

**CENTRE D'ETUDES EN SCIENCES SOCIALES  
DE LA DEFENSE**

***COMMUNICATION EN OPERATIONS  
EXTERIEURES : EVOLUTION  
DU TRAITEMENT MEDIATIQUE  
DES OPERATIONS***

**Marc HECKER  
Thomas RID**

**2009**

Ce document constitue le rapport final de l'étude commanditée à l'IFRI par le C2SD au titre de la convention EPMES n°2007/041.



## Table des matières

Remerciements.....	149
<b>Introduction générale.....</b>	<b>5</b>
Médias et guerre : évolutions croisées.....	10
Apprentissage et adaptation.....	16
L'effet générationnel.....	18
<b>Chapitre I Consécration et confusion des relations publiques aux Etats-Unis.....</b>	<b>21</b>
L'évolution des opérations d'information.....	22
L'évolution des <i>public affairs</i> .....	30
La confusion organisationnelle.....	39
<b>Chapitre II Royaume-Uni : la « paranoïa » des communicants ?</b>	<b>53</b>
L'évolution des opérations médiatiques.....	55
Les relations entre la défense, l'armée et les médias.....	64
La difficile adaptation institutionnelle.....	70
<b>Chapitre III Israël : le « balagan » informationnel ?.....</b>	<b>79</b>
Journalisme et défense en Israël : un aperçu historique.....	83
De l' « affaire Al Dura » à Jénine : quel degré d'ouverture du champ de bataille ?.....	85
Ouvrir aux journalistes mais pas à n'importe quels journalistes.....	87
« Quel prix est-on prêt à payer pour une image ? ».....	89
Automne 2004 : deux affaires embarrassantes pour les communicants israéliens.....	91
Le désengagement de Gaza : une réussite en matière de communication.....	93
La guerre au Liban de 2006 : un échec qui n'épargne pas les communicants.....	95
La communication institutionnelle : qui fait quoi ?.....	98
Journalistes, officiers trop bavards et « soldats-reporters » n'échappent pas aux critiques.....	100
Conclusion : l'impossible réforme du système de communication israélien ?.....	105
<b>Conclusion générale.....</b>	<b>107</b>
Evaluation par pays.....	107
Les Etats-Unis.....	107
Le Royaume-Uni.....	108
Israël.....	109
Evaluation générale.....	112
Le premier terme à considérer : « Etat ».....	112
L'importance du caractère « démocratique » des Etats.....	114
Des Etats « engagés dans des conflits ».....	115
La logique des « conflits asymétriques ».....	115
Des adversaires non démocratiques.....	117
Recommandations.....	121
Recommandations générales.....	121

Recommandations institutionnelles _____	122
Recommandations relatives aux relations défense / médias _____	124
Recommandations relatives aux nouveaux médias _____	125
<b>Bibliographie.....</b>	<b>129</b>
Sur la contre-insurrection_____	129
Sur les médias _____	131
Sur les opérations psychologiques _____	134
Sur le Royaume-Uni_____	135
Sur les Etats-Unis _____	136
Sur Israël _____	139

## INTRODUCTION GENERALE

Les guerres d'aujourd'hui opposent des États à des belligérants non-étatiques. L'armée américaine affronte des insurgés en Irak, l'armée israélienne se bat contre le *Hezbollah* et le *Hamas*, et l'OTAN contre les talibans en Afghanistan. En apparence, ces conflits sont inégaux<sup>1</sup>. Les armées modernes – au premier rang desquelles l'armée américaine – semblent désormais capables de venir à bout de n'importe quel ennemi conventionnel. Leur suprématie militaire a été avérée dès le premier conflit de l'après guerre froide, en 1991, lorsqu'une coalition principalement américano-britannique a écrasé l'armée irakienne. Cette suprématie s'est encore accrue au cours des dernières années et les forces occidentales déployées en Afghanistan ou en Irak disposent des capacités nécessaires pour détruire tout objectif militaire en un rien de temps. Les campagnes d'octobre 2001 et de mars 2003 en Afghanistan et en Irak, véritables *Blitzkriege* du XXI<sup>ème</sup> siècle, l'ont encore prouvé. Toutefois, face aux guérillas émergeant après la phase classique des opérations, les F-16, les drones et les forces spéciales parfaitement entraînées paraissent insuffisants pour emporter la décision. En d'autres termes, la supériorité militaire conventionnelle ne suffit pas à gagner tous les conflits.

Les armées modernes ont au moins deux talons d'Achille qui ont tous deux traits, mais de manière différente, au soutien populaire. Une insurrection, tout d'abord, peut être définie comme une compétition pour obtenir la confiance et le soutien de la population locale du pays où se déroulent les opérations<sup>2</sup>. Cette population se divise schématiquement en trois blocs, du moins au début du soulèvement : un groupe restreint qui soutient les insurgés se situe à une extrémité du spectre. A l'autre extrémité, un autre groupe réduit soutient les forces chargées de la contre-insurrection. Entre les deux, une grande majorité de la population est plus ou moins neutre et apolitique, laissant la situation se développer sans directement s'impliquer. Cette majorité silencieuse est l'enjeu de la lutte. Insurgés et forces chargées de la contre-insurrection se battent pour

---

<sup>1</sup> Certains parlent à ce sujet de « guerres bâtarde ». Voir Arnaud de La Grange et Jean-Marc Balencie, *Les guerres bâtarde*, Paris, Perrin, 2008.

<sup>2</sup> Voir notamment David Kilcullen, "Twenty-Eight Articles. Fundamentals of Company-level Counterinsurgency", *smallwarsjournal.com*, 2006. Cet article est consultable sur le site : [http://www.d-n-i.net/fcs/pdf/kilcullen\\_28\\_articles.pdf](http://www.d-n-i.net/fcs/pdf/kilcullen_28_articles.pdf). Une définition légèrement différente est donnée par le même auteur dans David Kilcullen, "Counter-Insurgency Redux", *Survival*, 2006, vol. 48, n° 4, p. 117.

obtenir son soutien et, à terme, son allégeance. Chaque bombe, chaque attaque-suicide, chaque convoi de militaires attaqué est un argument supplémentaire permettant aux insurgés de délégitimer un peu plus la contre-insurrection en démontrant sa faiblesse et son incapacité à assurer la sécurité promise à la population. Si les forces chargées de la contre-insurrection ne parviennent pas à mettre un terme aux attaques sporadiques – ce qui n’est pas une mince affaire –, la population risque de se retourner contre elles. Et dans ce type de conflit, perdre la population revient à perdre la guerre.

La seconde vulnérabilité identifiée se situe sur le front « domestique ». Les citoyens des Etats engagés dans des conflits asymétriques sont, il ne faut pas l’oublier, des électeurs, et les militaires sont placés, dans toute démocratie qui se respecte, sous la responsabilité des politiques. Le président ou le chef du gouvernement – selon les cas – se trouve généralement et constitutionnellement à la tête des armées, en temps de paix comme en période de guerre. Les responsables politiques étant élus au suffrage universel, ils n’ont aucun intérêt à susciter le mécontentement des électeurs. Ceci vaut aussi bien pour les scrutins présidentiels que pour les élections législatives qui peuvent indirectement sanctionner la politique mise en œuvre par le gouvernement et renforcer le pouvoir législatif face à l’exécutif. A l’approche d’élections, certains hommes politiques s’inquiètent plus de la perte éventuelle de leur emploi que de la perte de la guerre. Les opposants n’ont quant à eux qu’un objectif en tête : remporter le scrutin. En période électorale, les démocraties sont donc particulièrement exposées et vulnérables. Elles avancent, en quelque sorte, à découvert.

Les adversaires irréguliers ont appris à tirer parti de cette double faiblesse et ne sont pas soumis aux mêmes contraintes. Du point de vue des insurgés, il n’y a pas de différence essentielle entre cibles militaires et civiles. S’en prendre à des civils peut même être plus avantageux. Le risque encouru par les insurgés menant l’attaque est moindre, les civils ne pouvant se défendre aussi efficacement que des militaires. Et l’effet psychologique est démultiplié. Le choc provoqué par l’enlèvement ou la mort de civils fait partie des effets recherchés par les insurgés. Que ce soit sur le « théâtre proche » ou sur le « théâtre lointain », le but de telles attaques est essentiellement le même : réduire le soutien populaire en faveur de la contre-insurrection. La décision de José Luis Zapatero, tout juste élu au poste de Premier ministre, de retirer le contingent espagnol d’Irak suite aux attentats de Madrid en mars 2004, est une illustration patente de la vulnérabilité des démocraties. La médiatisation des enlèvements dans les zones de conflits et les mécanismes de chantage qui se mettent en place s’inscrivent dans la même logique.

Les armées régulières sont contraintes de s'adapter à cette nouvelle donne. Dans les conflits conventionnels, le régime adverse et ses forces armées peuvent être ciblés par des moyens militaires traditionnels, parfois lors d'opérations secrètes. Dans les guerres irrégulières, en revanche, le public – que ce soit sur le théâtre des opérations ou sur le front domestique – est majoritairement « ciblé » de manière ouverte, notamment par l'intermédiaire des médias. Les armées doivent en conséquence prendre toute la mesure de la « dimension informationnelle » (“informational dimension”) de la guerre, pour reprendre une expression couramment employée dans les documents militaires<sup>3</sup>. Le *Field Manual 3-0 “Operations”* de l'*US Army* est une des plus importantes publications militaires aux Etats-Unis. Une nouvelle version mise à jour – la première depuis le 11 septembre 2001 – a été rendue publique en février 2008. Une des nouveautés réside dans l'importance que l'*Army* accorde à la communication dans le cadre de la contre-insurrection. Pour la première fois, les forces armées américaines mettent les opérations de soutien aux populations civiles sur un pied d'égalité avec l'offensive et la défensive. Dans cette perspective, l'information est vue comme un facteur déterminant, les médias permettant de faire passer des messages à la population. « L'impact de l'environnement médiatique sur les opérations continue d'augmenter » est-il sobrement précisé dans le FM 3-0<sup>4</sup>.

Pour les forces chargées de stabiliser une zone et d'apporter de l'aide aux civils, il est difficile d'occuper le devant de la scène médiatique. Le travail de reconstruction est long, laborieux et les résultats obtenus ne sont pas nécessairement spectaculaires. A l'inverse, les insurgés ont beaucoup plus de facilités à présenter leurs succès les plus notables dans les médias. Faire exploser un bâtiment gouvernemental passe bien mieux à la télévision que la lente mise en place d'institutions publiques viables. Alors que les armées occidentales présentes en Irak et en Afghanistan doivent dialoguer pendant des jours et des jours avec les responsables politiques locaux pour parvenir à un certain degré de confiance et de légitimité, il suffit que les insurgés posent une bombe dans un restaurant ou un marché pour que le travail effectué vole en éclats. Les forces chargées de la contre-insurrection peuvent dépenser une énergie considérable à collecter des renseignements pour éviter des attaques contre les populations. Toutefois, les tentatives effectivement déjouées sont rapidement oubliées dès qu'une attaque se produit. En somme, pour les autorités responsables de la contre-insurrection, les ressources nécessaires pour parvenir à un certain degré d'ordre et de légitimité sont disproportionnées par

---

<sup>3</sup> Par exemple, il est écrit dans la doctrine des forces armées américaines : « les instruments de la puissance nationale sont diplomatiques, informationnels, militaires et économiques ». Cf. US Department of Defense, *Doctrine for the Armed Forces of the United States*, JP 1, 2007, p.x.

<sup>4</sup> FM 3-0, p.viii.

rapport à celles engagées par les insurgés pour saper les efforts de leurs adversaires.

Les combattants irréguliers ont bien compris que le nouvel environnement médiatique pouvait leur permettre d'amplifier leur travail de sape. Ayman al-Zawahiri, un des principaux idéologues de la mouvance *Al Qaïda*, apparaît par exemple fréquemment sur les chaînes de télévision arabophones pour commenter des événements récents et transmettre sa vision politique de la situation. En Irak, les insurgés publient plus de communiqués de presse que les forces américaines<sup>5</sup>. Le porte-parole des talibans, Qari Yousuf Ahmadi, est régulièrement cité dans les médias occidentaux, revendiquant des enlèvements et négociant au nom des talibans. Quant à Hassan Nasrallah, le secrétaire général du *Hezbollah*, il a fait preuve d'une *maestria* étonnante – et en aucune façon égalée par les responsables politiques israéliens – lors de ses interventions télévisées pendant la guerre de l'été 2006.

Du côté des armées classiques, en revanche, le développement des technologies de l'information et de la communication a d'abord eu un impact dans l'acquisition et la transmission de données. Les progrès du numérique devaient permettre de connaître immédiatement et presque parfaitement les données du champ de bataille, facilitant ainsi le commandement en temps réel (« real time command-and-control »). L'expression « guerre centrée sur les réseaux » (« network centric warfare ») était alors omniprésente, de même que les projets de numérisation du champ de bataille. Les tenants de la « transformation », parmi lesquels se trouvait Donald Rumsfeld, entretenaient alors l'image du soldat des forces spéciales, traversant l'Afghanistan à cheval et pointant avec un laser les cibles destinées à être détruites par des « bombes intelligentes »<sup>6</sup>. La « révolution dans les affaires militaires » culmina lors de la première phase de l'opération en Irak, en 2003. La « supériorité de l'information » (« information superiority ») permit à la coalition internationale de réduire ses pertes et de minimiser les « dommages collatéraux », tout en écrasant l'armée irakienne. Grâce à la technologie, la guerre devait devenir plus précise, plus rapide et donc moins controversée. Notons d'ailleurs ici qu'une ambiguïté existe, dans certaines armées, au sujet des termes « information » et « communication » qui sont utilisés tant pour désigner « l'information militaire » – ce qu'on pourrait appeler la « communication interne » ou, plus exactement, la transmission de données – que l'information publique ou « communication externe ».

---

<sup>5</sup> Daniel Kimmage, and Kathleen Ridolfo, "Iraqi Insurgent Media", *RFE/RL Special Report*, 2007, see also Daniel Kimmage, "The al-Qaeda Media Nexus", *RFE/RL Special Report*, 2008.

<sup>6</sup> Donald Rumsfeld, "Transforming the Military", *Foreign Affairs*, 2002, vol. 81, n° 3, p. 20.

Cette dernière a longtemps fait office de repoussoir pour les armées modernes. Au cours des années 1990, les progrès technologiques ont permis aux télévisions de diffuser en direct depuis les zones de conflit. Les journalistes faisaient désormais partie de l'environnement des conflits. Equipés d'ordinateurs portables et de téléphones satellitaires, ils n'étaient plus dépendants des militaires pour diffuser leurs reportages hors du théâtre des opérations. Les responsables militaires perçurent l'augmentation subséquente du flux d'information comme une source potentielle de problèmes et comme un facteur susceptible de compromettre la victoire. Les arguments utilisés avaient trait à la fois à la sécurité opérationnelle (« les journalistes ne comprennent pas la guerre », « ils diffusent des informations utiles à l'ennemi ») et au soutien populaire (certains reportages pénibles tendent à délégitimer la guerre aux yeux du public). Les officiers constataient avec dépit et inquiétude que le contrôle militaire de l'information – que ce soit sous la forme de censure ou d'un contrôle *a priori* – devenait de plus en plus difficile. Les réticences des armées à l'égard des médias pouvaient être vues, aux Etats-Unis du moins, comme une des conséquences de la guerre du Vietnam. Les jeunes officiers avaient en effet la conviction que la presse était largement responsable de la défaite américaine. La guerre du Vietnam a créé une génération d'« officiers amers » qui « méprisent » la presse, écrivait Henry Gole, instructeur au *Army War College* dans les années 1990<sup>7</sup>. En bref, les médias étaient vus davantage comme une menace que comme un outil susceptible d'être utilisé à bon escient. Ils étaient certes considérés comme un problème mais pas suffisamment central pour être sérieusement pris en compte dans la phase de planification des opérations. Les officiers considéraient la presse comme une nuisance et une distraction, pas comme un élément central des opérations militaires. Savoir communiquer efficacement n'était pas perçu comme une condition *sine qua non* à la victoire militaire. La transformation a été vue comme la solution miracle à la plupart des problèmes de communication : la précision des « bombes intelligentes » ferait baisser de manière drastique le nombre de victimes parmi les civils et n'importe quel ennemi serait vaincu si rapidement que la presse n'aurait pas le temps de saper le soutien populaire.

Au début du XXI<sup>ème</sup> siècle, deux phénomènes convergents contribuent progressivement à inverser l'ordre d'importance de la communication interne et externe. Le premier est la multiplication des conflits asymétriques. Les adversaires irréguliers ont rapidement compris qu'en cas d'affrontement armé classique, ils n'auraient aucune chance de l'emporter. Ils ont donc opté pour une stratégie insurrectionnelle et des tactiques de guérilla, se cachant parmi les

---

<sup>7</sup> Henry G Gole, "Don't Kill the Messenger: Vietnam War Reporting in Context", *Parameters*, hiver 1996, p.152.

civils et recrutant au sein des populations locales. Les insurgés ont immédiatement intégré le fait que, dans ce type de guerre, le rôle de la population est central. Les forces chargées de la contre-insurrection ont mis un certain temps à comprendre que, pour elles aussi, gagner la confiance de la population devenait un objectif essentiel. La communication externe et les relations publiques, éléments primordiaux pour atteindre les populations, ont alors acquis une importance sans précédent.

Le deuxième phénomène a trait aux mutations de l'environnement médiatique et, plus précisément, à la diversification des supports d'information. Les grands médias traditionnels, le *New York Times*, CNN ou la BBC pour n'en citer que quelques uns, demeurent les principaux vecteurs d'information et le resteront très probablement. Les nouveaux médias, au premier rang desquels se trouve Internet, contestent toutefois de plus en plus le monopole informationnel des médias classiques. Des sites *web* traditionnels aux plateformes d'échange de photos et de vidéos, en passant par les *mailing lists*, les *blogs*, les forums et les *wikis*, les vecteurs d'information offerts par les nouvelles technologies ne cessent de se développer. Tout internaute a désormais la possibilité de participer – en tant que récepteur, certes, mais aussi en tant qu'émetteur – à la diffusion d'information. Dans cette étude, l'expression « nouvel environnement médiatique » fait référence à l'apparition d'Internet et du *web 2.0* mais aussi aux transformations récentes du journalisme professionnel (multiplication des chaînes de télévision satellitaires diffusant en direct, augmentation du nombre de chaînes non-occidentales, utilisation d'Internet comme plateforme de diffusion et comme source par les médias traditionnels, etc.). En somme, tant les médias que la guerre sont devenus, au cours de la dernière décennie, de plus en plus « participatifs », laissant une place de plus en plus grande à la population. Dit autrement, la dimension sociale des conflits et des médias tend à s'accroître.

