

COLLEGE INTERARMEES DE
DEFENSE

DIVISION D

Année 1993 - 1994

Etudes Particulières à Option

L'information en temps de crise

Directeur de recherche: *M. Pierre CONESA*
Sous-Directeur à la Délégation aux Affaires Stratégiques

Stagiaires: *Chef d'Escadrons Bruno BOUBEE*
(Responsable de l'étude)

Lieutenant-Colonel Guy CACHAT

Lieutenant-Colonel Bernard DUCATEAU

Chef d'Escadron Ahmed MAAMRI

Capitaine de Frégate Olivier PILLARD

PREAMBULE

Avant d'engager cette étude, il est nécessaire d'en délimiter les contours en précisant l'interprétation retenue des termes du sujet.

La notion d'information est ici exclusive de tous les systèmes militaires d'information opérationnelle. Elle ne s'entend que dans l'acception médiatique du terme.

La notion de crise recouvre quant à elle les événements qui suscitent une réaction de la communauté internationale nécessitant l'intervention de moyens militaires. Les crises nationales sont donc exclues du champ de cette étude, bien que certaines de ses analyses puissent être sans doute transférables au cadre d'une crise intérieure grave.

*

PLAN

INTRODUCTION

1. Les tendances en marche du paysage médiatique de la crise

1.1) - la dissémination du pouvoir d'informer

1.2) - La demande des opinions publiques

1.3) - De nouvelles vulnérabilités

2. Le couple crise/information: vie et moeurs

2.1) - Rapports entre journalistes et militaires

2.2) - Rapports entre Etats et information

2.3) - Rapports entre crise et information

3. Comment gérer l'information?

3.1) - La pratique actuelle

3.2) - De nouvelles postures de gestion de l'information

CONCLUSION

L'influence des phénomènes liés à l'information dans la gestion des crises est maintenant communément reconnue. Ceux qui réfléchissent aux crises futures savent qu'une partie des combats les plus importants de demain se déroulera sur le champ de bataille des médias. Ne pas être victimes de ce nouveau type d'affrontements exige d'en discerner les règles et d'en utiliser tous les ressorts: c'est cette approche qui a guidé cette étude.

L'irruption du fait médiatique a suscité d'abondantes réflexions et ses voies ont été largement explorées: plutôt que d'en refaire une nouvelle fois le constat, il a tout d'abord semblé préférable de s'attacher à dégager les grandes tendances qui se dessinent dans l'élaboration du paysage médiatique en situation de crise. En effet, qu'ils soient le fait d'Etats, d'armées ou d'organisations, les efforts pour empêcher, limiter ou régler des conflits exigent une certaine intelligence du système médiatique dans lequel la crise prend place.

En second lieu, il a fallu mettre en relief les différents facteurs qui organisent le couple crise/information en abordant les relations qu'entretiennent les différents protagonistes que sont les Etats, les journalistes et les militaires, et à travers une caractérisation médiatique des crises.

Les militaires de leur côté ont élaboré un mode de communication en temps de crise adapté à la fois à leur propre culture et aux règles de fonctionnement du monde médiatique actuel. C'est donc à partir d'une analyse de la pratique actuelle et à la lumière des évolutions perceptibles qu'ont enfin été envisagées différentes postures de gestion de l'information pour les armées de demain.

*

* *

1. Les tendances en marche du paysage médiatique de la crise

Ce paysage est fonction de paramètres techniques dont les évolutions présentes et à venir devraient logiquement modifier à plus ou moins court terme les conditions d'exercice du pouvoir par le savoir, et donc du contrôle de la crise par l'information. Il est aussi tributaire de changements profonds dans les mentalités comme dans les aspirations collectives et individuelles. De la conjonction de ces éléments pourraient naître de nouvelles formes de vulnérabilité face aux manipulations de l'information, dont certaines sont déjà d'actualité.

1.1) - la dissémination du pouvoir d'informer¹

Quelle que soit leur puissance, les gouvernements ne peuvent plus comme par le passé peser à l'excès sur l'information: grâce aux nouveaux moyens techniques le pouvoir d'informer se partage désormais avec des acteurs échappant au seul cadre national. Cette dissémi-

¹ ce paragraphe doit beaucoup aux analyses d'Alvin et Heidi Toffler dans *Guerre et contre-guerre*.

nation, qui est sans doute une tendance lourde de l'évolution des sociétés modernes, est la résultante de plusieurs facteurs liés les uns aux autres.

Le premier facteur est l'accession à l'autonomie de certains organismes d'information, qui échappent de ce fait à toute forme de censure. Avec sa couverture planétaire auto-suffisante, CNN -maintenant imitée par EuroNews- a magistralement inauguré l'ère de l'information transnationale indépendante des appareils d'Etat. L'affaiblissement du contrôle central en est une conséquence logique. S'il se trouve encore quelques pays policiers qui peuvent, un temps donné, exercer un contrôle presque total de l'information sur leur territoire, on peut considérer comme une tendance irréversible le fait qu'il n'y ait plus d'opinion "sanctuarisée". Ainsi le rapport entre média et public national est de moins en moins mécanique, une crise révélée par tel média n'ayant pas nécessairement d'impact sur son propre public mais pouvant, le cas échéant, avoir des répercussions à l'autre bout de la planète.

Le deuxième facteur est la multiplicité des réseaux qui offre déjà, et offrira de plus en plus, aux acteurs "privés" l'accès aux moyens d'information. Ainsi le cours des événements mondiaux pourra-t-il être influencé par des acteurs non nationaux tels que des entreprises mondiales, des mouvements politiques transnationaux comme Greenpeace, des mouvements religieux comme l'islam ou des groupes panethniques. On pourrait y ajouter d'autres acteurs ou groupes d'influence tels que lobbies, diasporas, agences, maffias etc... qui tous, grâce aux satellites de télévision à réception directe et à d'autres systèmes de télécommunications avancées, seront dotés en théorie d'une capacité d'action sur l'ensemble des opinions. Divers réseaux digitaux qui ignorent les frontières -GreenNet, GlasNet, PeaceNet et Alternex- relient déjà quarante-deux pays. Demain, il sera donc de plus en plus illusoire d'espérer forger le consensus à partir du sommet.

La démassification de l'information découle du facteur précédent. On peut en effet imaginer aisément qu'à l'avenir, avec la multiplication des producteurs et des vecteurs d'information, celle-ci sera de moins en moins globale, et de plus en plus ciblée sur un public précis en fonction de ses aspirations, à la manière des publicitaires. En simplifiant et en universalisant l'interactivité, les postes de télévision de l'avenir réduiront donc l'impact des communications à sens unique sur lesquels les hommes politiques et les pouvoirs publics se sont appuyés jusqu'à présent.

1.2) - La demande des opinions publiques

Le fait "qu'on ne fasse plus rien sans les opinions" est souvent présenté, à tort, comme une caractéristique nouvelle et révolutionnaire des crises et des conflits modernes. C'est en réalité une évidence aussi vieille que la guerre: aucun chef, aucun souverain n'a jamais pu contraindre durablement un peuple à se battre ou à envoyer ses soldats se battre contre son gré, sous peine d'inefficacité à terme. La guerre a toujours eu besoin d'être "sainte" ou "juste" pour que la collectivité en accepte les sacrifices et les exigences. Et l'affaiblissement du soutien de cette dernière est généralement, sinon le signe précurseur de la défaite, du moins le signal qu'il est temps de mettre fin rapidement aux hostilités.

En revanche -et c'est là un fait nouveau- il est vrai que les opinions publiques manifestent aujourd'hui une réelle aspiration à l'information, et n'acceptent plus sans contrepartie la thèse officielle, surtout dans les situations de crise générant des risques ou des souffrances. Elles obéissent en outre à une réalité dominante qui structure puissamment le paysage politique, militaire, diplomatique et médiatique: le force de l'émotion véhiculée par l'image. C'est de cette

réalité que se nourrissent un certain nombre de "dogmes" culturels où les médias jouent un rôle prépondérant, et qui d'ores et déjà déterminent les possibilités d'action des Etats.

