

RETRANSCRIPTION DE L'EPISODE N°8



**50 ANS DE GUERRE
DE L'INFORMATION**

CHRISTIAN HARBULOT & NICOLAS MOINET

CHRISTIAN HARBULOT



Stratège français spécialiste en intelligence économique. Il est directeur de l'École de guerre économique et directeur associé du cabinet de conseil Spin Partners, spécialisé en intelligence économique et lobbying.

NICOLAS MOINET



Après un parcours de consultant en Intelligence Economique pour Intelco, Nicolas Moinet est Professeur des universités à l'IAE de Poitiers, enseignant à l'École de guerre économique. Il intervient à l'ILERI et l'IHEDN. et poursuit ses recherches au sein du centre de recherche en Gestion CEREGE.

SYLLABUS

Titre : 50 ans de guerre de l'information

Format : Podcast- retranscription l'épisode N°8 -

Durée : 30 minutes

Objectifs du Podcast :

- Transmettre des idées clés et les notions fondamentales de l'Intelligence Economique sous le prisme communicationnel des guerres de l'information.
 - L'expérience de Christian Harbulot est un fil conducteur permettant de contextualiser et de mettre en relief toutes les notions et concepts imbriqués dans le champ de la guerre de l'information.
-

Les connaissances abordées & points clés :

- L'évolution des rapports de force entre les luttes syndicales et le pouvoir en France et en Europe.
 - Le décryptage, l'analyse des ressorts médiatiques, culturels, (Presse écrite, audiovisuel, cinéma) sociologiques et politiques.
 - Des illustrations et des éclairages sur des concepts clés :
 - mécanismes de construction d'un réseau
 - le fonctionnement des structures ouvertes et fermées
 - les clivages politiques : ordre / désordre
-

Evolution :

- Mobiliser ces connaissances , ces définitions pour décrypter l'information sous l'angle de l'Intelligence économique et des guerres de l'information.
 - Des notions à compléter avec **les échiquiers stratégiques**
-

LES POINTS DE REPERES DE L'EPISODE

0'20 : Problématique de départ

1'08 : Les éléments de contexte

11'14 : Professionnalisation de la communication vs guerre de l'information

12'52 : Guerre de l'image : mythes et symboles

14'49 : Les systèmes ouverts vs les systèmes fermés

19'40 : Les raisons d'un « flop » médiatique

21'58 : La construction du politique

31'55 : La conclusion

0'20 : Problématique de départ

- **Qu'est-ce qui permet de dire qu'un pays se situe dans un contexte « fort » ou « faible » ?**

L'indicateur selon Christian Harbulot est : **l'intensité des actions**. C'est-à-dire la capacité à mettre en scène l'information avec des éléments de « **dramatisation** » (de la narration par l'émotion).

Cette intensité a une caractéristique et peut être variable pour chaque pays suivant son contexte social et historique. Des illustrations peuvent être données avec les exemples de l'Italie et de l'Allemagne.

- En Italie, il y a fin des années 40, une intensité révolutionnaire.
- En Allemagne, on remarque sur la même période, une intensité opérationnelle révolutionnaire.

Entre l'Italie et l'Allemagne, il y a une mise en scène effective qui ne porte pas sur les mêmes modes de dramatisation et les mêmes niveaux d'interprétation par ailleurs, car chaque contexte est différent.

1'08 : Les éléments de contexte

En cela, la France est un cas paradoxal, puisque la mise en œuvre d'un succès repose exclusivement sur la notion de **guerre de l'information**. Dès le début des années 60 ont voit par ailleurs apparaître des structures qui vont soutenir et relayer cette mécanique de l'information.

Et par « structures » il faut entendre, les « **médias** » au sens large. C'est-à-dire « **l'écosystème** » dans son ensemble allant des quotidiens à petits tirages aux agences de presse.

- **La phase d'apprentissage**

Un bon exemple est le journal « TOUT » :

Ce quotidien représente un tout petit tirage, pour l'époque, mais à la particularité d'être très créatif (dans sa maquette et sa ligne éditoriale) par sa manière de présenter les choses. Par ailleurs, il est très « agressif » dans la façon de rendre compte de certaines réalités.