### **Médias et guerre : évolutions croisées**

Pour bien comprendre le saut qualitatif induit par les nouveaux médias, un retour en arrière s'impose. Les télécommunications ont constitué une révolution technique et sociale, analysée notamment par l'historien Anton Huurdeman : « les télécommunications ont éliminé une relation de maître à serviteur en remplaçant les services d'un messenger par le télégraphe mécanique en 1794, par des câbles en cuivre en 1837, par des ondes électromagnétiques en

1896 et par des fibres optiques en 1973 »<sup>8</sup>. Les contemporains de ces évolutions technologiques successives ont souvent exprimé leur fascination pour cette nouvelle forme de communication à distance et quasi-instantanée. En 1900, par exemple, Jack London s'exclamait : « notre planète est devenue aussi petite qu'une balle ! Le télégraphe annihile l'espace et le temps. Tous les matins, chaque partie de la terre, sait ce que toutes les autres parties pensent, contemplent ou font »<sup>9</sup>. Du début du XIX<sup>ème</sup> à la fin du vingtième siècle, les progrès de la télécommunication se sont matérialisés dans trois objets : le télégraphe – vecteur de textes, la radio – vecteur de sons, et la télévision – vecteur d'images. Ces technologies ont été utilisées à la fois à des fins de communication interne aux armées et de communication externe vers les civils.

Le télégraphe optique voit le jour lors de la période tumultueuse de la Révolution française. Les sémaphores, appareils de transmission optique d'informations composés de lanternes ou de drapeaux tenus à la main, permettent quelques années plus tard à Napoléon de garder le contact avec Paris au cours de ses différentes campagnes<sup>10</sup>. En 1810, des lignes de sémaphores desservent l'ouest, reliant Paris à Brest, le nord, vers Amsterdam, l'est, vers Mainz en Allemagne, le sud-est, vers Lyon, puis le nord de l'Italie, jusqu'à Milan et Venise<sup>11</sup>. En 1837, Samuel Morse invente et dépose le brevet du télégraphe électrique, créant, par là même, les télégrammes. Ces derniers se révèlent d'une grande utilité en période de guerre et permettent au gouvernement de maintenir des liens réguliers avec les troupes. Ainsi, dès mai 1855, les armées françaises et britanniques engagées dans la campagne de Crimée communiquent avec leurs capitales. Le gouvernement britannique multiplie alors suggestions, recommandations et demandes en tout genre, en direction du commandement de l'armée, et va même jusqu'à s'enquérir du bien-être des officiers. La gestion de la guerre à partir du territoire national est devenue possible, comme l'illustre le cas de Napoléon III qui s'évertue à mettre en œuvre tactiques et stratégies à partir de Versailles<sup>12</sup>. Helmut von Moltke, architecte de la guerre franco-prussienne, ne manque pas de se plaindre, quinze ans plus tard, de ces évolutions technologiques : comme si les visites sur le champ de bataille des délégués des états-majors centraux ne suffisaient pas, il ne

---

<sup>8</sup> Anton A. Huurdeman, *The Worldwide History of Telecommunications*, New York: J. Wiley, 2003, p. 3; George P. Oslin, *The Story of Telecommunications*, Mercer University Press, 1992

<sup>9</sup> Jack London, *The Shrinkage of the Planet*, New York, Mondial, 2006, 1905, p.97.

<sup>10</sup> Ignace Urbain Jean Chappe, *Histoire de la télégraphie*, Paris, 1824, p.130. A propos des télégraphes optiques, cf. Duane Koenig, "Telegraphs and Telegrams in Revolutionary France", *The Scientific Monthly*, vol.59, no.6 (Dec. 1944), pp.431-437. Voir aussi Alexander J. Field, "French Optical Telegraphy, 1793-1855: Hardware, Software, Administration", *Technology and Culture*, vol. 35, n° 2, pp. 315-347.

<sup>11</sup> Ibid., pp. 129-131.

<sup>12</sup> Showalter, *Telegraph*, p.x.

manquait plus que d'avoir des « lignes de télégraphe sur le dos ! »<sup>13</sup>. Toutefois, cette nouvelle technologie apporte des changements profonds qui sont appelés à durer. Le télégraphe contribue par exemple à la centralisation de la planification des opérations<sup>14</sup>.

L'invention de la radio élargit le pouvoir de persuasion du gouvernement à l'égard des masses. La technologie radiophonique est développée par plusieurs ingénieurs, à la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle. David E. Hughes, Heinrich Hertz et Nikola Tesla comptent parmi ces scientifiques dont les inventions contribuent à la mise au point de la « télégraphie sans fil ». Pendant la Première Guerre mondiale, la radio est employée à grande échelle afin de transmettre les données du champ de bataille et les ordres. Durant la seconde Guerre mondiale, la massification de la radio permet d'atteindre un plus large public, et les stations radios deviennent des outils de propagande destinés à convaincre les populations adverses. La « télégraphie sans fil » peut être considérée comme l'ancêtre du téléphone, dont Alexander Graham Bell dépose le brevet en 1876. L'appareil connaît un véritable essor, aux États-Unis, dans les années 1920.

La télévision bouleverse à son tour le paysage médiatique et confère un pouvoir sans précédent aux médias. La station télévisée britannique *BBC* lance les premières émissions régulières « haute définition » de 1936 à 1939. Lors de la seconde Guerre mondiale, la chaîne diffuse des « publicités militaires », remplaçant les publicités commerciales, qui viennent tout juste de faire leurs premiers pas à la télévision. Les Alliés et les forces de l'Axe expérimentent l'embarquement de caméras de télévision dans des avions à des fins de reconnaissance<sup>15</sup>. Au lendemain de la guerre, quinze chaînes publiques diffusent à nouveau leurs programmes ordinaires mais, aux États-Unis, le nombre de foyers équipés d'un récepteur ne dépasse guère quelques milliers<sup>16</sup>. Plus tard, lors de la guerre de Corée, au début des années 1950, la télévision en est encore à ses balbutiements. Et pour cause, les postes coûtent trop cher pour l'Américain moyen. La situation change dans les années 1960. La télévision devient une source d'information de premier ordre et la guerre du Vietnam est la première guerre véritablement télévisée<sup>17</sup>. Le général William C.

---

<sup>13</sup> Helmuth von Moltke, *Militärische Werke*, ed. Grossen Generalstab, Kriegsgeschichtliche Abteilung I (13 vols. In 4; Berlin, 1892-1912), 3. Abt., Kriegsgeschichtliche Arbeiten, 111, 11.

<sup>14</sup> R. Smith, *The Utility of Force: The Art of War in the Modern World*, London, Allen Lane, 2005, p. 70.

<sup>15</sup> A. Abramson, *The History of Television, 1942 to 2000*, Jefferson, McFarland & Co Inc Pub, 2003, pp. 3-11.

<sup>16</sup> *Ibid.*, p. 18.

<sup>17</sup> Daniel C Hallin, *The 'Uncensored War'. The Media and Vietnam*, Oxford, Oxford University Press, 1986, p. 103.

Westmorland, commandant des troupes américaines au Vietnam, rejette ouvertement, à cette occasion, une partie de la responsabilité de la défaite américaine sur la « couverture médiatique sensationnaliste ». Désavoué par l'impact médiatique de la chronique de Walter Cronkite, au journal télévisé de la chaîne CBS, "Report from Vietnam", le président Johnson décide de ne pas se représenter à l'élection présidentielle, déclarant : « si j'ai perdu Cronkite, j'ai perdu l'Amérique »<sup>18</sup>.

La révolution du direct ne s'est véritablement fait sentir, dans le domaine de la guerre, qu'au début des années 1990. Les images de Peter Arnett commentant la première guerre du Golfe en direct sur CNN depuis le toit de l'hôtel al-Rashid sont encore dans les mémoires. Les téléspectateurs installés devant leur télévision à l'autre bout du monde pouvaient assister en temps réel à l'explosion des bombes américaines et apercevoir les traces lumineuses laissées dans le ciel de Bagdad par la DCA irakienne. L'expression « effet CNN » a beaucoup été employée à propos de l'Irak mais aussi, un an plus tard, au sujet de la Somalie. Les médias ont alors été montrés du doigt, accusés à la fois de pousser aux interventions « militaro-humanitaires » (en mettant en avant des images terribles de populations en détresse) et de contraindre les troupes à quitter rapidement la zone d'opérations (en diffusant des images insoutenables de soldats maltraités et tués)<sup>19</sup>. Au début des années 1990, les médias classiques ont évolué. La compétition entre les différents organes de presse est devenue plus dure, la pression du direct a considérablement raccourci les *deadlines* des journalistes et les reportages sensationnalistes se sont répandus. Puis, au milieu des années 1990, Internet a véritablement commencé à se répandre dans la vie quotidienne des habitants des pays industrialisés, créant de la sorte une pression supplémentaire pour les médias traditionnels.

Internet a, d'une certaine manière, fait fusionner en une seule plateforme les trois supports emblématiques identifiés précédemment : télégraphe, radio et télévision. A dire vrai, au cours de ses premières années d'existence, le *web* n'était pas si différent des médias traditionnels. Il était certes possible de recevoir des informations sur son ordinateur mais en diffuser était autrement plus compliqué. Pour envoyer de l'information, les vecteurs privilégiés demeuraient la télécopie, le téléphone puis le téléphone portable et, plus tard, l'*e-mail*. Ce n'est véritablement qu'à partir du début des années 2000 que se sont

---

<sup>18</sup> Johnson, Lyndon B., cité in Johanna Neuman, *Lights, Camera, War*, New York: St. Martin's Press, 1996, p. 179.

<sup>19</sup> Piers Robinson, "The CNN Effect: Can the News Media Drive Foreign Policy?", *Review of International Studies*, 1999, vol. 25, pp. 301-309, Frank J. Stech, "Winning CNN Wars", *Parameters*, automne 1994, pp. 37-56, Margaret Belknap, "The CNN Effect: Strategic Enabler or Operational Risk?", *Parameters*, 2002, n° 3, pp. 100-114.

développés l'interactivité, les « contenus générés par les utilisateurs » et les sites « collaboratifs ». Le *web 2.0* a révolutionné Internet<sup>20</sup> – et plus généralement la communication – dans le sens où la production d'information par les internautes s'est généralisée. Le coût des technologies de l'information et de la communication a, dans le même temps, continué à baisser, permettant à un nombre toujours plus grand de personnes d'acquérir un ordinateur et de se connecter au *web*. Signe des temps, en 2006, le magazine *Time* a choisi de désigner l'internaute, au sens générique du terme, comme personnalité de l'année<sup>21</sup>. Internet est présent dans un nombre croissant d'activités sociales. Les internautes vendent ou achètent des biens, discutent de leurs passions, échangent des conseils, participent à des travaux « collaboratifs »<sup>22</sup>, s'engagent pour différentes causes, revendiquent. Internet favorise les rencontres, professionnelles ou amoureuses, mais aussi d'un autre type. Le *web* facilite par exemple le recrutement de combattants et peut avoir bien d'autres usages dans les conflits asymétriques, où la population occupe une place si importante.

De fait, au cours de l'été 2003, l'insurrection en Irak a pris de l'ampleur. Au départ, de nombreuses réticences se faisaient sentir au Pentagone pour désigner la nouvelle phase de la guerre par son nom. Lors de sa première conférence de presse, le nouveau chef du *Central Command*, le général John P. Abizaid, se rendit à l'évidence : les forces déployées étaient désormais confrontées à une « guérilla classique »<sup>23</sup>. Le caractère irrégulier des guerres menées en Afghanistan et en Irak a conduit les principales armées engagées sur ces théâtres à réviser leurs doctrines et leurs méthodes. La population locale a été identifiée comme le « centre de gravité » du conflit, insurgés et forces chargées de la contre-insurrection luttant pour obtenir le soutien et la loyauté des civils. David Kilcullen, un proche conseiller du général Petraeus au moment de la rédaction du FM 3-24, écrivait alors : « le “terrain” que nous nettoyons est un terrain humain, pas un terrain physique »<sup>24</sup>. Si « nettoyer » un terrain humain est une tâche ardue, le circonscrire ne l'est pas moins. Car les hommes circulent. Et leurs idées voyagent d'autant plus facilement qu'elles bénéficient de l'essor des télévisions satellitaires et d'Internet.

---

<sup>20</sup> Voir notamment le hors-série de *Courrier International* intitulé « Révolution 2.0 » publié à l'automne 2007.

<sup>21</sup> Lev Grossman, “Time’s Person of the Year: You”, *Time*, 13 décembre 2006.

<sup>22</sup> Le site « collaboratif » le plus connu est sans doute celui de l'encyclopédie électronique *Wikipedia*. A ce sujet, lire notamment : Roy Rosenzweig, “Can history be open source ? Wikipedia and the Future of the Past”, *The Journal of American History*, vol. 93, n° 1, juin 2006 ; pp. 117-146.

<sup>23</sup> Vernon Loeb, “‘Guerilla’ War Acknowledged,” *The Washington Post*, 17 juillet 2003, p. A1.

<sup>24</sup> <http://smallwarsjournal.com/blog/2007/06/understanding-current-operatio/>

Le nouvel environnement médiatique permet ainsi à des conflits locaux de se propager en touchant un public réparti aux quatre coins de la planète. Le cas de Younis Tsouli, alias *Irhabi007*, un cyber-terroriste autoproclamé (*irhabi* signifie terroriste en arabe), en est une illustration intéressante. Ce Marocain de 22 ans, fils d'un fonctionnaire de l'Office du Tourisme marocain, et résident dans le quartier de Shepard's Bush, dans l'ouest londonien, fut une figure importante de l'activisme jihadiste sur le Net<sup>25</sup>. Il administra plusieurs sites web radicaux et développa de nouveaux modes d'action pour le jihad virtuel. Au cours d'un *chat* codé, Tsouli exposait son envie de passer à une forme de combat plus concrète : « mec, mon cœur est en Irak. [Je souhaite m'y rendre] ».

Conscient de l'importance du travail accompli par Tsouli sur le *web*, son interlocuteur, Abuthaabit, a tenté de le dissuader de se rendre en Irak :

Abuthaabit : comment vas-tu faire pour y aller ? Ce qu'on fait ici est très important. Très, très, très, important.

Irhabi007 : je sais, je sais.

Abuthaabit : si nos frères [en Irak] reçoivent tant d'argent, c'est parce que des vidéos comme celles [que tu diffuses] sont disponibles. Imagine combien de gens sont partis [se battre] après avoir vu ces vidéos. Imagine combien d'autres auraient pu devenir martyrs.<sup>26</sup>

Ce bref échange illustre bien les liens existant entre jihadisme réel et cyber-jihadisme. Tsouli était certes bien loin des champs de bataille, mais à l'instar de tant d'autres, il a tenté d'influer sur le cours des événements en Irak. Il se voulait une source d'inspiration pour des extrémistes potentiels, embrigadés en Europe, au Maghreb ou ailleurs pour aller se battre au Moyen-Orient. Autre exemple, quand les talibans filment des étrangers pris en otages ou des attaques contre les troupes de la coalition, ils s'adressent essentiellement à un public occidental et aux forces modérées locales. Il s'agit en l'occurrence de montrer l'impuissance des armées occidentales à venir à bout des talibans. La logique est donc différente de celle de Tsouli mais les deux cas démontrent la capacité des adversaires irréguliers à s'adapter au nouvel environnement médiatique.

---

<sup>25</sup> Nadya Labi, "Jihad 2.0", *The Atlantic Monthly*, juillet-août 2006.

<sup>26</sup> Cité dans "A world wide web of terror", *The Economist*, 12 juillet 2007. Voir aussi Marc Sageman, « La nouvelle génération terroriste », *Foreign Policy (édition française)*, mars-mai 2008, pp. 50-56.

## Apprentissage et adaptation

Tout changement rapide et abrupt peut affecter la capacité opérationnelle d'une institution, ses modes de réaction, et menacer, en dernière extrémité, sa survie. C'est pourquoi il apparaît primordial d'observer les changements, de les analyser, d'étudier les options disponibles et d'adapter les mécanismes de réaction. Les organisations capables d'apprendre et d'évoluer sont les plus performantes. Deux publications doctrinales récentes de l'armée américaine soulignent l'importance du processus d'apprentissage. Le FM 3-24 précise que, « dans le domaine de la contre-insurrection, celui qui parvient à apprendre et à s'adapter le plus rapidement possible, sort généralement vainqueur ». La contre-insurrection est ainsi décrite comme une « course à l'apprentissage » (*learning competition*) et le processus d'apprentissage et d'adaptation comme « un impératif pour les forces américaines »<sup>27</sup>. La JP-1, publiée en mai 2007 – document suprême censé faire autorité pour tous les militaires américains – abonde dans le même sens, s'agissant notamment des technologies de l'information :

« Le caractère insaisissable de l'adversaire, conjugué au rythme croissant auquel se développent la communication mondiale et les médias, appellent une plus grande adaptabilité et une coordination accrue entre les forces interarmées américaines, particulièrement dans le domaine de l'information et du renseignement »<sup>28</sup>.

La question – qui n'est pas nouvelle – est alors de savoir comment identifier les changements et s'y adapter. Au début des années 1950, lors de la guerre de Corée, de spectaculaires combats aériens ont opposé les *F-86 Sabre* américains aux *MIG* soviétiques. D'après le décompte officiel, 792 *MIG* auraient été abattus par 78 *Sabre*, en dépit de la supériorité supposée des *MIG*, plus performants, notamment en haute altitude. Ce « taux de destruction » d'un pour dix n'a pas manqué de susciter des questions au sein de l'U.S. Air Force, car ni un meilleur entraînement, ni une technologie plus sophistiquée ne permettaient de comprendre ces chiffres.

John Boyd fut l'un des pilotes américains engagés dans les combats aériens en Corée. Des années plus tard, ce colonel en retraite et analyste civil avance une explication, devenue aujourd'hui un classique de la pensée stratégique américaine. Il impute ainsi la victoire américaine à ce qu'il appelle la boucle

---

<sup>27</sup> US Army/US Marine Corps, *Counterinsurgency*, FM 3-24, 2006, p.ix.