Car, pour que l'opinion publique se mobilise "pour" ou "contre", il est nécessaire qu'elle retrouve dans la crise des repères qui correspondent à son cadre de valeur.

Au chapitre des valeurs mobilisatrices, on peut citer *la raison du plus faible*: la faiblesse (vraie ou présentée comme telle) acquiert presque systématiquement les faveurs du public. Saddam Hussein sut ainsi jouer de l'effet "Saladin" pour rallier à sa cause les opinions du Tiers-Monde.

On peut également mentionner *le scandale de la violence*: la mobilisation de l'opinion, et par là son ardeur guerrière, obéissent aux lois de l'indignation spontanée ou manipulée face au spectacle de la violence. En quelque sorte, pour enrôler sous une bannière, un beau charnier vaut mieux qu'un long discours.

Le devoir d'assistance humanitaire, quant à lui, est aujourd'hui tellement prégnant dans l'inconscient collectif, qu'il devient un formidable levier à la disposition des dirigeants en complément, sinon en substitut de la diplomatie classique. C'est bien le sursaut philanthropique des opinions publiques qui a fondé la légitimité officielle de l'opération "Restore Hope" en Somalie.

Le discours du droit est également très important: c'est d'abord au nom du respect du droit international que la coalition est intervenue en Irak.

A l'inverse, certains facteurs poussent les opinions sur la pente de la neutralité.

Au premier rang de ceux-ci figure *le refus de la mort*. Considérée comme inadmissible chez nos propres soldats, elle n'est supportée chez l'adversaire qu'à condition d'être rendue "acceptable" par un discours atténuateur et une certaine discrétion, voire aseptisation médiatique. Ainsi, lors de la guerre du Golfe et jusqu'aux derniers jours du conflit, la télévision mit l'accent sur la nouvelle et spectaculaire forme de guerre "hi-tec" faite de missiles de croisière pénétrant par la fenêtre de bunkers, de chasseurs furtifs et de bombes guidées au laser assurant des frappes "chirurgicales" avec un minimum de dégâts collatéraux. Il en résulta une image de la guerre très artificielle: du point de vue du téléspectateur occidental, elle est apparue comme une gigantesque simulation, une sorte de formidable "wargame", plutôt que comme une guerre avec ses horreurs et ses souffrances. L'autre volet de la guerre contre l'Irak, celui des flottes de B 52 déversant par vagues successives des avalanches de bombes fut lui totalement occulté.

La saturation que provoque chez l'homme moderne le phénomène de *surinformation* peut également déclencher chez lui une certaine *indifférence*, ou une certaine résistance au scandale qui combat ses capacités de mobilisation. En réalité, on appréhende assez mal les implications dans le futur de ce phénomène conjugué avec la multiplication des réseaux déjà évoquée. Se produira-t-il une sorte de parcellisation du public, chacun ne réagissant qu'à ce qui concerne sa propre sphère d'intérêts, ou ira-t-on plutôt vers une sorte d'indifférence généralisée par abus d'images fortes, comme cela semble se produire pour le Rwanda?

Enfin, *le désintérêt pour tout ce qui ne colle pas à l'actualité* est un facteur non négligeable, qu'on peut traduire autrement par la fugacité de l'émotion collective qui résiste mal à la durée, et à l'éloignement dans le temps. Le direct cultive l'émotivité, alors que le différé indiffère.

1.3) - De nouvelles vulnérabilités

Les performances technologiques actuelles et à venir conjuguées aux aspirations des sociétés modernes laissent entrevoir de nouvelles possibilités d'utilisation active de l'outil médiatique comme arme au service d'un projet stratégique, sans doute bien au-delà des classiques actions de propagande, en mettant en oeuvre une désinformation d'un nouveau type générant des vulnérabilités inconnues jusqu'alors.

Elles permettent également d'envisager des accidents médiatiques liés à la perte de contrôle du système médiatique qui deviendrait victime de sa propre dynamique et de sa propre puissance.

Désinformation ponctuelle

Les techniques classiques de la désinformation font appel aux relais de diffusion de l'adversaire qui se chargent eux-mêmes de répercuter les informations ou les idées qu'on veut répandre. Par ce biais, on crédibilise le message tout en camouflant la source. Ces relais peuvent être bien sûr les médias, mais aussi tout autre support crédibilisant, tels les rapports de commissions des Assemblées, l'intelligentsia, les livres, les "autorités morales", etc...

De nos jours, à la notion d'adversaire clairement désigné, ouvertement hostile et extérieur à la communauté agressée, se substitue maintenant plutôt la notion d'intérêts menacés dans un contexte général hermétique à la notion de rapports de force, et suscitant des oppositions moins nettes que par le passé, plus insidieuses, rarement ostensibles. C'est dans ce contexte qu'on assiste à l'apparition de montages médiatiques utilisant incontestablement toutes les techniques propres à la désinformation, mais qui ne sont pas destinés à agir directement sur "l'ennemi" au sens traditionnel qu'on lui connaissait. Ils visent plutôt à retourner l'opinion publique (ou tel autre groupe influent) en développant son agressivité (ou sa pitié, ou encore son indignation, etc...), pour obtenir son adhésion et son soutien dans l'action qu'on veut mener contre l'ennemi qu'on lui désigne.

Deux exemples récents², l'un emprunté à la guerre du Golfe, l'autre à la crise Yougoslave témoignent dès aujourd'hui de ce que pourrait être la désinformation de demain, régénérée par l'utilisation des techniques publicitaires.

Le premier cas est celui de l'agence américaine Hill and Knowlton qui, pour le compte des pays pétroliers de la péninsule arabique, et dans le but d'amener l'opinion américaine à se mobiliser en faveur du Koweït, inventa la tragédie de vingt-deux bébés sauvagement arrachés de leur couveuse par la soldatesque irakienne; le tout raconté avec vraisemblance devant caméra par un faux témoin qui, en réalité et à l'insu des téléspectateurs américains, n'était autre que la propre fille de l'ambassadeur du Koweït aux Nations Unies.

Dans le deuxième cas, c'est encore une agence de relations publiques, la Ruder Finn Global Public Affairs, qui cette fois pour le compte des gouvernements Croate et Bosnienne et de l'opposition parlementaire du Kosovo a effectué pendant dix-huit mois un travail de diabolisation de la Serbie. Le maître coup fut, à partir d'une information à l'époque non vérifiée - l'affaire des camps - , de faire entrer en jeu les organisations juives du côté des Bosniaques, ce qui permit de faire coïncider dans l'opinion publique Serbes et nazis.

Dans ces deux affaires, qui du strict point de vue des désinformateurs ont débouché sur des succès retentissants, on retrouve tous les ingrédients classiques de la désinformation:

² exemples sont rapportés par Jacques Merlino dans *Les vérités yougoslaves ne sont pas toutes bonnes à dire*.

- *source camouflée,*
 - "*crédibilisation*" du message par des relais de bonne foi faisant autorité (dont le Président Bush lui-même pour l'affaire des bébés, qui en fit mention une demi-douzaine de fois pour galvaniser sa population),
 - *choix de la cible utile* (la diaspora juive américaine dans le cas de la Bosnie).
- Des aspects nouveaux se dessinent cependant par rapport aux actions classiques:
- *l'utilisation préférentielle du registre émotionnel* par le biais de l'image pour déclencher des emportements collectifs,
 - *l'accélération systématique de la propagation des thèses ou des informations favorables au but recherché* grâce aux médias modernes,
 - *l'obtention rapide du résultat,*
 - *la faible "espérance de vie" de la supercherie.*

Ces deux exemples réels donnent un aperçu de ce que pourrait devenir la désinformation conçue comme instrument d'une stratégie. Si dans un cadre totalitaire la désinformation a pu être une composante à part entière de la stratégie globale d'un régime, cette période semble révolue. En effet, aucun pays ne réunit plus les conditions de cohérence idéologique, sociale et politique pour en maîtriser le déroulement et se garder de ses effets pervers. De plus les dirigeants ont sans doute pris conscience du danger qu'il pouvait y avoir à manipuler le mensonge sans intermédiaire dans un contexte général de transparence.