Ce qui, évidemment a un impact sur le contexte, car pour l'époque, les « structures d'information » émergentes subissent des contraintes fortes qui s'expriment par le fait de devoir tenir dans la durée. La pression qui s'exerce sur ces structures est donc économique et financière. Avec l'idée que, pour faire du chiffre, il faut faire des tirages, vendre, et donc être visible.

Pour résumer l'idée, nous sommes donc en présence de contextes forts et faibles, puisque :

- Le potentiel financier, humain et la notoriété du quotidien « TOUT » est par nature inscrit dans un **contexte faible**.
- Par opposition, le concept créatif, la ligne éditoriale et les contenus (articles) s'inscrivent quant à eux, dans un **contexte fort**.

Être visible dans un contexte ou son environnement implique aussi de se saisir des « tendances » et de s'inscrire dans une temporalité (= être dans l'air du temps ?)

Pour revenir au contexte des structures de presse émergentes en France, on constate par ailleurs que le contexte de Mai 68 lui est tout à fait favorable. Car, à cette époque, le mouvement est à la « **libération** » de l'expression individuelle et à la **prise de parole**.

Cette **dynamique** ou **synergie** se caractérise par l'apparition d'affiches créées par les « Beaux-Arts », les graffitis politiques aussi apparaissent dans les rues à la même époque. On a ici des signaux physiques, tels des indicateurs de cette mouvance propice à la libération de l'expression.

- **L'ère de la professionnalisation de l'expression :**

Or, ce besoin d'expression s'est professionnalisé pour devenir la « communication ». Et avec cette professionnalisation du système, sont apparues des questions, qui s'inscrivent dans une démarche d'apprentissage. En particulier, par rapport à la notion de visibilité mais également au positionnement.

Un bon exemple, le journal libération qui s'inscrit dans la mouvance maoïste (de gauche).

Ce besoin de visibilité entraîne donc pour les médias naissants, une « obligation de résultats », condition « sine qua non » de pérennité financière et économique. Des résultats dont la conséquence et les effets sont : **la construction d'un réseau**, permettant d'identifier les **jeux d'acteurs**. C'est-à-dire les parties prenantes, les vecteurs d'opinion (=influenceurs) qui ont un intérêt à se faire connaître.

4'47 : (Voir schéma de **construction d'une chaîne relationnelle**)

La professionnalisation de l'information, en lien avec la création d'infrastructures, passe par une dynamique de réseau. La construction de ce réseau met en relief une chaîne relationnelle qui s'articule autour d'affinités qui se tissent entre journalistes de l'époque. Bien évidemment, la carte de presse fait partie des moyens, des « facilitateurs » permettant cet échange, c'est également **un signe d'appartenance** à une sphère, une corporation.

Ainsi, ses affinités créent des passages d'idées entre journalistes de la presse à grand tirage et journalistes de la presse à tirages limités, ce qui permet d'instaurer une confiance (la clé de voûte) entre confrères.

Exemple avec France Soir, dans les années 70 ce quotidien est le plus lu avec un tirage à 600.000 exemplaires. Et ce qui fait la force de France Soir : les photos en une ! Un concept bien illustré par le fameux slogan de Paris- Match : « Le poids des mots, le choc des photos »

A cette même époque on rentre dans une ère nouvelle qui fait émerger une réelle « culture de l'image » avec la photographie et le cinéma. On peut voir l'émergence de cette « culture de l'image » par ailleurs, avec le cinéma de Martin Karmitz (MK2) et la production de documentaires, films militants.

Cette nouvelle « ère » de l'information est donc associée à l'image, qui renforce l'impact émotionnel (la dramatisation). Ceci, le responsable de la rédaction de France Soir l'a bien compris. Donc, par effet de réseau si un article de presse « à petit tirage » a l'ambition d'être repris par la presse à gros tirage alors, il faut une photo et **un contexte déterminant**.

De ce fait le métier de journaliste prend alors une nouvelle dimension logistique car, il n'est plus question d'envoyer un pigiste mais d'envoyer « une équipe » sur le terrain (une reporter et un photographe) pour couvrir un événement.

On le voit facilement d'ailleurs avec l'affaire « Guardan » (directeur d'une mine de charbon, qui s'est retrouvé en une de France soir ligoté à son bureau par les grévistes). Cet événement, montre que chaque « opération » est pensée en amont. Chaque opération est calibrée pour être en Une des grands quotidiens nationaux.