<sup>28</sup> *JP 1-02*, I-8.

« Observation – Orientation – Décision – Action », plus connue sous l'acronyme *OODA loop*<sup>29</sup>.

Les caractéristiques du *Sabre*, plus facile à manœuvrer que les *MIG*, ont permis aux pilotes américains d'effectuer des *OODA loops* plus rapides que leurs adversaires et de prendre ainsi le dessus. Il s'agissait, pour eux, d'*observer* l'attitude des pilotes adverses, d'*orienter* leurs choix de manœuvres, de *décider* puis d'*agir*. Boyd considère que les phases d'observation et d'orientation sont les plus importantes car elles permettent d'anticiper le cycle OODA de l'adversaire afin d'avoir un temps d'avance sur ce dernier. Le pilote cherche à accélérer sa phase d'orientation et à écourter au possible le temps séparant l'observation de l'action. Ce gain de temps lui confère alors une suprématie militaire.

La boucle OODA est conçue, au départ, comme un schéma de décision individuel à une échelle réduite. Il appartient à un pilote seul ou à une petite unité de s'adapter aux changements de l'environnement opérationnel. Toutefois, un changement d'échelle peut, en théorie du moins, être opéré. La présente étude ne concerne pas le niveau individuel mais vise à observer la manière dont des armées entières s'adaptent au nouvel environnement médiatique et à l'émergence d'adversaires irréguliers qui développent de leur côté leurs propres stratégies de communication. Quand une organisation de la taille d'une armée est forcée de s'adapter aux changements de l'environnement informationnel, ceux qui observent, orientent, décident, analysent – les quatre échelons de la *OODA loop* – et ceux qui mettent en œuvre les décisions ne sont pas les mêmes. Autrement dit, toute bureaucratie – y compris les armées – fonctionne sur le principe de la division du travail. De nombreux services, unités, départements, etc. sont impliqués dans le processus d'adaptation, multipliant les risques de tensions et d'erreurs. A cela s'ajoutent d'autres éléments à prendre en compte. 1) Une armée n'est pas une organisation comme une autre. Elle est engagée dans une activité – la guerre – où les incertitudes et les « frictions » sont plus nombreuses qu'ailleurs. 2) Les organisations considérées dans la présente étude – les forces armées américaines, britanniques et israéliennes – sont particulièrement imposantes, complexes et hiérarchisées, ce qui induit des lourdeurs et des difficultés potentielles d'adaptation. 3) Ces armées sont plus focalisées sur le changement de nature de la guerre, c'est-à-dire sur le passage de la guerre classique à des conflits irréguliers, que sur les

---

<sup>29</sup> John Boyd, "Patterns of Conflict", *Unpublished Presentation*, décembre 1986. Cf. également : Robert Coram, *Boyd: The Fighter Pilot who Changed the Art of War*, New York, Back Bay Books, 2002 ; Grant T Hammond, *The Mind of War: John Boyd and American Security*, Washington, DC: Smithsonian Books, 2004, et Franklin C. Spinney, "Genghis John (Boyd)", *U.S. Naval Institute Proceedings*, juillet 1997, pp.42-47.

modifications de l'environnement médiatique. 4) Les médias ont longtemps été considérés comme un élément annexe et le saut qualitatif induit par la révolution *web 2.0* n'a pas forcément été intégré, du moins pas par tout le monde.

### **L'effet générationnel**

Les armées modernes font face à un défi générationnel. Les jeunes soldats qui se situent en dessous du grade de lieutenant-colonel ou de commandant sont *a priori* plus à même d'intégrer à la fois les changements induits par les nouveaux médias et par les guerres irrégulières.

La fracture générationnelle numérique ne vaut pas que pour les armées. Nombre de hauts fonctionnaires ont appris l'existence des courriels, du *chat* et des *podcasts* de la bouche de leurs jeunes collègues voire de leurs enfants. Marc Prensky de la société *games2train*, qui promeut l'utilisation des jeux vidéo à des fins éducatives, les surnomme *digital immigrants*. Les plus jeunes (les capitaines ou les commandants, par exemple) sont qualifiés de *digital natives*. Ils disposent d'un compte *MySpace*, conversent sur les *chats*, s'abonnent aux *podcasts*, consultent les *blogs*, utilisent les *wikis*, communiquent par *Skype* et mettent en ligne leurs commentaires et vidéos.

Un autre effet générationnel est lié directement à la guerre. Les jeunes officiers reprochent souvent à leurs aînés de ne pas saisir totalement la nature de la contre-insurrection. Les officiers qui ont été formés, entraînés et qui ont connu leur baptême du feu dans le dernier quart du vingtième siècle ont un penchant pour les grands affrontements classiques, à l'instar de la première guerre du Golfe. Ils tendent à accorder une importance déterminante à la supériorité militaire classique et à la puissance de feu. Les officiers plus jeunes, qui ont combattu pour la première fois en Afghanistan ou en Irak, reconnaissent les limites de la force dans un contexte de contre-insurrection. Ils se moquent volontiers de l'ancienne génération pour qui l'efficacité se mesure encore au nombre d'insurgés tués et mettent au contraire en avant les vertus du « travail social armé » (*armed social work*), pour reprendre une expression employée dans le FM 3-24<sup>30</sup>. « Tout le monde en dessous du grade de lieutenant-colonel comprend cela », affirme John Nagl, auteur d'un livre remarqué sur la contre-insurrection et proche conseiller du général Petraeus au moment de la rédaction

---

<sup>30</sup> L'expression *armed social work* est employée dans l'annexe A, intitulée "A guide for action".

du FM 3-24<sup>31</sup>. Certains lieutenants et capitaines ne cachent pas leur aigreur par rapport à leurs supérieurs et, plus largement, par rapport à l'institution militaire. Si l'on ajoute à cela le fait que les déploiements particulièrement exigeants sont de plus en plus fréquents, on aboutit à des difficultés pour retenir les jeunes officiers au sein des armées. Sur 1000 diplômés de West Point en 2002, 58% avaient abandonné la carrière militaire cinq ans plus tard<sup>32</sup>. « Un lieutenant ne peut pas faire changer l'armée ; alors, il part », soutient Nagl. Et ceux qui quittent l'armée sont souvent les plus prometteurs, ceux qui comprennent les conséquences de la double évolution de l'environnement médiatique et de la nature des conflits. John Nagl lui-même a d'ailleurs fini par quitter l'armée au début de l'année 2008<sup>33</sup>.

Pour analyser la manière dont les armées modernes engagées dans des conflits asymétriques s'adaptent au nouvel environnement médiatique, trois cas d'espèce seront analysés. Les cas d'espèce choisis concernent trois pays – les Etats-Unis, le Royaume-Uni et Israël – dont les armées, extrêmement sophistiquées et très employées au cours des dernières années, ont acquis une expérience certaine en matière de guerres irrégulières. Pour les deux premiers cas d'espèce, les conflits en Afghanistan et en Irak serviront de base à la réflexion. La communication institutionnelle pendant la deuxième Intifada et la guerre de l'été 2006 formera quant à elle le cœur du chapitre sur Israël.

---

<sup>31</sup> Entretien réalisé par Thomas Rid, 17 mars 2008. Voir aussi John A. Nagl, *Counterinsurgency Lessons from Malaya and Vietnam: Learning to Eat Soup with a Knife*, New York, Praeger, 2002.

<sup>32</sup> Andrew Tilghman, "The Army's Other Crisis. Why the Best and the Brightest Young Officers are Leaving", *The Washington Monthly*, 2007.

<sup>33</sup> <http://smallwarjournal.com/blog/2008/01/nagl-to-leave-army/>



## CHAPITRE I

### CONSECRATION ET CONFUSION DES RELATIONS PUBLIQUES AUX ETATS-UNIS

Lors de son entrée dans Bagdad le 9 avril 2003, l'armée de terre américaine se voyait comme une des forces les plus puissantes de l'histoire militaire, misant beaucoup sur sa supériorité technologique. L'insurrection l'a prise de court. Les anciens concepts d'emploi des forces ont dû être adaptés aux nouvelles réalités du théâtre irakien, et ce, dans des délais très brefs. Le décalage initial entre les concepts et la réalité a été particulièrement brutal pour les personnes chargées de l'information en temps de guerre. La population a progressivement été considérée comme le « centre de gravité » du conflit, augmentant d'autant l'importance de la « communication externe ».

Jusqu'alors, la « communication interne » primait largement sur la « communication externe ». Elle était considérée comme une fonction essentiellement technique, s'inscrivant dans le cadre de la guerre *high tech*. La supériorité dans le domaine de l'information devait permettre de maîtriser les données du champ de bataille, d'accélérer les processus de *command and control*, de détruire les réseaux de communication de l'ennemi et, en définitive, de l'emporter rapidement. La communication externe était vue comme une activité annexe, à laquelle étaient allouées des ressources peu importantes. En outre, elle était focalisée sur le front intérieur et pas sur les populations vivant dans la zone d'opérations. Autrement dit, les porte-parole militaires s'adressaient davantage aux contribuables et aux électeurs américains qu'aux civils afghans ou irakiens.

Afin d'essayer d'appréhender l'organisation institutionnelle – particulièrement complexe – de la communication militaire américaine, une double évolution doit être analysée : d'abord celle des *information operations* (IO), une discipline militaire traditionnellement tournée vers le secret de l'information et l'aspect technologique ; puis celle des *public affairs* (PA), qui se concentre sur le côté public et humain de l'information. Après plusieurs années en Afghanistan et en Irak, les officiers américains - dont les rédacteurs des doctrines - ont fini par opter pour un décloisonnement de ces deux aspects de la « communication », largement séparés sur le plan conceptuel et surtout sur le plan institutionnel. La

tentative de fusionner « IO » et « PA » a créé une importante confusion institutionnelle qui sera décrite dans la dernière partie de ce chapitre.

## **L'évolution des opérations d'information**

Un bref retour en arrière s'impose pour comprendre la philosophie actuelle du ministère de la Défense américain en égard à l'information. Trois types d'approche ont été développés. Elles peuvent être résumées par les expressions suivantes : « command-and-control », « cyberspace » et ce qui a récemment été appelé « information engagement ». Ces trois écoles de pensée sont chronologiquement, conceptuellement et institutionnellement distinctes mais pas toujours de manière très nette.

La fonction *command and control* est historiquement le premier secteur à avoir bénéficié des nouveaux dispositifs permettant de recevoir et traiter l'information. Pour exercer son autorité et accomplir un objectif, un officier a besoin de gérer une série de tâches logistiques complexes : déplacer les équipements sur le théâtre des opérations, gérer de nombreux soldats, assigner des tâches spécifiques, diriger la manœuvre à distance, évaluer les développements en cours, ajuster les opérations, etc. Faire remonter rapidement l'information vers les décideurs militaires puis répercuter promptement les ordres donnés ont toujours été une des clés de l'art de la guerre.

A l'origine, Internet est un dérivé de l'ARPANET militaire, dispositif conçu, entre autres, pour faciliter et accélérer le commandement et le contrôle. D'une manière générale, l'armée a toujours eu tendance à utiliser d'abord les nouvelles technologies de télécommunication comme un outil d'amélioration de la fonction *command and control* avant de les adapter, éventuellement, à des fins de communication externe. L'*Air Force*, en particulier, était et demeure, à la pointe de cette approche technologique et interne à l'institution militaire de l'information et de la communication.

Pendant les deux Guerres mondiales, les responsables de l'*Air Force* pouvaient tout au plus envoyer leurs équipages en mission et espérer qu'ils reviennent saufs et victorieux. Au cours de la première guerre du Golfe en 1991, en revanche, les aviateurs étaient équipés de systèmes de communication sophistiqués leur permettant non seulement d'appliquer avec précision un concept d'opération, mais aussi de l'adapter en temps réel pour intégrer les

développements inattendus. « Ce mode de commandement accroît considérablement le potentiel des détachements aériens », est-il affirmé dans le *Gulf War Air Power Survey*. Le même enthousiasme prévaut dans la Directive du Département de la Défense TS-3600.1, *Information Warfare (U)*, première directive interarmées reliant les notions de guerre de l'information et de *command and control*. Cette directive a été publiée le 21 décembre 1992, un peu plus d'un an après la mise en ligne du premier site *web* public par le CERN.

En raison de cette focalisation sur les moyens de commandement et de contrôle, la dimension publique de la guerre de l'information était peu développée au début des années 1990. De temps à autre, les militaires permettaient aux journalistes d'utiliser leurs infrastructures de communication pour transmettre un reportage à leur rédaction. Les *Marines*, qui voulaient entretenir leur image de force d'élite, ont plus collaboré avec les reporters que les autres armées. Molly Moore, envoyée spéciale pendant la guerre du Golfe de 1991, se souvient de son excitation lorsqu'elle a utilisé pour la première fois le tout nouveau système d'*e-mails* des *Marines* :

« Now, I could sit in my tent, run an extension cord to an electrical line that snaked through the tent, and tap out my story on the laptop computer. I could then take the floppy disk to the camp communications tent, where a computer-whiz sergeant would insert it into his computer, punch in a few code letters, and zap the story by electronic mail to a base at Jubail. »<sup>34</sup>

Molly Moore a ainsi eu l'opportunité d'utiliser l'*e-mail* plusieurs années avant sa commercialisation et son utilisation courante par les journalistes.

Une douzaine d'années plus tard, lorsque les Etats-Unis ont décidé d'intervenir en Irak pour renverser le régime de Saddam Hussein, la technologie de commandement et de contrôle avait atteint un niveau inégalé jusqu'alors. Le projet de « transformation » des forces était devenu, dans une large mesure, réalité. « La couverture des capteurs [...] était exceptionnelle » rapporte une étude commandée par l'*Army* à la *RAND Corporation*. L'avance technologique de l'armée américaine s'incarnait dans des systèmes comme le *Global Hawk* ou le *Predator* (des drones), JSTARS (une plateforme de reconnaissance aérienne fonctionnant même à travers des tempêtes de sable) ou encore le *Blue Force Tracker* (un système permettant de repérer les positions des forces alliées grâce à l'utilisation du GPS). Plus de 1 300 unités équipées du système *Blue Force Tracker*

---

<sup>34</sup> Molly Moore, *A Woman at War*, New York, Scribner's, 1993, p. 142.

ont été utilisées par la coalition, donnant aux commandants opérationnels la possibilité de repérer les forces amies isolées dans un environnement tactique confus. Comme le souligne le général Buford Blount, commandant la 3<sup>ème</sup> division d'infanterie, la formation de tête de l'*Army* lors de l'invasion, jamais il n'aurait pu surveiller les 10 000 véhicules placés sous son contrôle sans le *Blue Force Tracker*. Ce système offre davantage de possibilités que son nom le suggère. Non seulement il peut repérer les forces amies, mais il permet également de communiquer avec celles-ci via une forme de messagerie électronique rudimentaire. Le *Blue Force Tracker* est aussi utilisé pour la navigation lorsque la visibilité est réduite. Sa principale fonctionnalité – faire figurer les forces alliées sur une carte digitale haute résolution – a permis un niveau de connaissance sans précédent du déroulement des opérations en temps réel. Les chefs militaires ont même été capables de coordonner leurs forces, en zone urbaine, lors d'opérations nocturnes.

Les experts en informatique du Pentagone ont rapidement pressenti que les réseaux électroniques et informatiques pouvaient offrir de nombreux avantages, mais présentaient aussi des vulnérabilités potentielles. Au milieu des années 1990, la *Defense Information Systems Agency* (DISA) du Pentagone a organisé une simulation d'attaque contre les systèmes informatiques du Département de la Défense. Les résultats ont été révélateurs : les *hackers* ont pris le contrôle de 88 % des 8 900 ordinateurs attaqués, et seul un petit nombre d'attaques a été détecté par les administrateurs. Robert Ayers, le chef de la division guerre de l'information de la DISA, a alors fait un commentaire cinglant : « nous ne sommes pas préparés pour une version électronique de Pearl Harbor. [...] Nos infrastructures ne sont pas sûres ni sécurisées ». En 1995, l'*Air Force* a publié un document intitulé *Cornerstones of Information Warfare* qui considère l'information à la fois comme une arme et comme une cible potentielle. Ce document est relativement général, et son ton étonnamment philosophique pour une publication militaire. Il vise notamment à définir les « fonctions de l'information »<sup>35</sup> et a posé les fondements intellectuels pour les nombreuses publications doctrinales à venir, y compris celles des autres armées. *Cornerstones of Information Warfare* distingue les opérations d'information offensives et défensives, et cherche à appliquer la théorie de la *OODA loop* de John Boyd au domaine de l'information. Le 4 octobre 1995, alors que l'utilisation publique du *web* n'en était encore qu'à ses débuts, le Département de la Défense américain a mis en place la *Defense Science Board Task Force*, premier groupe de travail chargé d'examiner les menaces à l'intérêt national posées par la guerre de l'information.

---

<sup>35</sup> US Air Force, *Cornerstones of Information Warfare*, 1995.

La première Doctrine interarmées sur les opérations d'information (*Joint Doctrine on Information Operations*) a suivi le 1<sup>er</sup> octobre 1998. Elle établit une définition toujours valable dix ans plus tard : les opérations d'information sont des actions qui affectent l'information et les systèmes d'information adverses tout en défendant ses propres informations et systèmes d'information. Les auteurs du document ont utilisé une définition large des systèmes d'information, « qu'ils soient humains ou automatisés », allant de la prise de décision de politique nationale à l'information commerciale en passant par l'infrastructure énergétique américaine<sup>36</sup>. Cette doctrine interarmées, la JP 3-13, introduit également la notion de supériorité de l'information (*information superiority*), c'est-à-dire la capacité à exploiter l'information tout en perturbant la communication adverse. En définitive, l'utilisation des nouvelles technologies de l'information à des fins de commandement et de contrôle a largement détourné l'armée des applications possibles de ces technologies dans le domaine public. La montée en puissance progressive d'un autre concept aux connotations plus futuristes encore, celui de *cyberspace*, n'a pas contribué, dans un premier temps du moins, à changer cette donne.