Il n'en demeure pas moins que le système médiatique étant aussi manipulable qu'il est puissant, il peut être extrêmement tentant d'user *ponctuellement* de la désinformation en appoint d'une stratégie d'ensemble. Ces actions ne sont plus le fait d'un appareil d'Etat, mais de professionnels dont un Etat ou une "cause" loue les prestations pour obtenir un effet immédiat et foudroyant quoique fugace. S'appuyant essentiellement sur la puissance émotive des images que la technologie moderne permet de multiplier et diffuser à volonté, *elles ne s'efforcent plus de transformer les esprits, mais de créer des élans, des émotions collectives qui emporteront la décision des responsables qu'on veut atteindre.*

Dans ce type d'actions on peut imaginer que prochainement, les technologies virtuelles permettront de mettre en scène à des fins de propagande de faux événements avec lesquels les individus interagiront "réellement".

Accidents médiatiques

Par ailleurs, avec l'affaiblissement du cadre national, l'information échappe désormais aux mécanismes traditionnels de régulation qui, d'une manière ou d'une autre, permettaient de contrôler les moyens de transmissions, leur volume, et leur impact émotionnel.

Or la puissance d'une image est phénoménale et dans une certaine mesure dangereuse: l'information ne possède aucune force intrinsèque tant qu'elle n'est pas apparue sur le petit écran. Mais dès sa "naissance médiatique" elle devient un objet explosif et imprévisible, qui possède une puissance propre indépendante de la réalité elle-même. Dès lors l'absence de régulateurs peut laisser craindre des accidents médiatiques, notamment dans les contextes émotionnels forts comme le sont les situations de crise. L'image non maîtrisée pourrait ainsi devenir une sorte d'acteur "fou" susceptible d'amplifier la crise, voire de provoquer une "surcriste", comparable dans son principe au phénomène de "suraccident" que connaissent bien les responsables de la sécurité routière lors des accidents de la circulation.

Certains vont même plus loin et n'hésitent pas à prédire une catastrophe médiatique majeure, une sorte de "*Tchernobyl médiatique*"³ aux conséquences imprévisibles.

³ expression de Jacques Merlino dans l'ouvrage déjà cité.

2. Le couple crise/information: vie et moeurs

2.1) - Rapports entre journalistes et militaires

Les relations entre journalistes et militaires sont un paramètre important du cadre où se réalise le jeu complexe de l'information et de la crise. Elles sont depuis toujours marquées par une tension due à des devoirs souvent contradictoires. En dépit d'une organisation juridique de plus en plus précise qui évolue au rythme de la société, les rapports entre journalistes et militaires sont essentiellement déterminés par la politique des Etats.

Dès le début de ce siècle les deux catégories ont cherché à institutionnaliser leurs relations.

- "charte du journaliste" (1918 - révisée 1938)

Dès la fin de la première guerre mondiale à l'instigation des pouvoirs publics, et notamment après les excès de la censure pendant le conflit, s'est élaborée une charte des devoirs du journaliste. La proximité de cette charte avec la fin du conflit explique sa rigueur qui laisse peu de place aux droits. Cette charte, très générique, prend un peu la forme d'un code de déontologie permanent de la profession. Mais elle n'évoque aucunement le statut du journaliste en temps de crise ou de conflit. C'est la deuxième guerre mondiale qui met en évidence la nécessité d'offrir un statut particulier au correspondant de guerre.

- statut du correspondant de guerre (décret du 22/6/44).

Accrédités au terme d'une procédure spéciale qui pour la première fois va leur permettre d'accéder au front, les journalistes sont, par ce statut, soumis aux règlements militaires et jouissent des prérogatives des officiers. Ils sont tenus "de ne rien faire de préjudiciable à la sécurité et au moral de la troupe.....ils s'engagent à soumettre à la censure tout livre, article à la censure". En contrepartie les officiers leurs permettent "d'exercer leur profession dans les conditions les meilleures".

- convention de Genève 14 Août 1949

Elle comble les lacunes des conférences de la Haye(1899 et 1907) relatives au droit de la guerre et codifie le statut du journaliste en temps de guerre.

Cependant les risques de dérapage médiatiques amènent les autorités politico-militaires à exercer une pression accrue sur les journalistes en dépit des améliorations juridiques sur le plan international.

Les protocoles de 1977 additionnels à la convention de Genève de 1949 apportent des améliorations substantielles au statut du journaliste en temps de guerre. Détenteurs d'une carte d'identité professionnelle, les journalistes bénéficient de la protection juridique concédée aux personnes civiles dans les zones de conflit.

Enfin, durant la guerre du Golfe les journalistes regroupés en pools ont signés une charte dans laquelle ils s'engageaient à ne pas "mettre en danger la sécurité des opérations". Simultanément le CSA et les principaux responsables des médias élaboraient un code déontologique spécialement adapté au conflit en cours et qui reprenait les grandes directives imposées par les militaires à leurs propres correspondants de guerre.

Après la grande liberté des journalistes durant la guerre du Vietnam, cette manière de faire put être ressentie comme une "reprise en main". Mais elle a mis en relief la nécessité de faire évoluer les rapports entre journalistes et militaires en fonction du contexte politique du moment.

Il est vrai que les relations entre les milieux journalistiques et les milieux militaires sont traditionnellement empreintes d'une certaine défiance, alimentée par des codes de conduite et des objectifs souvent éloignés et divergents.

Le journaliste, guidé par la recherche de la vérité, soupçonne facilement le militaire de lui mentir.

De son côté le militaire, d'instinct, ne croit pas plus à la neutralité de l'informateur qu'à celle de l'information. Soumis à des contraintes opérationnelles, il ne fait pas spontanément confiance aux journalistes qu'il croit incapables de conserver le secret sur des informations précieuses à l'ennemi, à la fois en raison de leurs impératifs commerciaux, de leur aspiration naturelle à servir l'Information en-dehors de toute autre considération⁴, et éventuellement des penchants idéologiques de certains d'entre eux.

Cependant, les relations entre journalistes et militaires changent progressivement. Entre médias et acteurs des crises, des liens de plus en plus étroits se tissent, parfois même non dénués d'une certaine fidélité. Non seulement en France, mais également dans les pays anglo-saxons, la multiplication des journalistes accrédités de la défense montre à quel point ces liens peuvent être soutenus dès le temps de paix. Ces relations prennent des formes multiples, telles que des visites d'information auprès d'unités, la création d'une association des journalistes de défense, etc... La volonté de compréhension est donc réelle de part et d'autre, et le compromis entre les exigences des deux communautés parvient souvent à s'établir.

Il faut toutefois demeurer conscient du fait que *le couple journaliste/militaire sera toujours volage*: duplicité et tromperie n'en seront jamais totalement absentes. Tout en respectant par intérêt une certaine règle du jeu, militaires d'une part, journalistes de l'autre s'efforceront toujours de déjouer mutuellement leurs manœuvres respectives.

Il faut également se convaincre de ce que *pour traverser les crises de notre temps, ce couple n'a pas droit au divorce*: journalistes et militaires sont les acteurs complémentaires d'une même pièce.

2.2) - Rapports entre Etats et information

On peut distinguer très schématiquement deux types d'attitudes, sachant que la tendance naturelle des Etats face à la crise est de protéger leur action d'une trop grande transparence tout en s'assurant une publicité avantageuse:

- le modèle totalitaire, où l'Etat contrôle à la fois le recueil de l'information, sa formulation et sa divulgation,

- le modèle libéral, où le mode de relation choisi est celui de la confiance réciproque, éventuellement au sein d'accords avec les médias.

Entre les deux se décline une gamme très variée d'attitudes intermédiaires qui se réfèrent plus ou moins à l'un ou l'autre modèle, et où par différents procédés s'exerce une forme de contrôle sur l'information, soit par dépendance des journalistes vis-à-vis des sources d'information, soit par censure pure et simple. Un même pays peut d'ailleurs évoluer d'un modèle à l'autre au gré des crises et des circonstances.

Le modèle totalitaire repose sur la propagande exercée sur les masses par des organismes voués à la promotion d'une imagerie politique, à partir de techniques empruntées à la psychologie. Ces techniques sont connues et théorisées depuis longtemps⁵...et ont d'ailleurs été récupérées avec profit par les publicitaires professionnels! Il s'agit de fabriquer l'opinion publi-

⁴ Robert Ménard, président de "Reporters sans Frontières", parle d'esprit *apatride* pour le journaliste dans l'exercice de sa profession.