En résumé : Un contexte déterminant + 1 photo => faisant écho à un sujet d'écoute (= préoccupation du public) = 1 « Une » dans un grand quotidien soit le résultat d'une stratégie articulée autour d'une dramaturgie.

Conclusion : pour aboutir à un résultat, il faut donc une stratégie, une réflexion ciblée autour d'un objectif à atteindre.

- **L'ère de la professionnalisation de la communication :**

La télévision, le cinéma, les magazines constituent au début des années 70 une culture commune avec un objectif « d'entrer » dans la professionnalisation de la communication.

11'14 : Professionnalisation de la communication vs guerre de l'information

Quelques illustrations de « prises de pouvoir » par les nouveaux médias :

- Les tentatives de « coups d'éclats » par Maurice Clavel à la télévision
- Le cinéma militantisme de Martin Karmitz
- Les Magazines avec « l'Idiot International »

11'22 : Une orientation faisant que la presse et les petits quotidiens en particulier, vont « s'institutionnaliser » afin de garantir leur pérennité économique. A cette période donc, l'axe de communication va se détourner de l'action militante pour correspondre à des « standards d'audience / de visibilité » et « **marquer des points** ».

11'26 : Mais, « gagner des points » (sous-entendu des batailles), ne permet pas de remporter « **la guerre de l'information** ».

• **Que signifie donc « marquer des points » ?**

Cette question renvoie en réalité à une autre question qui est : « quelle est la stratégie ? ».

Les bases : pour parler d'une cause, il faut qu'elle ait une légitimité. Pas n'importe quel type de légitimité, **une légitimité incontestable**, ce qui fait dire que jusqu'alors, cette notion était peu ou mal exploitée. Mais, dès lors que nous rentrons dans le domaine de la guerre de l'information, il s'agit d'exploiter au mieux le capital de « l'information ».

12'17 : Exemple qui permet d'illustrer cela est :

Le groupe des « brigades internationales » un groupe maoïste actif dans les années 70 et issu de la gauche prolétarienne. Ce groupe avait choisi de traiter l'information politique internationale sous l'angle subversif.

Notamment par la couverture de l'assassinat de l'ambassadeur de Bolivie (Zenteno Anaya le 11 mai 1976). Préalablement, colonel de la 8ème brigade chargé des luttes antiguérilla à l'origine de l'exécution de Che Guevara.

Ce contexte montre bien la « prise de pouvoir » car deux antagonismes, deux camps s'affrontent ouvertement, non pas « dans les actes » mais « dans la mise en scène de l'information et sa dramatisation ». Et, précisément, entre en jeu dans cette situation, une « **guerre de l'image** » et de l'opinion publique.

12'52 : Guerre de l'image : mythes et symboles

C'est une prise de pouvoir car il s'agit là de favoriser « un angle de vue » plutôt qu'un autre, pour influencer l'opinion. L'information est un vecteur tout à fait subjectif on le sait, car elle est le reflet d'un seul « point de vue ». En cela, l'exécution de Che Guevara est particulièrement porteuse de symbolique :

Che Guevara est un mythe. La couverture médiatique de cet événement, son assassinat, l'enterre avec lui. Il y a donc toute **une symbolique** dans ce choix de sujet. C'est un **parti- pris**, qui met en relief la dimension de dramatisation au « sens littéral » de la mise en scène qui s'inscrit dans la lignée des grandes tragédies grecques.

Couvrir un sujet traitant de la mort d'un mythe puis de la propre mort de son commanditaire, relève bien du principe de contre-influence et donc de guerre de l'information même si dans ce cas précis, ce ne fut pas le cas. Ceci pour plusieurs raisons :

14'49 : Les systèmes ouverts vs les systèmes fermés

Il existe des **points communs** entre la guerre de l'information et **le renseignement**, entre les fonctionnements dits « fermés » et « ouverts ».

15'10: Les brigades internationales en raison de la nature de leurs actions étaient habiles pour se dissimuler. Cependant, elles consacraient trop d'énergie à cette dissimulation pour réellement avoir une résonance, une portée et un impact une fois leurs actions accomplies.