**Le Cyberspace** est un concept plus large que celui de *command-and-control*. Il reflète l'idée selon laquelle l'espace créé dans et par les réseaux informatiques ne peut être vu uniquement comme un champ de bataille virtuel opposant deux adversaires tentant d'amoindrir leur capacité mutuelle à décider et agir sur le théâtre des opérations réelles. Le mot *cyberspace* apparaît pour la première fois dans un roman de science fiction de William Gibson, *Neuromancer*, en 1984. L'auteur a eu l'idée d'écrire ce roman en regardant des adolescents jouer à des jeux vidéos dans une galerie marchande de Vancouver. Dans sa vision prospective et quelque peu inquiétante, Gibson décrivait le cyber-monde comme une forme « d'hallucination consensuelle expérimentée quotidiennement par des milliards d'opérateurs »<sup>37</sup>. Les utilisateurs, selon Gibson, se connectaient et naviguaient dans un univers d'informations symbolisées par des formes, des couleurs et des personnages dans un espace en trois dimensions. Au fur et à mesure du développement d'Internet, le terme *cyberspace* a peu à peu quitté le domaine de la science fiction pour devenir un synonyme courant de *web*.

Quand les armées ont commencé à parler de cyberspace au début des années 1990, le terme ne s'était pas encore banalisé et désignait la réalité virtuelle en trois dimensions (3-D). L'*Air Force* a commencé à financer la recherche sur la technologie virtuelle dans les années 1960. L'idée initiale consistait à reproduire

---

<sup>36</sup> US Department of Defense, *Joint Doctrine for Information Operations*, JP 3-13, 1998, p.vii.

<sup>37</sup> William Gibson, *Neuromancer*, New York, Ace Books, 1984, p. 69.

dans des simulateurs un environnement aussi proche que possible de la réalité afin de servir à l'entraînement des pilotes et des astronautes. La technologie s'est ensuite suffisamment développée pour servir lors des vols réels dans des conditions de visibilité réduite.

Aujourd'hui, le cyberespace est perçu comme un « théâtre d'opération » à part entière. « La cyber-guerre est déjà là » a affirmé Gordon England le 3 mars 2008. Le secrétaire adjoint à la défense a ensuite dressé un parallèle audacieux : « il fut un temps où les hommes s'affrontaient avec des arcs, des flèches et des lances. Un jour, quelqu'un est arrivé et leur a montré la poudre à canon. Tout le monde a dit: "Ouah, qu'est-ce que c'est que ça ?". Maintenant, nous sommes dans une situation similaire avec les cyber-attaques ». Si la cyber-guerre est « un défi majeur »<sup>38</sup> - pour reprendre l'expression de Gordon England - elle est aussi une opportunité, en termes de financements, d'influence et de responsabilité, pour l'organisation qui réussira à relever le défi. Dans le contexte actuel où la contre-insurrection montre les limites de l'approche aérienne de la guerre, l'*Air Force* voit dans le cyberespace un moyen de regagner de l'importance et de trouver de nouvelles sources de financement.

En décembre 2005, Michael W. Wynne et T. Michael Moseley, respectivement secrétaire à l'*Air Force* et chef d'état-major de l'USAF, ont diffusé une lettre à toute leur armée. « Nos adversaires veulent nous concurrencer dans tous les domaines : sur terre, sur mer, dans les airs, dans l'espace et dans le cyberespace. [...] En tant que soldats de l'armée de l'air, c'est notre vocation de dominer l'air, l'espace et le cyberespace »<sup>39</sup>, affirmaient-ils sans détour.

Début 2006, l'*Air Force* a mis en place une « Cyber Task Force », dirigée par le Dr Lani Kass, assistant spécial du chef d'état-major de l'Armée de l'air américaine. Pour reprendre les termes de cette dernière : « le cyberespace est un domaine dans lequel l'*Air Force* conduit des opérations ». Une nouvelle étape a été franchie quelques mois plus tard avec la publication de la *National Military Strategy for Cyberspace Operations*. Ce document définit le cyberespace comme un « domaine caractérisé par l'utilisation des champs électroniques et électromagnétiques pour stocker, modifier et échanger des données via des systèmes en réseau, et les infrastructures physiques associées ». Puis, fin 2006, l'*Air Force* a officiellement annoncé la création d'un Commandement du Cyberespace (*Cyberspace Command*), commandé par le général Robert J. Elder.

---

<sup>38</sup> John J. Kruzal, "Cyber Warfare a Major Challenge, Deputy Secretary Says", *American Forces Press Service*, 3 mars 2008.

<sup>39</sup> "SECAF/CSAF Letter to Airmen: Mission Statement", 7 décembre 2005, <http://www.af.mil/library/viewpoints/jvp.asp?id=192>, visité le 9 mars 2008.

Le 27 février 2008, le général Kevin Chilton, responsable du *US Strategic Command*, déclarait devant la commission de Défense de la chambre des représentants que « le cyberspace, tout comme l'espace, est un domaine global dans lequel les Etats-Unis doivent conserver leur liberté d'action ». « Alors que nous continuons à développer nos capacités dans le cyberspace, a-t-il ajouté, nous attendons avec impatience le jour où nous aurons des forces armées entraînées et équipées (brigades, bataillons, escadres de chasse, escadrilles et escadrons) pour mener la guerre des réseaux »<sup>40</sup>. Il n'est pas surprenant que de grandes organisations soient tentées de répondre aux nouveaux défis du monde virtuel en faisant référence à des notions plus familières. Il n'est toutefois pas aisé de comprendre ce que « voler » ou « manœuvrer » dans le cyberspace - pour reprendre deux termes employés par Chilton et utilisés également par Michael Wynne lors d'une conférence à l'Ifri<sup>41</sup> - signifie.

La *Joint Publication 3-13* fournit quelques clés de compréhension. Ce document – dans lequel ne figure plus l'expression *information warfare* alors qu'elle était mentionnée dans la précédente version – redéfinit le spectre entier des opérations d'information :

« The information environment is the aggregate of individuals, organizations, and systems that collect, process, disseminate, or act on information. The information environment is made up of three interrelated dimensions: physical, informational, and cognitive ».<sup>42</sup>

Cette classification en dimensions « physique », « informationnelle » et « cognitive » demeure néanmoins relativement floue. Les mouvements terroristes transnationaux, les groupes jihadistes et les insurrections locales et régionales n'utilisent pas leurs propres réseaux informatiques : ils n'ont pas de serveurs sécurisés, d'infrastructures dotées de fibres optiques, de satellites ou de transpondeurs qui pourraient être éliminés physiquement. Pour communiquer – tant en interne que vers le monde extérieur – ils utilisent les mêmes réseaux de télécommunication que tout un chacun. Ces réseaux ne peuvent pas être détruits car cela pénaliserait des millions d'utilisateurs. Les options de l'*Air Force* sont en conséquence limitées. Il est inimaginable, par exemple, d'ordonner à un F-16 américain de détruire la base de données de *Google*, bien que *Google* soit utilisé par les groupes terroristes. Ainsi, à défaut de pouvoir affronter

---

<sup>40</sup> General Kevin P Chilton, *Statement before the House Armed Services Committee*, 27 février 2008, p. 14.

<sup>41</sup> *Ibid.* La conférence en question a eu lieu le 24 avril 2008 sur le thème "Evolving Global Issues and the Role of Military Power".

<sup>42</sup> *JP 3-13*, p.x.

l'adversaire physiquement dans le cyberspace, l'armée américaine est contrainte de se positionner dans le champ cognitif. « Le centre de gravité d'Al Qaïda et des autres groupes terroristes se situe dans le domaine de l'information, et c'est là que nous devons engager le combat »<sup>43</sup>, a affirmé Dell L. Dailey, responsable du contre-terrorisme au Département d'Etat.

Les spécialistes de la lutte contre le terrorisme ont compris que les insurgés et les terroristes utilisent Internet pour propager leur idéologie, pour financer leurs opérations et pour recruter des activistes. « Ces adversaires peuvent communiquer dans le monde entier avec leurs agents, répandre leur propagande, mobiliser un soutien mondial, assurer des formations, déclencher des IED et vider ou créer des comptes en banque pour financer leur cause » précisait Michael Wynne à une conférence de l'*Air Force*<sup>44</sup>.

Certains, y compris au sein de l'*Air Force*, pensent que la solution à l'extrémisme terroriste se situe au niveau idéologique. Le conflit opposant les Etats-Unis aux jihadistes prendrait alors la forme d'une « guerre des idées ». « Nous devons briser la chaîne, et c'est... l'idéologie. Nous avons vraiment besoin de montrer les erreurs dans la façon de penser des extrémistes islamistes », a par exemple affirmé le général Mark O. Schissler, en charge des cyber-opérations au sein de l'*Air Force*<sup>45</sup>.

En somme, la dimension publique du cyberspace doit également être prise en compte. Pour contrer l'idéologie jihadiste, les experts de la lutte antiterroriste virtuelle ne misent pas uniquement sur la destruction de sites *web*. Ils cherchent aussi à influencer ceux qui lisent de la littérature extrémiste sur le *web* ou participent à des forums radicaux. Certaines opérations auraient consisté à divulguer des documents discréditant les actions d'*Al Qaïda*. D'autres auraient trait à la création de faux sites *web* et à l'envoi d'*e-mails* visant à semer la confusion et la méfiance parmi les jihadistes et leurs sympathisants. Les services de sécurité occidentaux – même ceux qui ont plus d'expérience dans le domaine du jihadisme que la CIA – ont beaucoup de difficultés à infiltrer les camps d'entraînements de la mouvance *Al Qaïda*<sup>46</sup> ; il serait surprenant que l'*Air Force*,

---

<sup>43</sup> Cité dans Eric Schmitt, Thom Shanker, « U.S. Adapts Cold-War Idea to Fight Terrorists », *The New York Times*, 18 mars 2008, p. 1.

<sup>44</sup> Cité dans Tom Vanden Brook, « Air Force trains warriors to defend cyberspace from terror », *USA Today*, 29 février 2008, p. 10A.

<sup>45</sup> Cité dans Biller Gertz, « General forces 'generational war' against terrorism ; Worries over sustaining U.S. "will" », *The Washington Times*, 13 décembre 2006, p. A3.

<sup>46</sup> Ce n'est toutefois pas impossible comme l'a montré le cas d'Omar Nasiri. Omar Nasiri, *Au coeur du djihad. Mémoire d'un espion infiltré dans les filières d'Al-Qaïda*, Paris, Flammarion, 2006.

organisation plus connue pour ses prouesses techniques que pour sa sensibilité culturelle, rencontre plus de succès sur les réseaux<sup>47</sup>.

Après avoir évoqué la fonction de *command and control* et le développement du cyber-espace, une troisième notion doit être présentée, celle « d'**engagement informationnel** ». Ce nouveau concept met l'accent sur l'importance du facteur humain et sur la communication publique. « Les chefs militaires utilisent "l'engagement informationnel" pour modeler l'environnement opérationnel », explique le FM 3-0 *Operations* de l'*Army*, réédité récemment. En vue d'atteindre la « supériorité dans le domaine de l'information », « l'engagement informationnel » est considéré comme la « tâche d'information » la plus importante, consacrant ainsi la dimension humaine de la guerre de l'information au détriment de la dimension technologique. En effet, d'autres « tâches d'information » plus techniques, comme le *command and control* passent au second plan. L'objectif de l'*Army* est d'informer, d'éduquer et d'influencer, d'abord et avant tout la population locale sur le théâtre des opérations, et seulement ensuite le public international et domestique. En outre, la véracité des informations transmises est perçue comme un gage de crédibilité :

« When communicating, speed is critical — minutes and hours matter — and we should remember to communicate to local (Arabic/Iraqi) audiences first — U.S./global audience can follow. Tell the truth, stay in your lane, and get the message out fast. »<sup>48</sup>

Le FM 3-0 *Opérations* reflète la préoccupation actuelle de l'armée américaine pour les opérations de contre-insurrection, et l'importance qu'elle accorde aux perceptions de la population locale.

Le concept d'*information engagement* n'est en fait pas vraiment différent de celui de *public affairs*. Le manuel définit d'ailleurs « l'engagement informationnel » comme « l'utilisation intégrée des *public affairs* pour informer le public américain et le public ami ». L'expression « public ami » – *friendly audience* – inclut la partie de la population locale qui ne soutient pas l'insurrection. Dans un pays comme l'Afghanistan où la majorité de la population n'a pas accès aux technologies de communication modernes et est illettrée, la communication directe est un outil essentiel. Les interactions personnelles jouent un rôle très important et chaque soldat contribue, en définitive, à « l'engagement informationnel » en établissant

---

<sup>47</sup> Bobbie Johnson, « Nato says cyber warfare poses as great a threat as a missile attack », *The Guardian*, 6 mars 2008, p. 2.

<sup>48</sup> US Army, *Operations*, FM 3-0, 2008, p. 7-1.

un rapport de confiance avec la population locale. « Les interactions directes entre les chefs locaux et les soldats influencent fortement les perceptions de la population locale. Ces rencontres sont cruciales pour la réussite de la mission » est-il précisé dans le FM 3-0<sup>49</sup>.

En somme, les *public affairs* sont désormais identifiées, dans la doctrine, comme une composante essentielle de l'action militaire et ceci en raison de l'importance des populations dans les conflits asymétriques. Ceci amène à s'interroger plus précisément sur la manière dont les relations publiques sont traitées par les armées américaines.

### **L'évolution des *public affairs***

Les relations publiques forment un parcours de carrière distinct dans toutes les armées modernes. Les officiers de presse - *Public Affairs Officers* ou PAOs en anglais – sont formés pour travailler avec les journalistes et s'exprimer en public. Dans la plupart des armées, cette spécialisation n'attire pas les meilleurs éléments. Faire une belle carrière militaire signifie généralement commander une compagnie, un régiment, une brigade, et non pas communiquer.

De la guerre du Vietnam à l'intervention en Irak, la manière dont l'armée américaine aborde les *public affairs* a radicalement changé. Quatre grandes phases peuvent être identifiées : la guerre du Vietnam a été tout d'abord considérée comme un désastre en matière de relations publiques. En conséquence, l'armée a opté pour une approche restrictive des *public affairs* jusqu'à la première guerre du Golfe. Puis, une approche expérimentale a été mise en œuvre jusqu'à la guerre en Afghanistan. Enfin, l'intervention en Irak a consacré l'intégration réelle des relations publiques dans la logique opérationnelle, ce qui s'est traduit par une plus grande ouverture aux médias.

La couverture médiatique de la guerre du Vietnam a été considérée par les militaires comme une catastrophe. La leçon tirée de cette expérience traumatisante peut se résumer en une phrase : laisser libre cours aux journalistes sur le théâtre des opérations risque d'engendrer une baisse du soutien populaire et, à terme, de compromettre la victoire.

---

<sup>49</sup> Ibid., p.7-4.

« L'aversion pour la presse fait partie du bagage culturel des officiers », affirme sans ambages Bernard Trainor, ancien général du corps des *Marines* et ancien correspondant du *New York Times*. Il ajoute : « le credo de l'armée semble être devenu “responsabilité, honneur, pays et haine envers les médias” »<sup>50</sup>. L'armée américaine en est venue à percevoir la couverture médiatique nationale du Vietnam, en particulier à la télévision, comme un « coup de poignard dans le dos ». Le général William C. Westmoreland, commandant en chef des forces américaines au Vietnam, a ouvertement accusé la « couverture médiatique sensationnaliste », « introduite pour la première fois dans les foyers américains », d'être à l'origine de la déroute de l'armée<sup>51</sup>. Les responsables politiques et militaires ont décidé, suite à la guerre du Vietnam, d'exclure presque totalement la presse du champ de bataille en cas de nouveau conflit. Le raisonnement consistait à contrôler les informations transmises au public national en limitant l'accès des médias aux zones de guerre<sup>52</sup>.

Cette leçon majeure du Vietnam – tenir la presse à distance du théâtre des opérations – a conduit à une phase de restriction des relations publiques qui n'a véritablement pris fin qu'au début du XXI<sup>ème</sup> siècle. Au cours des opérations sur l'île de la Grenade, au Panama, et dans le Golfe Persique, l'armée américaine a exercé un fort contrôle sur les médias. Pendant ces opérations, les journalistes ont été soit totalement exclus, soit intégrés dans des *pools* limitant considérablement leur mobilité. Les articles rédigés par les journalistes inclus dans les *pools* étaient soumis à un « examen de sécurité » puis distribués aux différents organes de presse. En pratique, très peu d'articles ont été censurés car l'idée n'était pas tant de contrôler *a posteriori* que d'effectuer un « contrôle à la source » en permettant aux journalistes de ne voir qu'une partie des opérations.

L'armée américaine n'a pas une approche monolithique des relations publiques. Pendant la première guerre du Golfe, par exemple, le corps des *Marines* s'est montré beaucoup plus habile dans sa gestion des médias que l'*Army*. Cette dernière ne considérait pas la presse comme un élément important et s'est révélée très difficile à pénétrer pour les journalistes.

---

<sup>50</sup> Bernhard Trainor, “The Military and the Media: A Troubled Embrace”, *Parameters*, décembre 1990, p.2.

<sup>51</sup> Gen. William C Westmoreland, “Vietnam in Perspective”, *Military Review*, 1979, vol. 59, n° 1, p.35.

<sup>52</sup> Pour un compte rendu plus détaillé sur les leçons tirées par l'armée américaine du Vietnam, voir Thomas Rid, *War and Media Operations. The US Military and the Press from Vietnam to Iraq*, London, Routledge, 2007, pp.53-63.

