeur pour la démocratie et la diplomatie publique, *Center for American Progress*

Mme Nicole Mlade, Directrice de programme, *Center for American Progress*

M. Rajeev Goyle, Analyste, *Center for American Progress*

Mme Victoria Clarke, Consultante à CNN, Ancienne porte-parole du Pentagone

M. Adam Ereli, Porte-parole adjoint du Département d'Etat

Mme Helen Thomas, Journaliste, *Hearst*

M. Jeffrey Dvorkin, Ombudsman, *National Public Radio* (NPR)

Mme Esther Brimmer, Directrice adjointe, *Center for Transatlantic Relations*

M. Kenneth Weinstein, Directeur, *Hudson Institute*

Personnalités rencontrées à New York
(7 et 8 décembre 2005)

M. Thomas Bishop, Directeur du Centre de culture et de civilisation française, *New York University*

M. David Unger, éditorialiste de politique étrangère, *New York Times*

M. Alexander Stille, Professeur, *Graduate School of Journalism* de l'Université de Columbia

M. Bernard E. Brown, Directeur, *Transatlantic Relation project*, *National Committee on American Foreign Policy*

M. Philippe Boulet-Gercours, correspondant au *Nouvel Observateur* à New York

Mme Jane Arraf, grand reporter, responsable du bureau CNN de Bagdad

M. Robert Silvers, Directeur de la *New York Review of Books*

M. Pierre Force, Président du département de français, Université de Columbia.