Autrement dit, nous sommes en présence d'un contresens car, la seule stratégie était dans l'art de la dissimulation, alors que l'objectif était en réalité d'avoir une visibilité par l'action. Cela démontre qu'il n'y avait pas **d'anticipation**, à défaut d'organisation opérationnelle, il n'y avait pas d'organisation stratégique au sein des brigades. Ce qui met en évidence la chose suivante :

15'28: Le fonctionnement d'une structure fermée à ses propres règles. Ceci pour dire que, derrière le fonctionnement d'une structure fermée, il est très difficile d'extraire **une vision offensive**. Y compris dans un contexte subversif.

16'14: Parmi les exemples de fictions plus récents, citons **la série FAUDA** qui montre :

- La désynchronisation entre l'action armée terroriste
- Les logiques de résonance
- Les conséquences de ces logiques de résonance.

16'26: La série met en images **une antinomie** entre la difficulté d'inscrire une structure fermée dans une dynamique d'action et une structure offensive sur un terrain ouvert.

Pour rentrer, plus en détail dans l'histoire et l'organisation des brigades internationales, Christian Harbulot recommande la lecture du livre :

17'07: « Histoire secrète de la 5^{ème} République » de Jean Guisnel / Roger Faligot, qui montre l'exploitation médiatique du terme de « **légitimité maximale** » par rapport à l'action initiale et qui n'a pas été géré en termes de « guerre de l'information ». Sous-entendu, qu'il n'y a pas de prise en considération des actions au niveau global.

Par exemple, dans le cas de l'assassinat de l'attaché militaire de l'ambassade d'Uruguay, le mouvement n'a pas précisé le fondement de cet acte ce qui a court-circuité toute possibilité de « légitimer » celui-ci, en vue de le rattacher à « la cause ». Or, chaque action, doit être expliquée pour justifier de sa finalité.

L'explication qui pouvait donner lieu à une résonance par la description et la mise en avant des arguments n'a pas été finalisé (toujours, du point de vue des attaquants).

19'40 : Les raisons d'un « flop » médiatique

Entre le « fermé » et « l'ouvert », il faut établir **un lien** qui exige une implication considérable (des ressources humaines, du temps, de l'argent) soit, beaucoup de moyens. Mais pas seulement, car il faut également **une étanchéité** entre les systèmes « fermés » et « ouverts ».

La seule trace d'exploration de guerre de l'information des brigades internationale est une interview donnée au journal « Libération », ce qui prouve que de « l'intérieur » la compréhension des motivations n'était pas une priorité.

On constate dans les années 70, **un déphasage** dans le gauchisme et son implication dans la société française, c'est-à-dire dans **l'expression militante**. Cependant cette évolution n'était pas démonstrative en rapport au nombre de militants et de l'importance des groupes et des victoires. En revanche, sur le potentiel de donner de l'ampleur à des actions, la raison d'exister, la raison d'être avait du sens (que l'on soit pour ou contre). Et, c'est en cela que s'exprime ce déphasage, entre l'action et la manière de trouver un axe de travail complémentaire (le terrain) en vue de pérenniser les résultats acquis. Et également, dans la manière d'interroger les personnes dans ces contextes ou ces situations.

21'58 : La construction du politique

Sous l'angle d'analyse d'une structure de type « B.I » (Business Intelligence), on peut voir dans l'expression militante, la vengeance comme un moyen de construction du politique.

- **Mais quelle peut être la « construction du politique » ?**

Nous sommes face à un problème qui a une résonance dans une autre affaire : « l'affaire Tramoni » (cf : le vigile chez Renault qui a tué un militant maoïste dans les années 70). Cette affaire Tramoni est emblématique, car elle illustre un cas concret de **piège informationnel**.

22'32 : Comment qualifier un piège informationnel ?

Les ouvrages de référence donnent une définition : c'est un acte de vengeance qui engendre un piège émotionnel donnant lieu à un renversement de situation.

Contextualisation :

Donc, le piège émotionnel est associé à l'idée de « réclamer ou d'obtenir vengeance ». On peut trouver un exemple avec **l'affaire Tramoni** qui **illustre la première guerre de l'information en France**.

Le piège qui est mis en place donne lieu à une « **stigmatisation** de la mauvaise conscience » qui est matérialisé par le référendum mais non suivi d'action ce qui va inciter les militants à cesser leur activité.