La couverture médiatique de la spectaculaire percée des blindés américains en territoire irakien – connue sous le nom de « left hook » – illustre les réticences de l'Army à communiquer. Alors que le « left hook » demeure un modèle du genre et que l'armée américaine a démontré à cette occasion sa supériorité conventionnelle, aucune image n'a été diffusée, pas même par les *Combat Camera Units*. Les 32 journalistes qui accompagnaient le VII<sup>ème</sup> corps d'armée n'ont pas pu filmer ou prendre des photographies<sup>53</sup>. Les *Marines*, en revanche, ont été plus ouverts. Le général Walter Boomer a poussé pour que la communication externe soit traitée comme une priorité. En tant que général de brigade, il a servi comme directeur des relations publiques des *Marines* pendant près de deux ans, entre 1986 et 1988. Ce poste lui a servi de tremplin – ce qui est en soi un indicateur de l'importance que les *Marines* accordent aux *public affairs*. Il a par la suite pris le commandement du *US Marine Forces Central Command* et du *1st Marine Expeditionary Force* (MEF) pendant les opérations *Desert Shield* et *Desert Storm*. Il est finalement devenu commandant en second du Corps des *Marines*, recevant par là même une quatrième étoile. Pendant la première guerre du Golfe, le général Boomer a, en quelque sorte, lancé son propre programme d'*embedded media* en invitant personnellement quelques journalistes à suivre des unités des *Marines* et à l'accompagner dans son poste de commandement mobile. Molly Moore faisait partie de ces journalistes. Après la guerre, elle a publié un livre dans lequel elle notait, non sans humour : « les *Marines*, à la différence de l'Army, ont bien progressé depuis la guerre de sécession »<sup>54</sup>. Les *Marines* – mais aussi l'Armée de l'air – ont réussi à obtenir une couverture médiatique particulièrement favorable ; leur rôle dans la guerre a même été quelque peu exagéré dans la presse, au détriment des autres armées. L'Army en a tiré une leçon essentielle : restreindre et contrôler la diffusion d'informations est non seulement difficile à réaliser, cela peut aller, de surcroît, dans le sens inverse des intérêts de l'armée.

La troisième phase a été celle de l'expérimentation. Différentes opérations militaires relativement réduites ont été riches d'enseignements pour les militaires en général et les officiers de presse en particulier. La Somalie a montré que les médias – et l'ennemi – pouvaient influencer grandement sur les décisions politiques américaines. La mort fortement médiatisée – notamment par CNN – de 18 soldats américains à Mogadiscio a amené le président à écourter l'opération. Pendant les guerres des Balkans, diverses façons de réagir au nouvel environnement médiatique ont été testées. Finalement, en Afghanistan, le programme d'*embedded media* a été mis en œuvre avec succès, des journalistes

---

<sup>53</sup> Sean Naylor, co-auteur de *Clash of Chariots*, n'a pas été en mesure de trouver des photographies des combats. Naylor Sean, entretien de l'auteur (T. Rid), Washington, DC, 30 mars 2004.

<sup>54</sup> Molly Moore, *A Woman at War*, New York, Scribner's, 1993, p.142.

ayant été incorporés dans des unités militaires, même dans les forces spéciales – mais pas lors d’opérations de combat. Dans un premier temps, des réticences se sont fait sentir au Pentagone à l’idée de laisser participer les médias. Le colonel Jay DeFrank, directeur des opérations de presse, a expliqué les raisons de ces réticences :

« The reason was, the operation didn’t support it, it was mostly Special Forces, often operating with tribal or warlord type organizations, some of them wanted media, some of them didn’t. And in some cases, they just couldn’t do it because it would give away their TTPs [tactics, techniques, and procedures] and if it was ever covered then they wouldn’t be able to use it again. So as long as it was mostly small scale and Special Forces operating with irregulars, media embedding didn’t lend itself to that conflict. »<sup>55</sup>

Juste avant le lancement de l’opération *Swift Freedom* dans la nuit du 25 novembre 2001, le général James Mattis a invité un groupe de journalistes à monter à bord du *USS Peleliu*. Après quelques mois, les forces terrestres se sont ouvertes, en particulier le corps des *Marines*. Un des arguments avancés en faveur de l’ouverture des infrastructures militaires aux journalistes avait trait aux rumeurs diffusées par les talibans. Permettre aux reporters de voir l’armée fonctionner était en effet vu comme un moyen de mettre un terme à ces rumeurs. Le colonel Melanie R. Reeder était officier de presse pendant l’opération *Enduring Freedom*. Elle a participé, par la suite, à la rédaction du chapitre sur les relations publiques dans un rapport du *Center for Army Lessons Learned (Call)*. Dans une interview, elle a indiqué que « lorsque les journalistes ont pu accéder au terrain, les faits exacts et précis ont été révélés. Quand ils n’ont pas eu accès aux informations, le résultat a été la spéculation et l’imprécision<sup>56</sup>. Le responsable des relations publiques de l’*Army*, le colonel Rick Thomas, acquiesce : « quand les *Marines* sont rentrés dans Kandahar, ils avaient une vingtaine de journalistes avec eux (...) c’était mutuellement bénéfique »<sup>57</sup>.

Cette évaluation a été reprise au niveau interarmées. D’après le capitaine de vaisseau Terry McCreary, alors assistant spécial pour les relations publiques auprès du chef d’état-major des armées, « l’Afghanistan a été un tournant ». Plus tard, McCreary a contribué à la mise en œuvre du programme d’*embedding* lors

---

<sup>55</sup> DeFrank, James, entretien de l’auteur (T. Rid), Pentagone, 27 février 2004.

<sup>56</sup> Reeder, Melanie, citée dans Tammy L. Miracle, “The Army and Embedded Media”, *Military Review*, septembre-octobre 2003, p. 42.

<sup>57</sup> Thomas, Rick, entretien de l’auteur (T. Rid), par téléphone, 5 mai 2004.

de la guerre en Irak. Dans une interview, il a décrit sa façon de voir les choses de manière très pragmatique :

« You raid a camp, there wouldn't be any press with you, you do an operation, you leave, the enemy comes back, the press comes in, and everybody tells them you murdered innocent people, you slaughtered them, and that becomes a story for the next 48 hours until you can fix it. »<sup>58</sup>

Les défenseurs du programme d'*embedding* constataient que les talibans tiraient profit de la lenteur de la communication américaine. Comme le remarquait alors Mc Creary : « réagir de Washington aux faits et gestes de l'ennemi sur le théâtre n'est pas une chose aisée »<sup>59</sup>. En définitive, une des leçons de l'opération *Enduring Freedom* est que l'incorporation de journalistes peut être utilisée comme un instrument permettant de contrer les informations diffusées par l'ennemi.

L'intégration de la dimension médiatique dans la planification opérationnelle a toutefois mis du temps à être considérée comme une nécessité. Mike Birmingham, responsable des relations publiques de la 3<sup>ème</sup> division d'infanterie se souvient : « il ne faut pas oublier que quand on a commencé à planifier [une éventuelle opération en Irak], pendant l'été 2002, les médias n'étaient pas vraiment une préoccupation pour les généraux de brigade. Ce qui les préoccupe, c'est le combat. Pour s'occuper des médias, ils ont des officiers de presse »<sup>60</sup>.

Ce n'est qu'à partir de 2003 que l'aspect médiatique de la guerre a véritablement commencé à être intégré systématiquement dans le processus de planification opérationnelle. L'expression *media operations* s'est alors imposée. Plusieurs éléments rendaient la tâche particulièrement difficile pour les officiers de presse : un adversaire habile dans sa gestion de la communication externe, la présence toujours plus affirmée des médias internationaux diffusant en temps réel, un décalage horaire important et un manque de crédibilité des porte-parole militaires lorsque leurs propos étaient contredits par des journalistes. Incorporer des reporters a fini par être perçu, au Pentagone, comme un gage de crédibilité :

---

<sup>58</sup> McCreary, Terry, entretien de l'auteur (T. Rid), par téléphone, 12 mai 2006.

<sup>59</sup> McCreary, Terry, cité dans Johanna Neuman, "Pentagon Plans to Deploy Journalists in Iraq", *Los Angeles Times*, 4 December 2002, p.A14.

<sup>60</sup> Birmingham, Mike, entretien de l'auteur (T. Rid), Pentagone, 6 avril 2004.

« The only way you can counter deception was to have the truth told first. The only way to do that is have an independent truth-teller tell it first. The only way to have an independent teller tell it first, is to have them with us. And the only way to have them with us was to embed »<sup>61</sup>.

Alors que l'idée initiale d'incorporer des journalistes auprès des journalistes n'était pas si nouvelle, la manière dont elle a été communiquée à l'intérieur de l'armée était sans précédent. Le colonel DeFrank, un officier de presse de formation, donne un aperçu de la méthode employée pour persuader les chefs militaires de l'intérêt du programme d'*embedding* :

« What we did was we tied our communication objectives to operational objectives, working on the Sun Tzu concept that the acme of skill is to win the battle without fighting it. So you could encourage them [the Iraqis] to defect to surrender before we came; it was better for us and we didn't have to kill as many of them. Because the object of war, of course, is not to kill people and destroy things, the object of conflict is to get in the decision-makers' head and persuade them to do what you want them to do. What we did is we applied military objectives to our communications objectives. We made them the same. This is how we presented it. »<sup>62</sup>

Autrement dit, les officiers de presse du Pentagone ont habilement présenté le programme d'*embedded media* comme une manière de contribuer à la victoire. Ce n'est pas pour autant que les chefs militaires se sont laissés facilement convaincre. « Quand j'ai entendu le terme *embedded media*, il semblait dangereux » déclarait par exemple le général Tommy Franks, commandant les forces américaines en Irak<sup>63</sup>. Ce dernier était plus particulièrement inquiet au sujet de deux domaines – la logistique et la sécurité : « assigner des journalistes de la presse écrite, de la radio et de la télévision aux unités de combat pouvaient poser des problèmes, notamment en ce qui concerne leur transport, leur soutien et leur responsabilité. Il y a également eu des préoccupations au sujet de la sécurité opérationnelle à l'ère des téléphones satellites et des *webcams* ». Tommy Franks, était un des rares vétérans du Vietnam à être encore en poste. Ses réserves à l'égard de la presse pourraient bien être un héritage de son expérience en Asie du Sud-Est. Le général a toutefois fini par se laisser convaincre du bien fondé de l'incorporation de journalistes : « quand Victoria [Clarke] et Jim [Wilkinson] m'ont donné les détails du programme, j'ai senti que c'était bon ». Et d'ajouter : « une des raisons pour lesquelles la couverture

---

<sup>61</sup> McCreary, Terry, entretien de l'auteur (T. Rid), par téléphone, 12 mai 2006.

<sup>62</sup> DeFrank, James, entretien de l'auteur (T. Rid), Pentagone, 27 février 2004.

<sup>63</sup> Ibid.

médiatique en Afghanistan a été si encline à l'erreur, médiocre et souvent anti-militariste est que les journalistes ont été tenus à l'écart des opérations de combat. [...] Si les médias avaient vécu et marché avec les troupes, [...] ils auraient fait l'expérience de la guerre du point de vue du soldat ». Pour les concepteurs du programme d'*embedded media*, il était clair que la proximité entre les journalistes et les soldats entraînerait une couverture médiatique plus précise et plus juste. Les militaires ont longtemps été agacés par le manque d'expertise du côté des correspondants, raillant les journalistes incapables de faire la différence entre un F-16 et un M16. « Au moins, ils [les journalistes] connaîtront les faits [...] et le peuple américain mérite de voir le professionnalisme de ses fils et de ses filles en uniforme », a conclu le général Franks.

Une note intitulée *Command Support of Public Affairs Activities in Potential Future Military Operations*, a été envoyée à tous les commandements le 14 novembre 2002 et transmise une nouvelle fois le 21 février 2003. Elle portait la signature de Donald Rumsfeld et a été distribuée via les services de Terry McCreary, avant même que la décision politique de déclencher une guerre contre l'Irak ait été officiellement prise. Le message, destiné aux combattants et pas uniquement aux officiers de presse, tentait d'établir un lien entre le succès sur le champ de bataille et la couverture médiatique :

« Media coverage of potential future military operations will, to a large extent, shape public perception of the national security environment now and in the years ahead. This holds true for the US public; the public in allied countries, whose opinion can affect the durability of our coalition; and publics in countries where we conduct operations, whose perceptions of us can affect the cost and duration of our involvement. »<sup>64</sup>

La vitesse était considérée comme un élément essentiel. Aussi, le programme d'incorporation des médias devait commencer dès le début de la guerre et ne pas attendre quelques jours ou quelques semaines pour être mis en place.

Les officiers de presse, pas plus que le reste de l'armée, n'avaient prévu que la guerre en Irak se transformerait en conflit irrégulier. Les forces américaines ont été obligées de repenser leur approche. En décembre 2006, l'*Army* et les *Marines* ont conjointement publié un nouveau manuel de contre-insurrection, le *Field Manual 3-24*. À la fin du mois de février 2008, l'*Army* a réédité une version mise

---

<sup>64</sup> Terry McCreary, "Command Support of Public Affairs Activities in Potential Future Military Operations", *SECDEF-CJCS P4 Message* 2003.

à jour du *Field Manual 3-0, Operations*. Chaque officier, junior et senior, est censé « lire, étudier, comprendre, et mettre en œuvre la doctrine déclinée dans le *FM 3-0* », précise le général William Wallace, chef du *Army's Training and Doctrine Command*, dans l'avant-propos. Il souligne également que le document constitue « un changement révolutionnaire par rapport à la doctrine passée »<sup>65</sup>.

Pour la première fois, un document doctrinal affirme que les opérations de stabilisation et de soutien constituent une mission militaire essentielle. « Les soldats opèrent au sein des populations, et pas à côté ou au-dessus d'elles », explique le manuel. Le fait que l'ennemi ne soit plus forcément installé dans un *tank* ou un *cockpit* d'avion et puisse aussi bien se cacher parmi les civils, est clairement identifié. Gagner militairement des batailles ne suffit plus pour l'emporter. La manière dont la population perçoit les opérations en cours est devenue un élément crucial : « informer le public et influencer les groupes cibles sont au cœur de l'accomplissement de la mission », est-il précisé dès l'introduction du *FM 3-0*. « Ces tâches ne sont plus des activités annexes [...] mais sont devenues un élément central des opérations. Elles sont aussi importantes que l'attaque et la défense »<sup>66</sup>. Autrement dit, les relations publiques ne constituent plus un ornement. Elles sont désormais considérées comme un pilier central des opérations.

Un exemple opérationnel, développé dans le manuel, est révélateur du nouvel état d'esprit. Le 10 janvier 2007, les talibans ont tenté d'attaquer un avant-poste américain en Afghanistan, près de Margah dans la province du Paktika. Les combattants ont traversé la frontière pakistano-afghane en deux groupes. Les troupes américaines les ont rapidement repérés et ont engagé le combat avec des moyens terrestres et aériens. Les frappes ont eu lieu moins de deux kilomètres à l'intérieur du territoire afghan. Elles ont duré environ neuf heures, l'aviation américaine poursuivant les talibans qui se repliaient dans les montagnes. Environ 150 talibans auraient été tués<sup>67</sup>. Un porte-parole des talibans, Mohammad Hanif, – dont les déclarations ont été reprises par l'agence *Associated Press* – a alors affirmé que le nombre de victimes annoncé par l'OTAN était « un mensonge ». Les journalistes – qui auraient pu confirmer les paroles des uns ou des autres – n'étaient pas présents lors de cet affrontement. La reporter du *Washington Post* a écrit son article depuis Kaboul : « le champ de bataille était trop éloigné et les journalistes n'ont donc pas pu collecter des

---

<sup>65</sup> *FM 3-24*, préface de William Wallace.

<sup>66</sup> *Ibid.*, p.vii.

<sup>67</sup> Isambard Wilkinson, "Taliban invaders ambushed in the mountains", *The Daily Telegraph*, 12 janvier 2007, p.6.

informations directement »<sup>68</sup>. Les observateurs formés et objectifs n'étaient pas là pour faire leur travail.

Cette attaque des talibans s'inscrivait dans le cadre d'une reprise de l'insurrection depuis le début de l'année 2006. En septembre 2006, le gouvernement pakistanais a conclu un accord avec les chefs locaux des zones tribales de la frontière pakistano-afghanes<sup>69</sup>. Les unités pakistanaises devaient être retirées du Nord du Waziristan en échange d'une promesse des chefs tribaux de ne pas soutenir les insurgés. Au cours des six mois précédant cet accord, il y avait eu quarante attaques transfrontalières dans les provinces de Khost et du Paktika. Deux mois plus tard, cent quarante nouvelles attaques s'étaient produites. « Nous constatons que l'ennemi est en train de tirer parti de cet accord pour lancer des attaques en Afghanistan », a déclaré le colonel Thomas Collins, porte-parole des forces américaines en Afghanistan<sup>70</sup>. La reprise de l'insurrection combinée à d'autres facteurs – absence de médias étrangers dans les zones reculées, capacité des talibans à communiquer habilement et rôle de la population locale – a convaincu l'armée de se lancer dans une campagne de relations publiques plus soutenue.

Cette campagne venait en appui de quatre objectifs opérationnels : persuader les chefs tribaux de ne plus venir en aide aux talibans, éroder le moral des talibans, rassurer la population locale de la province et persuader l'armée pakistanaise d'être plus présente et plus active. En outre, le général Karl Eikenberry, commandant la force déployée en Afghanistan, voulait utiliser cette bataille pour montrer aux opinions régionale et internationale que certains succès pouvaient être obtenus dans la zone. Le *FM 3-0* décrit le dispositif mis en place :

« Soldiers gathered evidence and met with the local populace to ensure they understood the situation. The provincial reconstruction team helped the Afghan governor to organize a meeting with the Margah elders to pressure them into cutting ties with the taliban. The attached psychological operations detachment developed and disseminated sophisticated products, targeting taliban survivors of the battle. The public affairs officer then organized a press conference on-site in Margah to allow the Afghan governor to tell the story of the security success to local and regional audiences. The joint public affairs team organized a

---

<sup>68</sup> Pamela Constable, "Sources of Insurgents Killed in Afghan Border Area; NATO Forces Tracked Groups from Pakistan," *The Washington Post*, 11 janvier 2007, p. A10.

<sup>69</sup> Guido Steinberg, "The Return of Al Qaida", *SWP Comments*, décembre 2007.

<sup>70</sup> David S. Cloud, "U.S. sees a surge in cross-border attacks in Afghanistan", *International Herald Tribune*, 17 janvier 2007, p.4.

similar event for the international media. The joint commander met with senior commanders of the Pakistani and Afghan military. » (7-4)

Comme le montre cet exemple, « l'engagement informationnel » doit être, idéalement, pleinement intégré à la réflexion opérationnelle, la planification et l'exécution des opérations militaires. Pourtant, dans la pratique, les forces armées et les civils du ministère de la Défense ont souvent des difficultés à réaliser les idéaux consignés dans la doctrine et autres documents théoriques.

### **La confusion organisationnelle**

« Nos ennemis se sont habilement adaptés au combat à l'ère des médias, mais pour une grande part, notre pays, notre gouvernement, nous ne l'avons pas fait », a déclaré Donald Rumsfeld au début de l'année 2006<sup>71</sup>. Son successeur, Robert Gates, ne dirait pas le contraire.