⁵ notamment par Hitler dans *Mein Kampf* et par Tchakhotine dans *le Viol des foules par la propagande politique*.

que en anesthésiant sa pensée, son sens critique et sa capacité de raisonnement pour ne susciter chez l'individu que des pulsions: des mythes, des symboles plutôt que des concepts, des affirmations plutôt que des explications. Cette forme de traitement de l'information trouve tout son intérêt dans les situations de crise où la cohésion collective devient primordiale.

Les règles de la propagande sont simples et les mêmes sous toutes les dictatures, utilisant un certain nombre de recettes parmi lesquelles on peut citer la simplification du sujet traité, l'unicité de l'ennemi, le filtrage de l'information, le grossissement de certains faits ou événements, la recherche de l'unanimité des masses par le phénomène de la "contagion psychique".⁶

Les Etats démocratiques s'interdisent en théorie d'user de tels procédés. Mais il est vrai que face à des événements exceptionnels et au nom de la raison d'Etat, ils peuvent recourir aux techniques classiques de la *propagande sous des formes édulcorées et plus raffinées*. L'agence gouvernementale américaine (USIA: United-States Information Agency) par exemple se charge de propager de par le monde la version américaine d'événements tels que l'invasion de la Grenade ou de Panama. Quand il n'y a pas d'autres sources d'information possibles, comme c'est le cas actuellement avec les accusations portées par les USA à l'encontre de la Corée du Nord à propos de l'arme nucléaire, il y a de fortes chances que les médias prennent le relais sans qu'il soit possible de confirmer ou d'infirmer à partir de preuves. La propagande n'est donc pas exclusivement associée à la notion de totalitarisme et peut connaître des différences de degrés sinon de nature.

Mais dans l'ensemble, les sociétés occidentales sont très familiarisées avec le monde des médias dont elles connaissent parfaitement les règles de fonctionnement. Elles cherchent donc davantage à en user qu'à l'abuser. Elles pratiquent rarement la propagande directe et ne s'autorisent la censure que dans le cadre des dispositions réglementaires du "secret défense", même si l'usage qui est fait de cette facilité semble parfois détourné de sa raison d'être.

2.3) - Rapports entre crise et information

Selon leur rapport à l'information, les crises présentent du point de vue occidental un "profil" médiatique. On peut ainsi établir une typologie médiatique des crises en les regroupant dans quelques grandes familles:

- *les ignorées*: celles-ci peuvent l'être par contrainte technique ou physique, le terrain de travail de la crise étant difficilement pénétrable par les médias pour des raisons géographiques, humaines ou politiques [Tibet, Sud Soudan, Angola...]. Elles peuvent l'être encore par méconnaissance[Azerbaïdjan...] ou par complexité[Afghanistan], sachant qu'une crise trop inextricable n'attire guère l'intérêt des médias si les enjeux qui la motivent paraissent lointains. Enfin, si les médias sont déjà hypothéqués par le suivi d'autres événements majeurs, ils n'auront pas la capacité de couvrir un événement supplémentaire: la tragédie libérienne fut ainsi sous-médiatisée, certes à cause des dangers qu'elle faisait encourir aux journalistes, mais aussi en raison de la "concurrence" disproportionnée de la guerre du Golfe qui accaparait alors la quasi-totalité de l'espace médiatique et des moyens d'investigation.

- *les contrôlées*, qui supposent la maîtrise de l'essentiel des circuits d'information par l'autorité politique ou militaire. Dans l'environnement actuel, c'est la voie obligatoire pour l'engagement offensif majeur de grands pays: la guerre du Golfe en fut bien sûr une illustration

⁶ sur ce sujet, se rapporter aux analyses de Francis Balle dans *Médias et Sociétés*.

avec ses "pools" de journalistes à la merci de chaperons militaires. L'isolement géographique du théâtre facilite un tel contrôle qui demeure toutefois relatif: reposant essentiellement sur la dépendance physique et matérielle des journalistes et sur l'acceptation par ces derniers de règles les limitant dans la pratique de leur profession, ce contrôle ne s'exerce pas sur des organismes suffisamment puissants pour être indépendants tels que CNN, ni à fortiori contre les informations divulguées par l'adversaire. Ainsi, la tentative de maîtrise de l'information par les Britanniques pendant la guerre des Malouines fut elle débordée par les médias argentins qui informaient le peuple anglais avant les réseaux officiels.

- *les ouvertes* qui sont généralement les plus difficiles à gérer car sensibles à la versatilité des opinions comme à la manipulation ou à l'exploitation par l'adversaire des erreurs commises. Le cas le plus connu de transparence quasi-totale est celui de la guerre du Viet-Nam. Quotidiennement, la télévision déversa dans tous les foyers américains ses images d'horreurs. Echaudés par cette expérience, les Américains choisirent un système plus contrôlé pendant la guerre du Golfe, bien qu'il soit difficile en réalité d'établir objectivement quelle part de responsabilité les médias ont pu avoir dans l'échec du Viet-Nam. Mais à un moindre degré, ils en furent à nouveau victime à Mogadiscio où leurs erreurs furent mondialement diffusées et astucieusement exploitées par le général Aïdid.

Une autre caractéristique de ce profil médiatique est qu'il peut, en cours d'action, ouvrir une capacité d'action ou la stopper net selon les événements et les réactions qu'ils suscitent dans l'opinion publique: c'est l'émotion provoquée par l'attentat du Drakkar qui amena la France à se retirer du Liban. Selon les dires du Général Schwartzkopf, la crainte d'une réaction négative de l'opinion américaine face aux souffrances infligées aux Irakiens ne fut pas le moindre des arguments dans la décision de ne pas pousser l'offensive américaine jusqu'à Bagdad lors de la guerre du Golfe.

- *les horribles*, si elles présentent des similitudes avec la catégorie précédente, en diffèrent en ce que le sursaut émotionnel et philanthropique en est le principal sinon le seul moteur. Elles s'appuient essentiellement sur la présence de caméras à l'arrivée des coups chez les victimes pour jouer sur la force de l'indignation des opinions. La marge de manoeuvre politico-militaire est ici subordonnée à l'escalade de l'horreur (ainsi "l'obus" du marché de Sarajevo est-il le fait médiatique déclencheur de l'action de l'OTAN jusque là paralysée). C'est l'intensité du "haut le coeur" médiatique qui étalonne l'ampleur de la riposte: pas d'horreur, pas d'action.

Mais pas de dramatisation par les médias, pas d'action non plus. Si grande que soit l'horreur, une médiatisation modérée mobilise peu: dans le cas du Rwanda, la lenteur et la timidité des réactions initiales sont peut-être le reflet d'une campagne médiatique peu "stimulante" à ses débuts.

Car tous les morts n'ont pas le même poids: ceux qui sont "médiatisables" pèsent plus lourds. D'où la tendance systématique à l'exagération du nombre des victimes⁷, qui doit sans doute autant à la volonté des sinistrés ou des agressés de réveiller la communauté internationale, qu'aux propres emballements de la machine médiatique. L'affaire des charniers de Timisoara en est une célèbre illustration.

⁷ selon Rony Braumann, ancien président de "Médecins sans frontières", on peut considérer qu'un tremblement de terre fait systématiquement quatre fois moins de victimes que le chiffre annoncé.

3. Comment gérer l'information?

Dans les situations de crise moderne, les forces armées ne sont qu'une partie de l'action politique générale dont elles n'ont aucunement la maîtrise. A la complexité conférée par le caractère le plus souvent international des interventions, s'ajoutent la coexistence de cadres d'intervention multiples et la grande variété des actions, qui requièrent à la fois une grande flexibilité dans l'organisation et une bonne intelligence de la situation de la part des chefs militaires. C'est dans cette alchimie complexe et délicate qu'interfère la presse, désormais partie intégrante de la gestion politico-militaire de la crise.