Cependant, une minorité continue et répond aux slogans. La répercussion a pour résultat que « l'exécution de Tramoni en 1977 » est importante mais pour en arriver à quoi ?

Une question pour mettre en relief que, l'important à retenir dans l'affaire Tramoni, c'est de percevoir la différence entre résonance informationnelle et la manière dont elle rejaillit dans la presse.

26'29 : Dans tous les cas, le problème est que l'on ne voit pas la finalité de cette « guerre de l'information ». Car, dans le cas de l'affaire Tramoni, cette guerre de l'information est menée par l'appareil d'État et de façon tout à fait efficace.

On parle de piège émotionnel par la création d'un « désordre » faisant l'objet d'une stratégie. Notamment, dans la manière d'orienter l'émotion pour cela, la stigmatisation est la technique la plus fréquente dans les médias car elle a la particularité de brouiller les cartes.

27'39 : **La stigmatisation** porte sur un individu, et a l'avantage d'imprégner **une image subliminale**, de créer un ou **des amalgames** dans **l'inconscient collectif**. Dès lors, l'individu devient **une cible** ou l'objet d'une traque quand bien même il n'a potentiellement rien à voir avec ce qui lui est reproché. Mais de fait, cette « focalisation » permet de détourner l'attention pour « rétablir » l'ordre moral.

Pour reprendre l'illustration de l'affaire Tramoni et de l'action militante française des années 70, il n'y avait pas de stratégie. Cependant, on garde de cette affaire, qu'elle donne lieu à un tournant qui est la professionnalisation du système (la désinformation). Et l'on observe que l'État s'est saisi de ce « **désordre** » pour opérer une **guerre de l'information**.

28'37 : L'analyse de Christian Harbulot :

L'appareil d'État a mené une contre- guerre de l'information efficace dans une logique de stigmatisation et d'amalgame. Même s'il avait le beau rôle, et qu'il tentait de « renouer » avec la réalité sociale. Il n'y avait pas de stratégie car le mouvement était moribond, c'était la fin d'un mouvement qui a été vaincu.

29'56 : L'affaire Tramoni est un piège informationnel dont Christian Harbulot a été victime. Il a été désigné comme « Bouc émissaire », il a été un « dommage collatéral » car victime d'amalgame. Or, même blanchi, il n'y a pas eu **de finalité** à cette injustice.

29'59: De ces événements est né la professionnalisation du système avec notamment la presse, qui prend un rôle important dans la diffusion de l'information.

31'55: La conclusion

La **professionnalisation du système** connaît donc un essor et une forte croissance autour des années 1990- 2000.

- La professionnalisation de la presse écrite : Libération et le journal « Actuel »
- La professionnalisation de l'audiovisuel : avec l'apparition de Canal +, des Guignols de l'information.

On assiste à un **glissement de sphères** où « l'action militante gauchiste » institutionnalisée voire « lissée » ruisselle par reproduction d'un état d'esprit / d'une manière de penser que l'on retrouve dans l'éducation nationale, le milieu universitaire et au sein du milieu journalistique.

Cela s'explique par un appauvrissement du journalisme du point de vue « sociologique ». Le résultat est étonnant car les propos diffusés par les médias sont emprunts à cette époque de résurgence de gauchisme. Ce qui démontre, **la perméabilité des sphères** qui suit l'impulsion du monde médiatique et de la « prise de parole » en constante augmentation.

Aujourd'hui en France, on assiste à **une situation paradoxale** puisque :

- **D'un côté**, nous avons la « guerre de l'information subversive » qui peut être vue comme une phase d'apprentissage.
- **De l'autre**, on a un système de communication qui a pris de l'importance en termes de structure (les médias) puisque soutenu par des intérêts capitalistes et qui porte une pensée manipulée (influencée) par des courants des années 70's issus de l'extrême gauche.

Sous l'angle économique, on peut observer une illustration d'un **mécanisme de destruction créatrice (Schumpeter)** avec la fin d'un mouvement ou d'un courant militant d'extrême gauche incarnant **le désordre** d'une part.

Et, d'autre part, « **l'ordre** » avec un **processus de création** : l'apparition de structure d'informations et l'apparition de stratégies d'influences, de réseaux et de mécanismes professionnalisés articulés autour de la définition de « guerre de l'information ».