Au niveau institutionnel, la gestion de la communication est éclatée entre une myriade d'organismes dont les responsabilités s'entrecroisent parfois. Au sein du ministère de la Défense et des forces armées, les organismes spécialisés dans les relations publiques ne sont pas les seuls à communiquer. Les nouveaux médias attirent en effet beaucoup de jeunes militaires qui interviennent directement sur Internet, sans accord des officiers de presse. Il convient donc de distinguer deux approches : d'une part l'approche institutionnelle, qui fonctionne de haut en bas, dispose de ressources officielles, tend à être moins réactive et à prendre moins de risques par rapport aux changements de l'environnement ; d'autre part, l'approche informelle, qui fonctionne de bas en haut, de manière plus ou moins spontanée, plus souple et audacieuse. Pour comprendre les différences, à la fois culturelles et générationnelles, entre ces deux approches, quelques développements s'imposent.

Les grandes administrations pratiquent la division du travail. Si de nouvelles thématiques émergent – à l'instar de la « guerre des idées » –, il n'est pas rare que des nouvelles structures soient créées pour s'en occuper. Il en va de même si l'environnement change, nécessitant certaines adaptations. Une autre caractéristique des grandes administrations réside dans la concurrence entre les différents départements. L'armée n'échappe d'ailleurs pas à la règle, à en juger, entre autres, par les critiques régulières que s'infligent mutuellement l'*Army*, les

---

<sup>71</sup> Ann Scott Tyson, « Rumsfeld Urges Using Media to Fight Terror », *The Washington Post*, 18 février 2006.

*Marines*, la *Navy* et l'*Air Force*. L'importance accrue accordée aux relations publiques dans le cadre des conflits asymétriques s'est aussi traduite par une concurrence institutionnelle exacerbée.

Si le changement de l'environnement est révolutionnaire ou si les nouveaux problèmes identifiés sont trop importants et transversaux, la création de structures spécialisées peut se révéler contre-productif. L'amiral Michael G. Mullen, *Chairman of the Joint Chiefs of Staff* depuis le 1<sup>er</sup> octobre 2007, a rapidement identifié ce problème. Le 14 décembre 2007, il a adressé un mémorandum sur la « communication stratégique » au Secrétaire adjoint à la Défense, Gordon England. L'amiral décrit la communication stratégique comme une « capacité critique » (*enabling function*) qui guide toutes les actions américaines. Une structure organisationnelle spécialisée et séparée ne devrait exister que pour faciliter la transition vers des processus plus organiques qui seraient fermement enracinés et « implantés dans les structures existantes ».

Le niveau stratégique pose en effet un immense problème au Département de la Défense. L'*Army*, nous l'avons vu, a introduit « l'engagement informationnel » au niveau tactique pour améliorer la communication externe dans le cadre des opérations de contre-insurrection ; le FM 3-0, cité précédemment, se limite aux niveaux opérationnel et tactique de la guerre. Au niveau international ou global, cependant, l'équivalent stratégique de « l'engagement informationnel » est plus difficile à mettre en œuvre.

Or, dans le cadre de la « guerre contre la terreur », la « guerre des idées » est identifiée comme un élément déterminant. D'où l'importance accordée aux communications stratégiques, notamment dans la *Quadrennial Defense Review (QDR)* de 2006 : « la victoire dans la “longue guerre” dépend en fin de compte de la communication stratégique »<sup>72</sup>.

La QDR ne mentionne la communication stratégique qu'en dernière page, mais la qualifie d'« élément vital de la puissance nationale » et identifie le besoin d'en « améliorer l'intégration » au sein des institutions gouvernementales. A cette fin, a été créé le poste de *Deputy Assistant Secretary of Defense for Joint Communications, DASD(JC)*. Quelques mois plus tard, en septembre 2006, le secrétaire adjoint à la Défense Gordon England a signé un document intitulé *QDR Strategic Communication Execution Roadmap*. Le *QDR Strategic Communication Working Group* a donné une définition pour le moins sibylline de la communication stratégique : cette dernière regroupe « les processus et efforts ciblés du

---

<sup>72</sup> US Department of Defense, *Quadrennial Defense Review (QDR)*, 2006, pp. 91-92.

gouvernement des Etats-Unis pour comprendre et communiquer avec les publics-clés afin de créer, renforcer ou préserver des conditions favorables aux objectifs et intérêts nationaux à travers l'utilisation coordonnée d'informations, de thèmes, de plans, de programmes harmonisés avec les autres éléments de la puissance nationale »<sup>73</sup>.

Pour mettre en œuvre ces idées abstraites et audacieuses, le *Strategic Communication Integration Group (SCIG)* a été créé en décembre 2006. En janvier 2007, le Secrétaire adjoint à la Défense a désigné le contre-amiral Thorp comme Directeur du secrétariat du SCIG. Frank Thorp a, avec l'accord de Gordon England, initié certaines réformes mais, en raison de querelles bureaucratiques, peu de résultats ont été observés jusqu'à présent. En dépit de ces résultats décevants, l'amiral Mullen a recommandé, dans un mémorandum adressé à Gordon England, de maintenir le SCIG pendant une année supplémentaire<sup>74</sup>. Il a toutefois insisté sur le rôle temporaire de cet organisme, conçu pour faciliter un processus de transition. Ce processus devait conduire à une meilleure harmonisation de la communication entre les différentes structures existantes. Celles-ci sont déjà si nombreuses qu'il est difficile de s'y repérer<sup>75</sup>. Il ne s'agissait donc pas de créer un organisme permanent supplémentaire qui n'aurait probablement fait qu'ajouter à la confusion.

Le principal communicant du Pentagone au niveau stratégique est l'*Assistant Secretary of Defense for Public Affairs*, plus connu en interne sous l'acronyme ASD (PA). D'après, la directive 5122.5 du Département de la défense, il est le conseiller de l'équipe dirigeante du Pentagone en matière d'information publique, de communication interne, de formation à l'information et d'audiovisuel. L'ASD (PA), simplement appelé « porte-parole » dans la presse, est souvent un civil avec une expérience dans le journalisme. Les relations de travail et le savoir-faire acquis dans les salles de rédaction peuvent être un atout vis-à-vis du grand public, mais en raison de son profil et du fait de sa position institutionnelle faible, l'ASD (PA) n'a pas beaucoup de poids vis-à-vis des officiers généraux.

La structure en charge de la communication n'est pas évidente à appréhender, hormis peut-être au sommet et au bas de l'échelle. En haut, se trouve le

---

<sup>73</sup> Performance Budget FY 2007-2008, GPRA Plan, p. 89.

<sup>74</sup> Mike Mullen, "Strategic Communication", *Department of Defense Memorandum CM-0087-07*, 14 décembre 2007.

<sup>75</sup> Un des auteurs (T. Rid) a pris part à un séminaire de quatre jours auquel participaient des représentants de plusieurs agences du DoD traitant de la communication stratégique. « The New Media and the Warfighter », U.S. Army War College, Carlisle Barracks, 15-17 janvier 2008.

Secrétaire et son bureau de presse ; en bas, les chefs de section et leurs soldats en Afghanistan. Entre les deux, existe une multitude d'agences spécialisées aux responsabilités imbriquées. La communication stratégique, est, dans ses cibles, plus ambitieuse encore que les *public affairs* : elle inclut les audiences nationale, internationale, locale - pas seulement alliée ou neutre, mais également adverse. Historiquement, les forces armées ont développé un éventail de spécialisations dans le but de communiquer avec les différents publics : les *public affairs* ; la *public diplomacy* ; la *military diplomacy* ; les *information operations* et les *psychological operations*. La *Quadrennial Defense Review* considère ces spécialisations comme des « capacités de soutien essentielles » de la communication stratégique. Chacune de ces capacités, il faut le souligner, a son propre parcours de carrière, ses propres traditions, sa propre philosophie, sa propre culture et sa propre structure organisationnelle.

L'état-major interarmées au Pentagone dispose de structures spécialisées ; les commandements régionaux comme le *Pacific Command* ou le *Central Command* ont dupliqué ces structures ; les quartiers généraux régionaux dans la zone de responsabilité du *Central Command*, dont les plus importants sont la *Multi-National Force-Iraq* et la *Combined Joint Task Force 82* en Afghanistan, ont également reproduit ces structures. En outre, chaque armée dispose d'unités spécialisées. Afin d'illustrer la complexité de l'architecture institutionnelle américaine, voici quelques exemples d'organismes spécialisés :

- Le *Joint Information Operations Warfare Command*, ou JIOWC, situé sur la base aérienne de Lackland au Texas, et commandé par le général John C. Koziol. Ce commandement trouve ses racines dans le *Joint Electronic Warfare Center*, mis en place par les dirigeants du Pentagone en 1980. Le JIOWC dépend du *Strategic Command* et a pour mission de faciliter l'intégration des opérations d'information dans la planification opérationnelle. Il peut déployer des équipes de spécialistes dans une zone de conflit dans un délai réduit. Ces spécialistes sont capables de s'occuper des aspects techniques de la guerre électronique mais aussi des aspects plus humains des opérations psychologiques.

- La *Joint Task Force for Global Network Operations* créée en 1998 et basée à Arlington en Virginie, est commandée par le général Charles E. Croom Jr. Elle est également placée sous l'égide du *Strategic Command*. L'agence s'occupe des aspects techniques de la guerre électronique, défensifs et probablement aussi offensifs.

- Le *Joint Functional Component Command for Network Warfare* est exploité conjointement par l'Agence Nationale de Sécurité à Fort Meade et le *Strategic*

*Command*. Ses tâches comprendraient la pénétration et la dislocation des réseaux, le minage des bases de données à des fins de renseignement, la manipulation des données dans le cadre de la guerre de l'information, et la surveillance des systèmes de commandement et de contrôle adverses<sup>76</sup>. Le magazine *Wired* a décrit les personnes travaillant dans cet organisme comme « la meilleure bande de *hackers* au monde »<sup>77</sup>.

- Le *Army's 1<sup>st</sup> Information Operations Command* et son *Information Dominance Center*. L'*Army* a mis en place ce commandement pour soutenir les autres commandements dans les opérations de sécurité, les opérations psychologiques, la guerre électronique, la dissimulation (*military deception*), les affaires civiles et les relations publiques.

- Le *4<sup>th</sup> Psychological Operations Group*, une unité aéroportée, est la seule unité de l'armée de terre entièrement dédiée aux opérations psychologiques. Elle devrait compter 2 300 personnes d'ici 2011.

Cette liste n'est pas exhaustive. L'*Air Force* a ses propres structures et commandements consacrés aux communications stratégiques, comme le nouveau *Cyber Command*. Plusieurs établissements de formation interarmées traitent aussi de ces questions, à l'instar de la *Defense Information School* à Fort Meade. Face à une telle diversité organisationnelle, la tâche de tout groupe de coordination interarmées se révèle pour le moins ardue.

Au-delà de la coordination, un des problèmes essentiels du Pentagone en matière de communication stratégique réside dans la nécessité d'être proactif et pas simplement réactif. Les armées et leurs spécialistes de communication sont traditionnellement réactifs aux événements externes (opérations, batailles, attaques, etc.) et aux requêtes des médias. Dans la « guerre globale des idées », en revanche, un tel mode réactif est difficile à mettre en œuvre. Si l'« événement » est le processus de radicalisation conduisant au jihad, quelle doit être la réaction des spécialistes de la communication ? À y regarder de plus près, ce problème est étroitement lié à l'articulation parfois ardue entre les tactiques et la stratégie. Un « événement » au niveau tactique pourrait être une attaque suicide ou une campagne d'intimidation des talibans dans une ville de province en Afghanistan. Cet événement local ne s'inscrit pas nécessairement dans une tendance régionale, nationale ou internationale. Dans de telles situations, il est plus facile de réagir tactiquement – et même d'être proactif – que

---

<sup>76</sup> Voir David Fulghum, « Digits of Doom », *Aviation Week*, vol. 167, n° 12, p. 24.

<sup>77</sup> John Laster, « U.S. Military's Elite Hacker Crew », *Wired*, 18 avril 2008.

stratégiquement. Le niveau tactique est concret. Il peut facilement faire l'objet d'une communication tangible, avec des faits vérifiables. Des insurgés tués, une école reconstruite, un puit creusé peuvent donner lieu à un article de presse précis ou à un *post* détaillé sur un *blog*. Le niveau stratégique est plus abstrait, plus idéologique, ce qui rend la communication bien plus difficile. Le problème de la communication stratégique est d'autant plus prégnant que, comme le souligne l'amiral Mullen dans son mémo, le tactique peut rapidement devenir stratégique – le terme « stratégique » étant employé ici dans un sens plus militaire, pour désigner un événement ayant un impact sur une opération entière :

« I have grown increasingly concerned about the military's fixation on strategic communications. We get hung up on that word, *strategic*. If we've learned nothing else in this war, it should be that the lines between the strategic, operational and tactical are blurred almost beyond distinction. This is particularly true in the field of communication, where videos and images plastered on the Web — or even the *idea* of them being so posted — can and often do drive national security decision making. With the aggressive use of technology, the tactical becomes the strategic in the blink of an eye »<sup>78</sup>.

En définitive, les responsables politiques et militaires n'ont, en dépit de la quantité d'organismes dédiés à la communication en général et à la communication stratégique en particulier, qu'un contrôle limité sur les événements qui, « en un clin d'œil », peuvent toucher un public très étendu via les nouvelles technologies de l'information. La montée en puissance d'Internet dans la société et sur le théâtre des opérations exacerbe cette perte de contrôle. Deux phénomènes en pleine expansion méritent ici une attention particulière : les *blogs* d'une part et les *communities of practice* (CoPs), d'autre part.

Pour commencer, **les blogs**. La publication de blogs – contraction de *web logs* – est aujourd'hui un phénomène répandu aux Etats-Unis et partout dans le monde. Au début de l'année 1999, seules quelques dizaines de blogs existaient ; à la fin de la même année, il y en avait déjà plusieurs milliers. Fin 2003, deux millions de blogs étaient en ligne et ce nombre doublait alors tous les cinq mois. Au début de 2006, *Technorati*, un moteur de recherche spécialisé dans les blogs, en dénombrait 27 millions. Fin 2007, ce chiffre s'élevait à plus de 100 millions. Cependant, seuls 15 % de ces « journaux » électroniques sont régulièrement mis à jour. Au Japon, où *bloguer* est particulièrement populaire, les blogs abandonnés

---

<sup>78</sup> Mike Mullen, « Strategic Communication », *Department of Defense Memorandum CM-0087-07*, 14 décembre 2007.

ou négligés sont appelés *ishikoro*, ou « galets », à l'image des cailloux qui ricochent sur l'eau avant de sombrer<sup>79</sup>.

Il n'est guère surprenant qu'un phénomène aussi massif que les blogs ait un dérivé militaire, les « milblogs ». Des dizaines de soldats, pilotes, marins et *Marines* de tous rangs, mais particulièrement parmi les plus jeunes, publient leurs propres « milblogs ». Ils peuvent avoir une durée de vie relativement courte, quelques jours ou semaines, ou bien être actifs pendant plusieurs années. Certains soldats ne bloguent que pendant leur déploiement, d'autres n'écrivent qu'une fois de retour au pays. Certains blogs apparaissent sur des plateformes spécialisées comme *Blogger* (les blogs dont l'URL se termine par ...blogspot.com sont publiés via *Blogger*, qui appartient aujourd'hui à *Google*), d'autres sont intégrés à des sites en réseau, comme *Myspace* ou *Facebook* qui proposent des emplacements pour les blogs. En termes de contenu et de style, les différences sont frappantes et reflètent, dans le cas des « milblogs », la diversité du spectre des forces armées américaines.

Certains blogs utilisent un langage brutal et empreint de colère, comme *TheAngryAmerican*, publié sur roodawg.blogspot.com. Le 27 mars 2008, alors que les affrontements entre les combattants de l'armée du Mahdi et l'armée irakienne s'intensifiaient, il écrivait :

« I got online to check out the news to maybe find out a little more about what the hell is going on here. I read an article about how the Green Zone is 'Under Siege'..... Wow. That's it, that's all the fucking news that is going on about recent events here. Have all the reporters gone home or they are just holed up in the GZ drinking mocha frappes and shit and a couple of rounds hit in the GZ so suddenly it's 'under siege'? I might be speaking out of turn but hey around the whole AO shit has gone a little loopy. If you call getting rocketed a few times 'under siege' then I don't know what you would call ol'Rocketmihyah? Under-apocalypse??? »

D'autres blogs sont rédigés dans un style bien plus professionnel, journalistique, à l'instar de celui de Michael Yon, populaire parmi les lecteurs conservateurs cherchant une alternative aux médias grand public qu'ils considèrent comme biaisés<sup>80</sup>. Son *post* le plus connu est « Gates of Fire », l'histoire d'un accrochage

---

<sup>79</sup> Pour plus de détails voir Sarah Boxer, « Blogs », *The New York Review of Books*, vol. 55, n° 2, 2008.

<sup>80</sup> A l'origine, le *blog* de Yon se trouvait sur michaelyon.blogspot.com. avant d'être déplacé sur michaelyon-online.com.

à Mossoul au cours duquel le lieutenant-colonel Erik Kurilla a été blessé. Ce *post* – dont voici un extrait – fut l’item le plus téléchargé du *web* pendant plusieurs jours :

« When the bullet hit that canister, Prosser—who I thought might be dead because of all the blood on his leg—was actually fighting hand-to-hand on the ground. Wrapped in a ground fight, Prosser could not pull out his service pistol strapped on his right leg, or get to his knife on his left, because the terrorist—who turned out to be a serious terrorist—had grabbed Prosser’s helmet and pulled it over his eyes and twisted it. Prosser had beaten the terrorist in the head three times with his fist and was gripping his throat, choking him. But Prosser’s gloves were slippery with blood so he couldn’t hold on well. At the same time, the terrorist was trying to bite Prosser’s wrist, but instead he bit onto the face of Prosser’s watch. (Prosser wears his watch with the face turned inward.) The terrorist had a mouthful of watch but he somehow also managed to punch Prosser in the face. When I shot the propane canister, Prosser had nearly strangled the guy, but my shots made Prosser think bad guys were coming, so he released the terrorist’s throat and snatched out the pistol from his holster, just as SSG Konkol, Lewis, Devereaux and Muse swarmed the shop. But the shots and the propane fiasco also had brought the terrorist back to life, so Prosser quickly reholstered his pistol and subdued him by smashing his face into the concrete. »<sup>81</sup>

D’autres blogs sont écrits sur un ton tantôt grave tantôt sarcastique, tel *Army of Dude* ([armyofdude.blogspot.com](http://armyofdude.blogspot.com)). Beaucoup de messages concernent des soldats tombés au combat et évoquent le bilan humain de la guerre en Irak. Le 10 mars 2008, l’auteur du blog commémorait l’anniversaire de la mort d’un de ses amis, âgé de 22 ans, Brian Chevallier :

« The only solace I found was that Chevy was killed instantly when the IED exploded beneath him. He went like he lived: quietly. His impact on us was not as muted. Every single person that knew him cried at his memorial service. Our emotions were bottled up after he was killed; we had no time to grieve in between missions. For two hours, we reflected on his loss. And we went back out into the night. This Friday, the remaining members of second platoon will get together on the anniversary of his death to celebrate his life »<sup>82</sup>.