3.1) - La pratique actuelle

L'influence considérable que l'opinion publique peut exercer sur le déroulement des événements n'est plus à démontrer. Une campagne de presse pèse sur les choix d'un gouvernement. Des images fortes déclenchent la réaction d'organisations internationales.

La vivacité médiatique prend de vitesse toute décision. Les chefs politico-militaires sont de moins en moins souvent sur le chemin d'une information livrée brute et en temps réel, et le recul du secret qui offrait autrefois au chef le loisir d'attendre pour décider n'existe plus. Les publics sont devenus impatient, réactifs et en même temps très oublieux, une image chassant l'autre à un rythme que la mémoire ne peut suivre.

De plus les médias agissent comme des "impulseurs" politiques, s'apparentant au-delà de leur traditionnel rôle de contre-pouvoir, à une forme de pouvoir, certes sans consistance institutionnelle, mais néanmoins effectif et échappant aux formes classiques de régulation des pouvoirs. Soumis à un phénomène d'entraînement mutuel, ils offrent une formidable caisse de résonance aux jugements publics de l'action d'un gouvernement et peuvent alors prendre à contre-pied l'action diplomatique envisagée initialement.

Les marges de manoeuvre dans l'espace et le temps dont dispose un chef politique dans le déroulement des opérations militaires peuvent ainsi s'avérer très étroites selon l'attention que les grands médias portent à la situation. CNN montre le départ du coup de canon, son arrivée, les victimes, et demande pourquoi il n'y a toujours pas eu de riposte, alors même que le décideur de l'ONU n'est pas encore averti de la présence du canon sur le champ de bataille.

C'est pourquoi face aux situations de crise, les gouvernements développent une politique de communication qui se traduit schématiquement par trois attitudes vis à vis des opinions publiques:

- *la sensibilisation* par le biais de campagnes d'anticipation orientées ou neutres, pour préparer l'opinion ou pour la tenir simplement en éveil en prévision de décisions à venir. Certaines émissions de télévision du début de l'année 1994 concernant la Bosnie semblaient obéir à ce souci, sans qu'elles aient par ailleurs cherché à infléchir le public en faveur de telle ou telle solution,

- *l'atténuation*, dont l'effet recherché est de minimiser ce qui serait susceptible d'émouvoir l'opinion dans un sens peu compatible avec les orientations retenues,

- *l'exagération* qui peut aller de la simple exploitation d'un fait réel jusqu'aux opérations de manipulation, selon les barrières morales que se fixent les différents Etats dans leur rapport avec l'information. A cet égard, le battage fait à l'époque de la guerre du Golfe autour du mythe de la "4° puissance militaire du monde" appartient sans doute à cette famille d'attitude.

Du côté militaire *la communication fait désormais partie intégrante des opérations*. Il est d'ailleurs significatif que depuis quelques années, un paragraphe "médias" ait été

inséré dans les cadres d'ordres d'opérations. On n'hésite plus à parler de "manoeuvre des journalistes"...et de leurs satellites naturels que sont certaines personnalités utilisant plus ou moins les journalistes au profit de leur stratégie personnelle, dont le défilé sur le théâtre des crises nécessite une gestion particulière.

Les responsables s'attachent à préparer *a priori* la mise en forme officielle de l'action et élaborent un message prenant en compte non seulement les objectifs stratégiques poursuivis, mais encore l'image finale que l'opinion publique conservera dans sa mémoire. Il s'opère ainsi un bouclage permanent avec les médias qui nécessite un engagement personnel à chaque niveau de la chaîne de commandement.

Le commandement définit un message cohérent avec l'idée de manoeuvre que l'on entend mener, si possible soutenu par une image simplificatrice ou une formule "choc" auquel le public "cible" se raccrochera. C'est ainsi que dans le cadre de l'APRONUC au Cambodge, le commandant du bataillon français⁸ avait su accompagner son action de la formule-slogan de "petite paix des rizières", bien adaptée à la psychologie et à la culture des populations locales, et facilement propageable par les médias.

Aux échelons subalternes, dans les relations avec la presse, tout en se gardant de sortir de son rôle, chaque militaire engagé dans la crise intègre son rôle de communicateur et connaît à la fois le sens des opérations conduites et le langage à tenir.

Mais cette politique de communication se caractérise par le fait qu'elle est globalement défensive: toujours soumise à la pression d'un maëlstrom médiatique qui la précède, elle s'efforce d'en corriger sinon d'en maîtriser les effets, par ajustement successifs d'un schéma directeur unique et relativement simple. A l'affût des moindres informations, les décideurs tant politiques que militaires sélectionnent soigneusement celles qui sont susceptibles de devenir un événement médiatique.

Dès lors, face à une situation de crise, ils catégorisent les informations selon trois critères:

- ce qui peut être dit
- ce qui ne sera dévoilé que si les médias s'en emparent
- ce qui ne devra jamais être révélé.

Cette méthode a le mérite du pragmatisme. Elle permet dans la majorité des cas de réagir à temps aux emballements de la machine médiatique. Mais elle suppose une certaine forme de contrôle, même amoindrie, des circuits de diffusion de l'information. Elle sous-entend une capacité d'action sur l'information, essentiellement par pression directe ou indirecte sur les informateurs.

Or, on l'a vu, cette puissance des pouvoirs publics est en passe d'être battue en brèche par l'accès aux moyens d'information d'acteurs non contrôlables, et par l'irruption dans la crise d'acteurs non-nationaux peu sensibles à la rhétorique des Etats. La conjonction de ces deux phénomènes amène à s'interroger sur la pertinence d'un schéma unique dont il n'est pas certain qu'il permette de répondre à la pression médiatique de demain.

3.2) - De nouvelles postures de gestion de l'information

L'arrivée des journalistes modifie désormais le comportement des belligérants. La médiatisation d'un acte hostile ou d'une tragédie démultiplie son efficacité et lui confère une autre réalité que la sienne propre, comme l'ont compris les mouvements terroristes depuis déjà fort longtemps.

⁸ Colonel de Kermabon, alors chef de Corps du 1^o Régiment Etranger de Cavalerie.

Il faut également compter maintenant avec les organisations humanitaires, qui sont souvent les premiers relayeurs dans la propagation des informations: leur stature morale rend *a priori* "leur" version crédible, alors qu'elles sont parmi les plus faciles à duper du fait de leur dépendance et de leur vulnérabilité sur le terrain.

En outre dans le cadre d'interventions militaires à caractère non-offensif, les moyens d'action sont limités puisqu'on s'interdit par principe l'usage de la force. Les règles d'engagement en ex-Yougoslavie brident tellement les capacités d'action des forces agissant sous mandat de l'ONU que l'action militaire traditionnelle n'y a pratiquement pas sa place.

Dès lors, la perte du contrôle de l'information peut mettre dirigeants politiques et chefs militaires dans la situation inconfortable d'être eux-mêmes les jouets de manipulations, voire d'être utilisés comme instruments de la manoeuvre médiatique de l'adversaire. Or le schéma occidental classique de traitement de l'information ne permet pas de parer à ce type de menaces.

A cet égard, la situation que l'on connaît en ex-Yougoslavie fait figure de véritable cas d'école⁹: la stratégie médiatique des belligérants y est une des principales clés de la crise, mais en l'absence de capacités de riposte adaptées à cette forme particulière d'agression, et enfermés dans une opération internationale qui dilue les responsabilités de communication, les militaires sont nettement pris au dépourvu. Censés être neutres, ils se voient "instrumentalisés" par les différents antagonistes, sans possibilité d'enrayer le processus provocation/implication dont ils sont prisonniers. S'autoriser des modes d'action de type médiatique élargirait sans doute notablement leur liberté d'action et leur crédibilité.

Ainsi, en plus de la classique *posture défensive* décrite ci-dessus, on pourrait envisager d'autres postures médiatiques adaptées aux différents scénarios de crise où sont appelés à intervenir des forces d'interposition ou d'assistance:

- *la posture réactive* dans les crises où l'action médiatique d'un des belligérants contrecarre l'action de la force neutre et grève ses possibilités d'action. Deux types d'action sont envisageables dans ce cas de figure:

* les actions répressives contre les moyens techniques de diffusion de "l'adversaire médiatique", par brouillage ou par destruction matérielle. C'est cette dernière solution qui fut adoptée par les forces américaines pour neutraliser l'émetteur radio du général Aïdid à Mogadiscio.