---

<sup>81</sup> <http://michaelyon.blogspot.com/2005/08/gates-of-fire.html>

<sup>82</sup> <http://armyofdude.blogspot.com/2008/03/photo-story-monday-one-year-later.html>

Les blogs permettent de publier quasi-instantanément des informations provenant du théâtre des opérations. Dans le cas des « milblogs », ces informations ne sont pas filtrées par les communicants. Mais quelle est l'importance de ce phénomène ? La grande majorité des blogs sont en déshérence, c'est-à-dire qu'ils ne sont plus actualisés. Si on ne tient compte que de la minorité de sites régulièrement mis à jour, seule une infime fraction est véritablement lue. Le nombre de lecteurs directs n'est toutefois pas le seul indicateur de l'influence des blogs. Certains d'entre eux sont repris par les médias traditionnels voire hébergés sur le site *web* de grands journaux. *The New York Times*, par exemple, a expérimenté l'hébergement de « milblogs » sur son site mais comme n'importe quels blogs, ils ont fini par ne plus être actualisés. Les « milblogs » sont de plus en plus utilisés comme source par les journalistes traditionnels. Cami McCormick de *CBS News* a par exemple lu un blog annonçant l'organisation d'une cérémonie en la mémoire du Caporal Brian L. Chevallier de Tacoma. Elle s'y est rendue et s'en est servie pour illustrer un reportage sur les vétérans d'Irak<sup>83</sup>. D'autres blogs ont été republiés sous forme de livres. *House to House* de David Bellavia est un exemple de « milblog » transformé en livre à succès. L'auteur, un sous-officier décoré, a servi dans un régiment d'infanterie, les *Ramrods*, à Fallujah en 2004.

La réaction institutionnelle de l'armée face aux blogueurs a été mitigée. Un mémorandum provenant des quartiers généraux de la *Multi-National Force-Iraq*, datant du 6 avril 2005, ordonnait aux blogueurs militaires de faire enregistrer leur site. Tous ne l'ont pas fait. Le règlement 530-1, publié le 19 avril 2007, va plus loin encore. Il demande aux blogueurs de « consulter leur supérieur immédiat et les officiers chargés de la sécurité opérationnelle [...] avant de publier des informations sur un forum public ». Non seulement ce niveau de contrôle est irréaliste, mais il s'agit, de surcroît, d'un traitement moins favorable que celui, basé sur la confiance, dont bénéficient les journalistes. Les spécialistes des relations publiques de l'*Army* ont par la suite rédigé une note, « Soldier Blogging Unchanged », visant à rectifier ces réglementations trop strictes<sup>84</sup>.

Une autre approche, plus ouverte à l'égard des nouveaux médias, a été privilégiée par le général William Caldwell, d'abord porte-parole de la *Multi-National Force-Iraq* et plus tard commandant du *Combined Arms Center* à Fort Leavenworth, au Texas. Cette promotion à l'un des postes les plus importants

---

<sup>83</sup> Cami McCormick, « 'Brothers For Life' Remember Slain Soldier », *CBS News*, 19 mars 2008. Le reportage de McCormick est disponible sur <http://audio.cbsnews.com/2008/03/19/audio3949287.mp3>.

<sup>84</sup> Ryan W. Brus, Army Public Affairs, Media Relations Division, dans un email à l'auteur (T. Rid), « RE : Questions on blog (UNCLASSIFIED) », 7 mai 2007.

de l'*Army* – qui rappelle le parcours du général Boomer dans le Corps des *Marines* presque vingt ans plus tôt – est symptomatique du poids croissant des relations publiques dans l'armée de terre. En Irak, Caldwell a cherché à faire évoluer la culture organisationnelle de l'*Army* afin de communiquer plus efficacement. En tant que responsable des relations publiques de la *Multi-National Force-Iraq*, il a, pour reprendre son expression (employée d'ailleurs sur un blog), « ébranlé les rigidités bureaucratiques traditionnelles ». L'armée américaine a par exemple commencé à mettre officiellement en ligne des vidéos sur *YouTube* ou sur des plateformes similaires. Certaines vidéos de la *Multi-National Force-Iraq* sont restées dans le peloton de tête des vidéos les plus visionnées sur *YouTube* pendant plusieurs mois ; la vidéo la plus populaire, montrant une bataille dans la rue Haïfa à Bagdad, avait été vue par plus de 2,7 millions d'internautes en avril 2008. La majorité des vidéos sont néanmoins visionnées beaucoup moins souvent<sup>85</sup>. « Ces vidéos montrent l'extraordinaire puissance que l'armée américaine est capable de déployer », a écrit Caldwell. Et d'ajouter : « utiliser *YouTube* s'avère être un outil extrêmement efficace face à un ennemi aux capacités d'adaptation remarquables »<sup>86</sup>. Lorsqu'il assurait le commandement du *Combined Arms Center*, Caldwell a continué à développer de nouvelles approches vis-à-vis des nouveaux médias. Pour aider l'*Army* à comprendre le nouvel environnement médiatique, Caldwell a franchi une étape sans précédent en demandant aux officiers du *Command and General Staff College* à Fort Leavenworth d'écrire un blog à la place de certaines dissertations traditionnelles.

Le second phénomène est celui des **blogs communautaires**, ou plus précisément des *communities-of-practice (CoPs)*. Ces sites peuvent être ouverts au public ou restreints aux membres enregistrés. L'un des sites communautaires publics les plus connus des forces armées américaines est *smallwarsjournal.com* ; il est visité chaque jour par plusieurs dizaines de milliers d'internautes et les pages consultées se comptent en millions<sup>87</sup>. Les fondateurs et éditeurs du *Small Wars Journal* ont lancé ce projet pour faciliter et soutenir les échanges d'informations parmi les praticiens et les observateurs des conflits asymétriques, afin de faire progresser la connaissance et les capacités dans ce domaine. Le site est ainsi devenu un foyer de discussions très actif et plusieurs *posts* ont été cités dans les journaux les plus diffusés du pays. Il héberge une revue de presse, un magazine avec des articles sur la guerre irrégulière et la contre-insurrection (avec un angle d'attaque souvent opérationnel) et présente

---

<sup>85</sup> Les vidéos *YouTube* de la MNF-Iraq, ainsi que leur audience, sont disponibles sur <http://www.youtube.com/http://www.youtube.com/mnfiraq>

<sup>86</sup> General Caldwell, *Frontier 6*, <http://smallwarsjournal.com/blog/2008/02/changing-the-organizational-cu-1/>

<sup>87</sup> [http://www.alexa.com/data/details/traffic\\_details/smallwarsjournal.com](http://www.alexa.com/data/details/traffic_details/smallwarsjournal.com)

les publications importantes concernant les guerres irrégulières. Parmi ses contributeurs fidèles se trouvent certains des officiers et des penseurs les plus connus sur ces questions, à l'instar de John Nagl, Paul Yingling, Pete Mansoor, Bing West, Frank Hoffman ou David Kilcullen.

Les deux principaux exemples de sites communautaires restreints sont *CompanyCommand.com*, qui s'adresse prioritairement mais pas uniquement aux 3 300 capitaines de l'Army, et *PlatoonLeader.org*, une plate-forme d'apprentissage qui connaît un immense succès auprès des 12 000 chefs de section des forces terrestres. Ces deux plateformes sont aujourd'hui intégrées dans l'architecture de communication de l'armée de terre – leur *.com* et *.org* ont été remplacés par l'extension officielle *.army.mil*.

L'objectif de ces sites est de faciliter le dialogue parmi les jeunes officiers et d'optimiser la capacité de l'armée à s'adapter dans un environnement opérationnel en constante évolution. À la fin des années 1990, les capitaines Nate Allen et Tony Burgess commandaient tous deux des compagnies basées à Hawaïi. Ils étaient voisins et passaient beaucoup de leurs soirées à comparer leurs notes. Réalisant l'impact positif de leurs échanges, les deux officiers ont écrit un livre et l'ont publié sur un site *web*. Grâce à cette publication, ils sont entrés en contact avec d'autres capitaines qui ont eu l'idée de créer un site *web* sur le modèle de *alloutdoors.com*, une plateforme en ligne prodiguant des conseils de randonnée et de survie. Allen et Burgess, avec une douzaine d'autres officiers, parmi lesquels Pete Kilner et Steve Schweitzer ont décidé d'aller de l'avant, sans demander la permission de l'Army, et ont créé *CompanyCommand.com*<sup>88</sup>.

Par la suite, l'armée de terre a découvert la valeur de ce site et l'a inclus dans son réseau officiel. D'autres exemples de CoPs existent, à l'instar de CavNet, lancé par le général Peter Chiarelli, alors commandant de la 1<sup>ère</sup> Division de Cavalerie. CavNet fonctionnait uniquement sur le « Secret Internet Protocol Router Network » de l'armée américaine, ou SIPRNET. Ce système sécurisé est indépendant de l'Internet civil, et seulement accessible à partir d'ordinateurs spéciaux. L'inconvénient du SIPRNET est qu'il n'est pas aussi largement accessible que l'Internet. En Irak, il est disponible au niveau du bataillon, mais pas à celui de la compagnie ou du peloton. CavNet a par conséquent connu un succès plus modéré que les CoPs fonctionnant sur le *web*.

---

<sup>88</sup> Dan Baum, "What the Generals don't know", *The New Yorker*, vol. 80, 2005.

*CompanyCommand.com* a dépassé les 6 000 membres en 2006. « L'armée d'aujourd'hui change si rapidement que les personnes au sommet ne savent pas toujours ce qui se passe à l'autre extrémité », souligne Schweitzer, un des administrateurs du site. Pendant les quatre premières années, la plateforme était entièrement ouverte au public et, *a fortiori*, à l'ennemi. Le 8 février 2004, le journaliste Thomas Ricks a publié un article dans le *Washington Post* dans lequel il parlait de *CompanyCommand.com*. Du jour au lendemain, le trafic a explosé. Ses fondateurs – et non l'armée de terre – ont alors décidé de limiter l'accès au site aux soldats professionnels américains. Cette restriction a rendu la communauté en ligne beaucoup plus puissante et beaucoup plus riche, indique Kilner. « Ce n'est pas seulement de l'information ; ce sont des histoires personnelles et les officiers sont en mesure de se connecter avec leurs pairs et de partager leur connaissance. Le forum promeut un fort sens du partage parmi les membres ». Son fonctionnement n'est pas très différent de celui de *MySpace* : il y a des profils avec des photos et de courtes biographies contenant généralement des informations sur l'expérience professionnelle des soldats. « Les officiers voient que le forum est réellement fait par eux et pour eux. Ils voient les autres partager leurs problèmes et leurs expériences ; ils voient leur propre visage et ceux de leurs camarades, et ça approfondit le sens de leur identité professionnelle. Les connaissances partagées et produites en ligne, souligne Kilner, ont un réel impact sur la guerre »<sup>89</sup>.

*CompanyCommand* est aujourd'hui lié au *Battle Command Knowledge System*, le système institutionnalisé de *chat* et d'Internet de l'*Army*. A ce titre, il est subventionné par le gouvernement et reçoit le soutien de l'Académie militaire de Westpoint. En d'autres termes, l'*establishment* a fini par comprendre les bénéfices potentiels du *peer-to-peer*. « Nous ne voulons pas sur-contrôler », souligne ainsi William Wallace, commandant du V<sup>ème</sup> Corps d'armée pendant l'invasion de l'Irak, et maintenant à la tête du *Training and Doctrine Command* (TRADOC). « Il y a une certaine part de fierté dans ces communautés à l'idée d'opérer en dehors de l'institution »<sup>90</sup>.

En mai 2006, Andrew Schilling, jeune officier dans le corps des *Marines*, a publié un article – remarqué et primé – dans la *Marine Corps Gazette*. « Il est difficile pour un *Marine* d'admettre que l'*Army* peut faire quelque chose de mieux », écrit-il. Les *Marines*, d'après lui, devraient utiliser davantage la technologie *peer to peer*, en s'inspirant notamment de *CompanyCommand* et *PlatoonLeader*. Ces sites, ajoute le jeune officier, sont « supérieurs à tout ce dont

---

<sup>89</sup> Pete Kilner, entretien avec l'auteur (T. Rid), 27 janvier 2007.

<sup>90</sup> Sandra I. Erwin, "Washington Pulse", *National Defense*, vol. 90, 2006.

disposent les *Marines* parce qu'ils traitent leurs utilisateurs comme des pairs »<sup>91</sup>. Ce n'est pas que les *Marines* n'utilisent pas du tout Internet, mais ils le font en dehors du cadre officiel. Schilling poursuit en décrivant comment son unité, comme beaucoup d'autres, utilise un site Internet hébergé sur un serveur privé pour échanger des conseils sur la scolarité à *The Basic School* (TBS), garder la trace des uns et des autres, envoyer des photos ou organiser les activités des sections.

La matérialisation des nouveaux médias sur le champ de bataille ne se limite pas à l'Internet *stricto sensu*. L'équipe de *CompanyCommand*, par exemple, vient d'installer un système de *podcasts* sur le site qui permet de télécharger certaines ressources sur des lecteurs MP3. Il est même envisagé de fournir des *iPods* remplis d'interviews réalisées avec des officiers quittant l'Afghanistan aux officiers se rendant dans le pays. Ce dispositif faciliterait la transmission d'informations. Les téléphones portables, les appareils photos numériques et les mini-caméras peuvent être utilisés à des fins de documentation. Les gadgets commerciaux, parfois supérieurs aux équipements de l'*Army*, sont de plus en plus utilisés pour rassembler et compiler des renseignements. « Prenez des photos de n'importe quoi et, plus important encore, de n'importe qui. Les bonnes photos dans les bonnes mains peuvent faire toute la différence »<sup>92</sup> conseille un capitaine sur un site *web*.

Les blogs, les sites de réseaux sociaux et les plateformes communautaires ont une chose en commun : ils sont basés sur le dialogue, à la différence des médias traditionnels qui fonctionnent davantage sur le mode du monologue. Certaines personnes du Département de la Défense ont compris ce changement fondamental. « La communication est comme une route à double sens » écrit le *Chairman of the Joint Chiefs of Staff* en caractères soulignés. Dans le mémorandum déjà cité précédemment, il mentionne un *leader* musulman modéré qui conseille aux dirigeants américains de communiquer davantage « par réception que par transmission ». En outre, il insiste sur le fait que la crédibilité est un élément essentiel. Or, les informations communiquées par des tiers – journalistes, analystes externes, hommes politiques étrangers, etc. – ont toujours été considérées comme plus crédibles que celles transmises par des officiers américains.

« Je partage les frustrations du Secrétaire à la Défense sur le fait que nous ne sommes pas aussi habiles qu'*Al Qaïda* dans la communication de nos

---

<sup>91</sup> Andrew P Schilling, "Peers", *Marine Corps Gazette*, vol. 90, n° 5, 2006 p. 56.

<sup>92</sup> <http://groups.yahoo.com/group/com-prac/message/4903>

et

<http://www.militaryphotos.net/forums/archive/index.php/t-32700.html>

messages » écrit l'amiral Mullen qui affirme une nouvelle fois son scepticisme à l'égard d'une organisation centralisée « statique, séparée » en charge de la communication stratégique. Le salut résiderait plutôt dans la décentralisation, à condition que la culture du ministère intègre, à tous les niveaux, l'importance de la communication. « Ce n'est que comme ça que nous pourrions espérer être suffisamment souples et rapides pour pouvoir véritablement concurrencer *Al Qaïda* dans la bataille de l'information »<sup>93</sup>.

Dans cette bataille, les Etats-Unis peuvent compter sur leurs alliés, au premier rang desquels se trouve le Royaume-Uni.

---

<sup>93</sup> Mike Mullen, "Strategic Communication", *Department of Defense Memorandum CM-0087-07*, 14 décembre 2007.

## CHAPITRE II

### ROYAUME-UNI : LA « PARANOÏA » DES COMMUNICANTS ?

L'approche britannique des relations entre défense et médias se caractérise par une certaine insularité. Trois éléments structurels différencient en effet le Royaume-Uni de bien d'autres pays : une grande expérience en matière de contre-insurrection, l'agressivité de la presse et la culture du *spin doctoring*.

Tout d'abord, le Royaume-Uni dispose de l'une des armées de terre les plus expérimentées, déployées et employées dans des affrontements classiques mais aussi dans de nombreux conflits asymétriques. La *British Army* a en effet été engagée dans plus de cinquante batailles contre des forces irrégulières au XIX<sup>ème</sup> siècle, dont deux en Afghanistan. Dans l'entre-deux-guerres, l'armée britannique a fait face à de nombreuses insurrections dans les colonies : Somaliland, Indes, soulèvement en Irak en 1920 et révolte arabe de 1936 à 1939. S'en est suivie une accélération du rythme des opérations militaires au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, les forces armées britanniques étant, chaque année (hormis 1968), activement engagées outre-mer, bien souvent sur plusieurs théâtres à la fois. Les principales confrontations irrégulières se sont déroulées en Palestine (1945-48), en Malaisie (1948-60), au Kenya (1952-60), à Chypre (1955-59), à Bornéo (1962-66), à Aden (1963-67), à Dhofar (Oman, 1970-75), en Irlande (1969-2007), en Bosnie (1992-2007), en Sierra Leone (1999-2001), ainsi qu'en Afghanistan (2002- aujourd'hui) et en Irak (2003- aujourd'hui). L'approche historique britannique de la guerre non conventionnelle pourrait être résumée comme suit : une primauté des forces de police sur les forces militaires, et une volonté affichée de l'armée de restreindre l'usage de la force<sup>94</sup>.