* les contre-actions médiatiques, soit sous formes d'offensives de communication à l'intérieur de la sphère médiatique internationale en utilisant au besoin les techniques de "marketing" de l'adversaire, soit par le relais de médias de circonstances destinés à atteindre précisément la population-cible: la radio de l'APRONUC au Cambodge visait à ce résultat, bien qu'elle soit finalement devenue davantage l'organe de communication interne de l'ONU plutôt qu'une source d'information pour le peuple cambodgien.

- *la posture active*, soit pour les crises dont la gestion requière d'exercer une pression non-violente sur l'une ou l'autre des parties prenantes insensible par ailleurs aux pressions diplomatiques et aux démonstrations de force, soit pour les crises où, comme en Bosnie, les belligérants développent une authentique stratégie médiatique instrumentalisant à leur profit l'acteur "neutre". Dans ce dernier cas il faut pouvoir déjouer le piège médiatique en élaborant une stratégie d'action sur le terrain même de la menace: les médias.

L'avantage revient alors à celui qui est capable de créer un "objet-information" de façon opportune, et de l'insérer dans le monde médiatique à l'instant de son choix pour agir comme un levier sur l'opinion publique.

⁹ lire en annexe l'étude de Pierre Conesa sur la guerre de l'information en Yougoslavie.

Cette méthode permettrait, non pas de maîtriser l'information -ce qui sera de plus en plus une chimère- mais de se servir de ses effets de manière préméditée pour obtenir le but recherché. Elle suppose une véritable stratégie globale de l'information avec des objectifs à terme, une idée de manœuvre, la compréhension de la manœuvre médiatique de l'adversaire, des moyens adaptés et une liberté d'action suffisante.

Au niveau inférieur, qu'on pourrait qualifier "d'opératif", de véritables spécialistes des opérations médiatiques s'emploieraient à concevoir les événements qui concrétiseront la réalisation de la stratégie arrêtée. Pour garantir leur efficacité, la fabrication des événements devrait s'attacher à ce qu'ils soient *lisibles, significatifs, opportuns, acceptables et contrôlables*. Tels pourraient être les critères déterminants dans la préparation d'une action médiatique.

- La *lisibilité* d'un événement est fonction de la possibilité qu'ont les journalistes de s'en faire l'écho, surtout s'il s'agit d'une action militaire. Un tel résultat ne peut être obtenu que si l'événement est facilement interprétable et irréfutable, donc observable. Le raid aérien français sur Baalbek en 1982 fut sans doute militairement réussi, mais ce fut un ratage médiatique parce que mal annoncé, et surtout invérifiable. La même erreur s'est reproduite récemment pour les raids aériens de l'OTAN sur les positions serbes autour de Goradze¹⁰. Le "choix d'un événement", qu'il soit militaire ou non, doit donc se faire en fonction du caractère spectaculaire qu'aura sa concrétisation et dont dépendra sa dimension médiatique.

- Le caractère *significatif* d'un événement lui donne sa force. Le signe qu'il émet ne sera compris par le public et donc par l'adversaire médiatique que s'il est suffisamment symbolique. Une action de rétorsion, par exemple, doit correspondre à l'idée que s'en fait l'opinion.

- L'*opportunité* d'un événement médiatique se mesure à l'aune de la sensibilité de l'opinion au moment où il sera rendu public. Pour éviter de gaspiller un potentiel médiatique, il faut donc soit attendre le moment où l'impact de l'événement sera le plus efficace si la situation le permet, soit créer les conditions de cette opportunité médiatique en préparant l'opinion.

Ainsi, la mise en cause d'agissements inhumains, ou de violations d'embargo ou de tout autre acte qu'on veut utiliser à des fins stratégiques ou politiques, doit se faire autour de faits précis soigneusement sélectionnés et parfaitement "mis en forme médiatique" à l'avance. Le déclenchement peut alors s'effectuer dans un contexte choisi et préparé, soit après une période de creux médiatique si on souhaite bénéficier de "l'effet d'annonce", soit au contraire après une montée en puissance progressive de l'indignation collective.

- L'*acceptabilité* d'une action à caractère médiatique doit s'apprécier en fonction de la sensibilité et des normes morales des populations-cibles: les choquer serait contre-productif.

- Enfin, le caractère *contrôlable* d'une manœuvre médiatique est probablement l'aspect le plus délicat à maîtriser compte-tenu de la relative imprévisibilité des réactions collectives. Il ne peut être obtenu qu'au prix:

- * d'une connaissance approfondie de l'adversaire médiatique,
- * d'une grande cohésion de l'ensemble des acteurs: hommes politiques, militaires, Affaires Etrangères, ONG...,
- * d'une certaine "fiabilité" du monde médiatique soit par consensus implicite, soit, le cas échéant, par recherche d'entente avec les journalistes et les organes de presse nationaux, voire par contrat dans le cas des opérateurs privés,

¹⁰ cf annexe déjà citée

* d'indications sur la psychologie des opinions, éventuellement par le biais de sondages.

C'est pourquoi dans la préparation de l'action, l'analyse préalable doit s'attacher à déceler les éventuels facteurs de dérapage pour les circonvier ou modifier l'action envisagée.

Pour mener à bien de telles opérations, l'intégration et la maîtrise de l'ensemble des paramètres ne pourrait se faire qu'au sein d'organismes spécialisés agissant en liaison directe avec le commandement.

*

* *

CONCLUSION

"La place de l'information a des effets bénéfiques pour la transparence dans la prise et l'application des décisions...Mais les médias hiérarchisent les événements, les zones de tension et de conflit, les faits graves et douloureux, selon des critères et des valeurs propres qui diffèrent parfois de ceux du monde politique et de l'analyse, par les Etats, de leurs intérêts stratégiques...

L'effet médiatique peut créer un environnement contraignant, incitant à l'intervention et au recours à des moyens militaires sous le coup d'une émotion forte et générale, dans la précipitation.

Le développement des réseaux d'information continue introduit le temps réel dans les prises de décision, imposant aux décideurs non seulement le canal des médias mais aussi leur rythme propre. Les possibilités de manipulation et de désinformation sont les revers de l'information généralisée et il convient d'exercer une grande vigilance dans ce domaine.

Le développement et la possession d'outils médiatiques internationaux apparaissent ainsi à la fois comme un facteur de puissance et une source de faiblesse. Pour ceux des Etats qui disposent de la gamme complète des médias internationaux...elle autorise un recueil et une circulation d'informations sans précédent et favorise la diffusion des messages que l'on souhaite faire passer.

Ces nouvelles règles du jeu entrent dans la réflexion stratégique et imposent une attention particulière dans la conduite des opérations. Les médias ne sont plus seulement des spectateurs mais des acteurs des crises et des conflits, qui pèsent sur leur conduite et leur issue.

En conséquence, la planification devra prendre en compte, de plus en plus tôt, leur présence sur le théâtre d'opération. La gestion médiatique devient l'un des éléments de la stratégie militaire. L'information est désormais au coeur de toute politique de défense."

Ainsi le *Livre blanc sur la défense* résume-t-il les relations entre l'information et la stratégie en temps de crise. On ne saurait mieux dire pour conclure cette étude.

Mais devenant un élément de la stratégie, la gestion médiatique ne peut se limiter aux seules stratégies défensives: on sait ce qu'il advient de celles-ci lorsqu'elles sont exclusives de toute autre posture d'affrontement. Or il s'agit bien de rapports de forces médiatiques, qui pèsent sur l'issue politique de la crise.

Tenant compte des tendances qui modèleront les liens entre les opinions et leur système d'information et qui ouvrent prodigieusement le champ des actions médiatiques, les armées d'interposition et d'assistance ne peuvent en laisser le monopole aux seuls fauteurs de troubles. Il y va du crédit de leur aptitude à maîtriser des crises qui ne se résolvent plus par la politique de la canonniers, mais qui peuvent se perdre sur le front des opinions publiques.

§

Paris, Juin 1994.

ANNEXE

NOTE de Pierre CONESA

OBJET : La guerre de l'information en Yougoslavie

L'épisode de Gorazde a rappelé les caractéristiques très particulières de la guerre en Yougoslavie, dans le domaine de l'information.

1) Les spécificités du conflit

La crise bosniaque est une **guerre civile, dans un pays balkanique, à peine sorti du communisme.**

La guerre civile provoque des actes de sauvagerie dont l'intensité se prête à une couverture médiatique. En termes d'images, de récits ou de chiffres, l'ampleur des faits -avérés ou pas- semble établie de par la nature même du conflit. La dénonciation des viols de femmes, pratique dont la réalité n'est pas contestable, a donné naissance à des chiffres que personne n'était en mesure d'établir mais que tout le monde a répété.

La tradition balkanique se manifeste dans la référence médiatique à un vécu historique et géographique à forte tradition thanatocratique. Les combattants se qualifient de vocables historiques : Tchetsnik, Oustachis ou Mudjahidine, chacun ayant son "look" particulier. Derrière ces qualificatifs c'est le poids de l'histoire qui pèse : rappel des vengeances liées à des épurations antérieures, référence à des sauvageries précédentes, affichage de droits historiques... Le criminel de guerre est devenu en peu de temps un personnage médiatique (Arkan, Seselj). Le référent historique est donc un argument politique et médiatique qui est utilisé dans la propagande officielle de chacune des parties : on a rarement vu une guerre où les cartes de géographie aient pris tant de place.

Enfin **la tradition communiste** se manifeste dans la façon de gérer l'information par chacun des belligérants :

- L'objectif stratégique des **Serbes** étant la conquête de territoires "ethniquement purs", ils ont choisi l'opacité et la propagande. Les journalistes, comme les observateurs de la FORPRONU ou la majorité des organisations humanitaires, sont interdits de séjour dans la majorité des zones serbes¹ ou, à la rigueur si autorisation est donnée, elle l'est par Belgrade, manière comme une autre d'amener à la reconnaissance de la Grande Serbie. Les opérations militaires serbes sont menées sur des objectifs non encore médiatisés : ex. : Srebrenica, Gorazde ou Vukovar. Par contre, la pression médiatique comme levier de l'opinion publique internationale peut conduire les Serbes à des reculs tactiques comme ils l'ont fait à Sarajevo après l'ultimatum. Il est en effet significatif de constater que sur le plan de l'information, les Serbes n'ont pas sérieusement² discuté l'origine de l'obus du marché qui fut la cause de l'ultimatum, considérant que la cause était perdue (ou reconnaissant avoir eu à faire à plus fort qu'eux en matière de manipulation).

¹ Récemment une équipe de la télévision néo-zélandaise a été purement et simplement dépouillée par des miliciens serbes.

² On se souvient que les Serbes tentèrent par un montage de télévision très maladroit de contester le nombre de décès et la réalité de l'obus.

ANNEXE

Par contre, dans la plus pure tradition des dictatures du XXème siècle, les Serbes annoncent ce qu'ils vont faire, et font ce qu'ils disent (ex déclarations du général Mladic sur l'avenir des zones de sécurité lors de l'adoption de la résolution 836). Cette franchise des dictatures a toujours posé, et continue à poser, des problèmes de crédibilité aux média et aux gouvernants des démocraties.

En termes de techniques de propagande, le régime de Miletovic a tout misé sur la télévision qui, en lui permettant d'atteindre les populations éloignées, lui assure la maîtrise des esprits des Serbes de toute la région. En échange, une certaine liberté est accordée en RFY à une pauvre presse écrite, médiocrement imprimée sur du papier à peine blanchi (Borba, Politika...) qui ne touche que quelques intellectuels des grandes villes.

- **Les Bosniaques** ont été privés très vite de moyens d'information propres. Un des premiers objectifs des forces serbes autour de Sarajevo a été la destruction des antennes de la télévision bosniaque pour empêcher la capitale d'émettre en province. En position de faiblesse militaire, les Bosniaques ont vite compris l'utilité des médias internationaux. L'objectif stratégique des Bosniaques pour desserrer la supériorité militaire des Serbes est de provoquer l'intervention de la communauté internationale par le biais de l'opinion publique sensibilisée par les médias. Bénéficiant d'un capital de sympathie auprès des journalistes, ils jouent autant que faire se peut, la transparence qui assure la popularité de leur cause mais aussi permet si nécessaire de faire passer des messages. Ainsi, les chiffres de population bosniaque, même d'une ville comme Sarajevo, restent aléatoires dans la mesure où ils conditionnent le volume de l'aide internationale, Cette relation privilégiée avec les médias occidentaux permet de gérer, au mieux, les crises, par un processus de dramatisation médiatique qui s'est déjà répété en de nombreuses occasions. Ainsi tout au long de la crise de Gorazde, les dirigeants bosniaques n'ont cessé de gonfler les données chiffrées qui permettaient de donner plus de crédibilité à leur appel à l'intervention internationale. La rapidité de l'écho donné par les média aux impulsions bosniaques, oblige les dirigeants occidentaux à des déclarations ou des prises de position politiques plus rapides que la démarche de l'analyse critique ne l'autoriserait. Ainsi les images du marché de Markale interdisent de contester avant longtemps l'origine des tirs mortels.

La technique militaire bosniaque s'est adaptée à cette politique des médias. Les opérations militaires faites par commandos ou coup de main contre les forces serbes, sont infra-médiatiques. Par contre, la réplique serbe par armes lourdes est très médiatique. L'obus serbe pèse plus lourd, en termes d'information internationale, que le coup de main bosniaque.

- **Les Croates** restent en deçà des autres parties. Longtemps restés dans la tradition yougoslave, ils ont fait régner à Zagreb, le ton d'une propagande aussi raciste que celle de Belgrade. Ils ne supportaient pas les journalistes et les médias se sont détournés des zones croates. Aujourd'hui, ils cherchent à remonter le courant par une énorme opération de séduction menée par les diplomates en poste dans les grandes capitales occidentales (invitations de l'association Reporters sans Frontière, de journalistes de Libération et du Monde...).

La guerre en Yougoslavie a donc, comme tout conflit moderne, une forte dimension médiatique. On peut dire rapidement que **tout le monde ment aux médias** mais avec des techniques différentes. Il n'est **pas possible de dire qui ment le plus** aux Occidentaux, des Serbes qui allient propagande brutale, secret sur les objectifs militaires, et franchise sur les objectifs stratégiques ou des Bosniaques qui mélangent liberté de travail des journalistes et manipulation.

ANNEXE

2) Les acteurs internationaux et le problème de l'information

Trois systèmes d'information couvrent la guerre en ex-Yougoslavie :

a) La prolifération des organisations humanitaires (HCR et ONG) constitue une des spécificités de la crise bosniaque. Elles ont un dispositif qui répond à la géographie de la crise.

A Gorazde, étaient surtout présents HCR, MSF, CICR. Celles-ci sont donc, par nature, source de problèmes pour les Serbes qui cherchent, par des moyens plus ou moins avouables, à les détourner. Ainsi le procès contre les gens de Première urgence, ou le minage des routes devant les convois de MSF évacuant les blessés de Gorazde, sont-ils des avertissements qui se veulent dissuasifs.

Les organisations humanitaires bénéficiant dans les médias et dans l'opinion occidentale d'un présupposé de crédibilité, constituent un moyen privilégié d'action des Bosniaques. On se souvient par exemple qu'avant l'hiver dernier, une catastrophe humanitaire était annoncée pour Sarajevo. On sait qu'il n'en était rien. Ainsi l'organisation MSF s'interroge-t-elle aujourd'hui sur le chiffre de 65 000 personnes à Gorazde, chiffre qu'elle tenait des autorités de la ville et qu'elle a elle-même contribué à diffuser, alors que la population de la poche semble être plus proche de 35 000.

Les organisations humanitaires ont vécu difficilement le déroulement de la crise yougoslave depuis sa naissance. Elles cherchent donc par tous moyens à éviter de voir se renouveler des épisodes comme Vukovar ou Srebrenica. Rony Brauman, président de MSF, reconnaît que ces deux précédents historiques ont pesé dans son souci de faire diffuser au plus vite les informations sur Gorazde, sans pouvoir mesurer le moment où le témoignage visuel direct des médecins de son organisation avait laissé la place à l'information indirecte, puis à la manipulation des Bosniaques. On se retrouve donc dans une situation surprenante dans laquelle l'appel à l'intervention militaire occidentale souhaitée par les Bosniaques est véhiculée par certains représentants d'organisations humanitaires (M.Kouchner...). La crise de Gorazde a porté un coup sérieux à la crédibilité des organisations humanitaires en matière d'information.

b) Les médias

La première caractéristique médiatique de la guerre en Bosnie est la faible place qu'y tient la télévision par rapport aux autres médias, si on compare avec ce que fut, par exemple, la guerre du Golfe. Conflit de longue durée, ne fonctionnant pas dans les heures de "Prime Time" (19 h - 22 h) comme les bombardements ou les missiles de Bagdad, la crise bosniaque se prête mal à la télévision moderne qui privilégie le direct. L'image y joue donc un rôle moins important. Par exemple -faut-il y voir le résultat de la faible mobilisation américaine ?- CNN n'a pas pu déployer ses réseaux des deux côtés du front et occupe une place moins centrale dans le conflit. La télévision qui travaille tout autant dans les capitales occidentales (Paris, Genève...) qu'à Sarajevo ne joue pas une fonction de dramatisation mais plutôt de sensibilisation (grandes retransmissions en direct d'actes de solidarité plutôt que d'actes de guerre). De même, elle relaie plutôt des réactions à l'information (par exemple prises de position dans les grandes capitales) que des faits de terrain à proprement parler.

Les journalistes des médias écrits fonctionnent en Bosnie selon les principes des grands reporters : concentration forte de population dans certains endroits donnés (ex. : Hôtel Intercontinental à Sarajevo) et échange d'informations. Peu de journalistes font un travail de recoupement pour évaluer chiffres ou données de base (exemple cité par l'AFP, le décompte

ANNEXE

dans les cimetières à Sarajevo permettrait d'être très critique sur les nombres réels de décès), Par contre, beaucoup de reportages d'ambiances sont faits sur différents endroits des zones bosniaques. Les journalistes produisant peu d'informations par eux-mêmes. sont donc dépendants des moyens locaux : autorités bosniaques ou surtout radios amateurs (qui n'ont jamais été aussi nombreux et qui s'avèrent être le plus souvent les plus gros producteurs d'informations "approximatives"). Confrontés à cette guerre du mensonge, certaines rédactions se sont divisées. Ainsi la rédaction serbo-croate de BBC International a éclaté en une rédaction serbe et une croate. Par contre, celle de RFI a su préserver son unité.

Les journalistes restent dans un schéma installé dès le début du conflit : agression serbe, horreurs serbes. Les stratégies locales des belligérants ne sont donc pas toujours analysées par la presse : prestation de services des Serbes aux musulmans de la poche de Bihac contre les troupes fidèles à Sarajevo, chute surprenante de certaines villes,.. ou tout simplement nature des modus vivendi qui s'établissent dans certaines zones durablement et étonnamment calmes.

Les journalistes sont parfois manipulés par les Serbes mais selon des techniques encore un peu rustiques. Ainsi, les rares images de télévision de Gorazde ont été prises depuis les lignes serbes par une équipe de Reuter TV venue de Belgrade, pendant les périodes de calme pour montrer que la ville n'était soumise à aucun bombardement.

c) Enfin, l'ONU fonctionne en termes d'informations, à deux niveaux :

- La FORPRONU est une machine d'information homogène et hétérogène à la fois.

Son réseau d'observateurs reste très dépendant de la bonne volonté des Serbes comme on l'a vu sur Gorazde. Globalement, les responsables militaires ne veulent pas de glissement militaire dans l'intervention internationale, et contribuent donc dans un même mouvement à minimiser les violations des ultimatums ou la gravité des situations quitte à reconnaître à posteriori, une fois la tension retombée, que des problèmes subsistent. La crédibilité de l'action internationale souffre beaucoup de cette politique d'opacité quand l'information est d'abord révélée par d'autres sources puis confirmée par la FORPRONU (on se souvient par exemple du "char volant" de mai 1994).

Les contingents des différentes nationalités fonctionnent chacun selon leur logique propre. Entrent alors en considération le degré d'exposition aux provocations, la ligne politique de leur gouvernement, etc... Ces divergences d'appréciations donnent alors lieu à guerre des communiqués, voire à "fuites orchestrées". Ainsi le 14 avril 1994, les contingents danois de Tuzla pris sous le feu de l'artillerie serbe, demandent aux autorités de la FORPRONU une opération d'appui aérien qui leur est refusée parce que, au même moment, la crise est à son paroxysme à Gorazde. Les officiers danois qui trouvent leur situation amère racontent l'épisode à un journaliste de l'AFP, 15 jours plus tard.

Ainsi la FORPRONU se trouve confrontée à des professionnels de la gestion de l'information et faute de moyens unifiés de renseignement et d'unicité de sa politique de communication, reste une machine d'information hétéroclite qui contribue à brouiller les caractéristiques du conflit.

ANNEXE

- **La communauté des grandes puissances³** représentée par exemple par le Conseil de Sécurité, fonctionne selon un principe de **consensus forcé, déclenché par effet de cliquet médiatique**. Quand la pression des médias et des opinions est trop forte, la communauté internationale qui refusait de céder, franchit brutalement une étape. Ainsi la crise de Gorazde s'est d'abord traduite soit par des déclarations publiques niant la crise, soit refusant le principe même de l'intervention militaire (Américains) ou tout simplement par absence de prises de position (Britanniques). Puis, la pression médiatique devenant trop forte, l'ultimatum est formulé qui fait franchir une étape militaire à la communauté internationale. La volte-face politique ne permet que rarement de trouver une campagne de communication adaptée.

La communauté internationale est donc la seule partie au conflit qui n'a pas à proprement parler de politique de gestion de l'information et des médias face à des belligérants qui lui mentent. Pour les raisons évoquées plus haut, elle se trouve démunie de moyens de communication propres. Les médias de souveraineté (RFI, BBC International, Deutsche Well, RFE...) restent insuffisants en moyens et en temps de diffusion pour contrer la propagande de chaque camp. Il paraîtrait donc utile que la Communauté internationale et la FORPRONU pensent en termes plus médiatiques sa position à deux niveaux :

- D'abord elle doit **imposer** à son instrument d'application sur le terrain, à savoir la FORPRONU, **une unité de posture de communication**, tant pendant les crises qu'après, éventuellement en procédant a posteriori à des **opérations vérités** sur des lieux de crise particuliers (ex : Gorazde). Ce type de politique suppose une gestion du problème des journalistes. Ceux-ci d'une façon ou d'une autre ont les mêmes intérêts que la communauté internationale. Il **faudra leur donner un statut international particulier** dans les crises du type de la Yougoslavie, et c'est **dans le cadre de l'ONU** que ce débat doit se poser.

- Ensuite, dans le mode de gestion de l'outil militaire, la communauté internationale doit penser en termes plus médiatiques **l'usage des moyens militaires, tant pour les utiliser que pour les refuser**. Les ultimatums, dans les termes où ils ont été formulés, ne se prêtent pas à une exploitation médiatique. Les objectifs choisis pour le Close Air Support sont des cibles mobiles dans des zones non couvertes par les journalistes ; dès lors l'amplification médiatique joue peu. Ainsi les effets militaires des deux raids aériens sur les positions serbes autour de Gorazde ont été discutés. **L'usage qui se veut plus politique que militaire de l'arme aérienne, supposerait probablement que la communication soit mieux conçue en amont de toute opération** pour que l'impact politique n'en soit pas limité aux chefs civils ou militaires belligérants mais aussi aux opinions publiques.

³ Ce qualificatif commode recouvre bien évidemment une entité qui n'existe pas en tant que telle et qui pourtant est considérée comme une référence par l'ensemble des belligérants. En termes de communication, cela pose de multiples problèmes et il est certain que seul le consensus a minima est traduit dans les communiqués officiels.