Les conflits asymétriques sont d'autant plus difficiles à gérer par les armées britanniques que la presse nationale compte parmi les plus virulentes au monde. Ainsi, *The Sun* – un *tabloïd* publié en Grande-Bretagne et en Irlande, et le journal de langue anglaise le plus vendu dans le monde – a la réputation de ne pas ménager le gouvernement. D'autres, à l'instar de *The Independent*, *The Daily Telegraph*, *The Times* ou même la *BBC*, s'illustrent par une longue expérience dans

---

<sup>94</sup> Ian Frederick, William Beckett, *Modern Insurgencies and Counter-Insurgencies*, London, Routledge, 2001.

le journalisme d'investigation. La presse est – selon la formule d'un officier de l'*Air Force* employé au sein du service de presse du Ministère britannique de la Défense – « une bête qu'il faut nourrir »<sup>95</sup>. Depuis 2002 et le développement du système d'*embedded media*, les forces armées britanniques ont noué des relations plus étroites avec la presse.

Enfin, le gouvernement britannique est traditionnellement des plus habiles en matière de relations publiques ou « *spin doctoring* », pour reprendre une formule journalistique qui fait florès. D'ordinaire, au Royaume-Uni, lorsque les soldats sont envoyés en opération extérieure, les élites politiques et militaires affichent, quelle que soit leur appartenance partisane, un soutien à l'opération en question. Au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, rares étaient ceux qui affichaient leurs dissensions au sein même du gouvernement et cette approche du front commun fonctionnait assez bien en temps de crise. La nature hautement polémique de la guerre en Irak a toutefois sérieusement érodé ce consensus. En effet, les révélations de scandales retentissants, dont l'affaire Kelly, illustrent bien les tensions pesant sur les rapports entre médias, armée et gouvernement. Le caractère non-conventionnel (et non anticipé) des guerres en Irak et en Afghanistan et la lenteur des progrès enregistrés ont accru les tensions à l'échelle civilo-militaire et rudement mis à mal les liens entre les hauts fonctionnaires civils et militaires – une situation que la presse n'a pas manqué d'aborder. Les réformes récentes du bureau de presse du ministre de la Défense ont exacerbé ces problèmes.

Ce chapitre décrit d'abord la toile de fond historique des récentes opérations médiatiques menées par le ministère de la Défense britannique, puis résume ensuite brièvement les trois scandales ayant façonné le rapport actuel qu'entretiennent médias et militaires au Royaume-Uni. En dernier lieu, l'architecture institutionnelle de communication sera évoquée, en mettant l'accent sur le service de presse du ministère de la Défense. Nous montrerons que le nouvel environnement médiatique et la prédominance des conflits irréguliers ont exacerbé une double tension : d'une part entre civils et militaires au sein du ministère de la Défense, et d'autre part entre les approches politiques et opérationnelles de la communication en temps de guerre. Ces tensions ont affecté la capacité de l'armée de terre britannique à affronter des adversaires irréguliers.

---

<sup>95</sup> Senior Public Affairs officer, entretien avec l'auteur (T. Rid), Londres, 14 décembre 2003.

## L'évolution des opérations médiatiques

La longue expérience du Royaume-Uni en matière de guerres irrégulières a profondément forgé sa culture militaire. En ce qui concerne les rapports entre médias et militaires, quatre conflits récents, deux guerres classiques et deux conflits asymétriques, méritent d'être évoqués car leur souvenir est encore bien présent dans la mémoire des officiers en poste aujourd'hui.

Plus que tout autre, le conflit nord-irlandais a eu une influence marquante sur la culture militaire britannique, sa doctrine et sa communication extérieure. L'opération *Banner* a été la campagne la plus longue dans l'histoire de l'armée britannique. En 1972, lors de l'opération *Motorman*, environ 28 000 hommes ont été déployés en Irlande du Nord, soit le double du nombre de soldats britanniques envoyés en Afghanistan et en Irak<sup>96</sup> et ce, alors que la population d'Ulster avoisine à peine les deux millions d'habitants. Au total, plus de 250 000 membres de l'armée régulière ont servi en Ulster pendant la campagne ; plus de 600 ont été tués, dont 102 en 1972. Pendant la campagne, plus de 10 000 personnes suspectées de terrorisme ont été arrêtées. Le bilan s'élève à plus de trois mille morts.

Dès le début, les médias ont joué un rôle important dans ce conflit. Lors de l'indépendance de l'Irlande en 1922, six cantons de l'Ulster sont restés britanniques. Les Nationalistes, ou Républicains, majoritairement catholiques, étaient partisans d'une réunification avec la République d'Irlande ; les Unionistes, ou Loyalistes, en grande majorité protestants, souhaitaient rester britanniques. A la fin des années 1960, le niveau de violence a commencé à croître : le 5 octobre 1968, un défilé orangiste tourne à l'émeute à Londonderry. Ce défilé est le premier événement du genre à avoir été entièrement retransmis à la télévision au Royaume-Uni. Les caméras ont filmé la *Royal Ulster Constabulary* faisant usage de la force contre les manifestants, ouvrant la voie à une escalade du conflit. C'est à l'occasion d'une autre manifestation à Londonderry, au cours de l'été 1969, que le conflit, qualifié de « troubles » par le gouvernement britannique, a éclaté ; pour la première fois, des personnes ont été tuées.

Le conflit nord-irlandais a tour à tour été qualifié de guerre civile, d'insurrection, de mouvement de libération, de guerre coloniale ou encore de mission de stabilisation. S'il est bien un point qui fasse l'unanimité, c'est son

---

<sup>96</sup> Début 2008, les forces armées britanniques avaient 7 800 hommes en Afghanistan et 4 100 en Irak.

caractère irrégulier. L'IRA provisoire – *Provisionnal IRA* ou PIRA en anglais – était « l'une des organisations terroristes les plus efficaces de l'histoire », souligne un rapport de l'*Army* en 2006. « Professionnelle, dévouée, hautement qualifiée et endurente »<sup>97</sup>, elle s'est inspirée des tactiques de guérilla ayant fait leurs preuves contre l'empire britannique. Le 6 février 1971, la Grande-Bretagne perd en Irlande du Nord son premier soldat en près de 50 ans. Le *PIRA's Army Council* s'était fixé un objectif initial de 56 soldats tués, soit autant qu'à Aden où le *Royal Anglian Regiment* avait fini par se retirer en novembre 1967. Or, ce nombre atteint, les troupes britanniques n'envisagent toujours pas sérieusement de quitter l'Irlande du Nord. Dave O'Connell, un militant et membre influent du *PIRA's Army Council* déclare alors qu'il « faut aller jusqu'à quatre-vingts »<sup>98</sup>. En juin 1972, le nombre de soldats britanniques tués s'élève à 102 et ne cesse d'aller *crescendo*. Ces pertes ne manquent pas d'entamer le soutien de l'opinion publique à la guerre. En septembre 1971, un sondage pour le *Daily Mail* révèle que 59% des Britanniques sont favorables à un retrait militaire immédiat d'Irlande du Nord. En l'occurrence, les responsables politiques ne suivent pas l'avis de la population – si tant est que ce sondage soit représentatif de la population. Le conflit s'éternise, connaissant sporadiquement des pics de violence. Bien que le gouvernement ait été accusé d'avoir fait un usage excessif de la force en Irlande du Nord, il est à noter qu'il n'y a jamais employé d'armes lourdes, encore moins de bombes aéroportées.

Dans les premiers temps, les Britanniques, manquant d'expérience dans la gestion publique de ces *Troubles*, ont commis quelques graves erreurs. L'armée a introduit en Irlande du Nord des techniques d'interrogatoire sévères, développées lors des guerres coloniales dans les années 1950 et 1960. Le 9 août 1971, l'opération *Demetrius*, campagne d'internement de grande envergure est lancée. Bien qu'elle ait produit quelques résultats au niveau tactique, cette opération représentait « une opportunité énorme en matière d'opération d'information pour le mouvement républicain », souligne le rapport mentionné précédemment. L'objectif de ce rapport était de tirer les enseignements majeurs de cette opération. Et la leçon de *Demetrius* était claire : l'internement et le traitement brutal d'un grand nombre de suspects a eu « un impact majeur sur l'opinion publique en Irlande, en Europe et aux États-Unis » ; « c'était une énorme erreur »<sup>99</sup>. Peu à peu les Britanniques comprennent que les insurgés sont enracinés dans la culture locale et disposent de réseaux de solidarité bien développés au sein de la population. Comme dans beaucoup d'affrontements asymétriques, l'IRA a pu développer le discours de la résistance populaire

---

<sup>97</sup> Mike Jackson, *Operation Banner*, Vol. Army Code 71842, London, British Army, 2006, pp. 2-7.

<sup>98</sup> Maria Maguire, *To Take Arms*, London, Macmillan, 1973, p. 74.

<sup>99</sup> Jackson, *Operation Banner*, Vol. Army Code 71842, London, British Army, 2006, pp. 2-7.

confrontée à une armée puissante, rhétorique appuyée par des incidents violents, notamment en ce dimanche de janvier 1972 à Londonderry, lorsque treize manifestants pour les droits civils ont été tués par les forces de sécurité britanniques. D'après la *British Army*, «les Républicains ont immédiatement exploité les événements du “Bloody Sunday” par une opération d’information »<sup>100</sup>.

Trois points peuvent être soulignés au sujet de la campagne nord-irlandaise. D’abord, elle illustre bien l’importance qu’attachent les élites politiques et militaires au principe de soutien bi-partisan, surtout lorsque les craintes de perdre l’Ulster se sont faites plus tangibles. Ensuite, elle explique l’importance que le gouvernement attache à la presse *domestique*. Le parti conservateur a notamment reproché aux médias leur défaitisme et les a accusés de miner le moral des Britanniques en général et des troupes en particulier. « Nous devons trouver les moyens de priver les terroristes et les preneurs d’otages de toute publicité, oxygène dont ils dépendent », a déclaré Margaret Thatcher dans un célèbre discours en 1985. Enfin, ce conflit illustre la longue expérience de l’armée britannique en matière de contre-insurrection et son appréciation de la complexité de la chose. Notons que la quasi-totalité des officiers supérieurs des forces armées britanniques a servi à plusieurs reprises en Irlande du Nord. De ce fait, les officiers chargés des relations publiques étaient traditionnellement considérés plus positivement dans l’armée britannique que dans la majorité des autres armées occidentales. Il est toutefois important de ne pas surestimer la portée du conflit nord-irlandais. Aujourd’hui, beaucoup de jeunes officiers n’ont, soit jamais combattu en Irlande du Nord, soit pris part au conflit tardivement, bien après les heures les plus difficiles des années 1970.

La guerre des Malouines de 1982 représente également un événement-clé dans la gestion de la presse par les armées britanniques. Ce conflit s’est traduit par la mise en place de nouvelles pratiques d’encadrement des médias lors de guerres limitées et rapides. La guerre contre l’Argentine à propos des îles Malouines ou Falklands, s’est déroulée à plusieurs milliers de kilomètres de la Grande-Bretagne et la bataille fut essentiellement navale, à distance de toute grande ville et à près de cinq cents kilomètres du bloc continental. Ce terrain a conféré au ministère de la Défense un avantage de taille : le contrôle exclusif de l’accès au théâtre des opérations. Les journalistes n’avaient guère d’autre choix que d’exercer leur travail depuis les navires de la *Royal Navy*. Les règles imposées par le ministère étaient strictes : seuls 29 journalistes britanniques ont été autorisés à accompagner la *Task Force* tandis que les correspondants de la presse étrangère n’étaient pas les bienvenus. De plus, les journalistes, tel Max Hastings qui

---

<sup>100</sup> Ibid., pp. 2-8.

travaillait alors pour le *Standard*, ont été triés sur le volet<sup>101</sup>. 160 médias se sont ainsi vu refuser l'accès au théâtre. Un communiqué officiel quotidien était publié par le ministère. Pour faire face à cette pénurie d'informations, la chaîne américaine ABC a envisagé, avec d'autres chaînes d'information et journaux, d'affréter un bateau pour se rendre sur place. Cependant, ce projet aurait coûté trop cher et comportait des risques dans la mesure où la *British Navy* avait menacé d'ouvrir le feu sur toute embarcation présente dans la zone d'exclusion totale. Cette même méthode a été adoptée un an plus tard par la *U.S. Navy* lors de l'intervention sur l'île de Grenade. Selon Philip Knightley, un des reporters de guerre britanniques les plus réputés, « le ministère de la Défense s'est révélé brillant, censurant et supprimant les informations dangereuses, différant leur diffusion [...] et se présentant comme l'unique source fiable d'information »<sup>102</sup>. Les journalistes, quant à eux, étaient déconsidérés et traités avec défiance. Leur travail était étroitement surveillé, l'idée que la presse puisse mettre en péril les soldats étant encore largement répandue. Le contre-amiral John Woodward, commandant de l'opération résumait alors la ligne à suivre par la formule suivante : « coopération, oui ; information, non ».<sup>103</sup> Le cas de la guerre des Malouines est ici particulièrement intéressant, pour deux raisons : d'une part, il marque une aggravation des différends entre l'armée et la presse et permet, d'autre part, au ministère de la Défense et aux forces armées de tirer un enseignement fondamental, à savoir que le contrôle de la presse est non seulement nécessaire mais encore possible. Quelques années à peine après la fin de la guerre du Vietnam – que d'aucuns, aux Etats-Unis, pensaient avoir perdue à cause des médias –, voici que la *British Navy* réussissait à remporter une guerre tout en mettant la presse en sourdine. Les conditions uniques de la guerre des Malouines ont été transformées en un modèle pour les relations entre les médias et les militaires.

Le troisième conflit à évoquer est la guerre du Golfe de 1991. En dépit de circonstances moins favorables, un dérivé du modèle de gestion des médias mis en œuvre pendant la guerre des Malouines a été réutilisé neuf ans plus tard par le Royaume-Uni ainsi que par son principal allié, les Etats-Unis. Le nombre de correspondants dans le Golfe avoisinait les 1600 journalistes, soit quatre fois plus que lors de l'offensive du Têt lors de la guerre du Viêt-nam. La guerre du Golfe constitue l'une des plus importantes et des plus rapides opérations militaires conventionnelles de la seconde moitié du XX<sup>ème</sup> siècle. Les combats terrestres ont été remportés en 100 heures à peine. Le rythme des opérations

---

<sup>101</sup> Lawrence Freedman, *The Official History of the Falklands Campaign, Vol. II*, 2005, p. 34.

<sup>102</sup> Phillip Knightley, *The First Casualty. From the Crimea to Vietnam: The War Correspondent as Hero, Propagandist and Myth Maker*, New York: Harcourt Brace Jovanovich, 1975, p. 53.

<sup>103</sup> Lawrence Freedman, *The Official History of the Falklands Campaign, vol. II*, 2005, p. 35.

terrestres nécessitait alors, aux yeux des commandants, de protéger vigoureusement les informations pertinentes d'un point de vue opérationnel. Au début des années 1990, rares étaient les propriétaires de téléphones portables et les connexions Internet étaient quasiment inexistantes. Les reporters devaient donc composer avec une logistique militaire pesante – surnommée le « pony express » – afin de faire parvenir leurs reportages au siège de leurs organes de presse. Bien que la couverture en direct de la guerre par CNN à partir des toits de l'hôtel *Al Rashid* de Bagdad ait marqué le début d'une nouvelle ère du journalisme de guerre, l'armée constatait que le contrôle des médias fonctionnait encore. Pourtant, certains officiers notaient un autre changement : l'adversaire était parvenu à mieux utiliser les médias pour servir ses propres intérêts en réussissant à donner un large écho aux « dommages collatéraux » provoqués par les bombardements de la coalition.

La quatrième opération récente à avoir influé sur les rapports médiatico-militaires est la libération des otages en Sierra Leone. En mai 2000, la Grande-Bretagne y envoie environ mille hommes afin d'évacuer les ressortissants étrangers et lutter contre les insurgés du *Front révolutionnaire uni* (RUF) alors en passe de contrôler le pays. La plupart des troupes sont retirées en juin alors que le RUF est sur la défensive mais contrôle néanmoins les concessions de diamants. Un contingent britannique de trois cents hommes demeure sur place pour superviser l'entraînement de l'armée sierra-léonaise. Le 25 août 2000, onze membres du *Royal Irish Regiment* et un soldat sierra-léonais sont enlevés à une centaine de kilomètres à l'est de Freetown par une milice connue sous le nom de *West Side Boys*. Les exigences des ravisseurs étaient démesurées et les négociations se sont rapidement arrêtées. Le ministre de la Défense de l'époque, Geoff Hoon, a ressenti la capture des soldats britanniques comme une humiliation nationale. À la fin du mois d'août, la presse a commencé à spéculer sur l'imminence d'une mission de sauvetage. *The Irish Times* rapporte le 29 août que des unités SAS « se tiendraient prêtes à monter une opération de libération » des soldats capturés dont dix provenaient d'Irlande du Nord. Le ministère de la Défense, de son côté, a attisé les spéculations en annonçant que des « mesures plus musclées » étaient envisagées<sup>104</sup>. Le 6 septembre, *The Times* ainsi que d'autres quotidiens ont révélé que des parachutistes s'étaient envolés pour Dakar au Sénégal et « se tenaient prêts pour une tentative de libération ». Le quotidien publié à Londres a même avancé le chiffre de 150 hommes en ajoutant ce commentaire : « toute tentative de libération des otages serait la plus audacieuse entreprise depuis des décennies par l'armée britannique ». Grâce à de solides investigations et des sources bien informées, la presse britannique a

---

<sup>104</sup> Jason Burke, « Rebels' Defiance Makes Sierra Leone Rescue Mission More Likely », *The Observer*, 3 septembre 2000, p. 3.

pu se faire une idée assez précise de l'opération en préparation, allant même jusqu'à publier la date probable de l'assaut. Pour ne pas compromettre la sécurité opérationnelle, les chefs militaires ont décidé de « briefer », de manière confidentielle, les envoyés spéciaux présents à Freetown pour leur exposer les dangers que la révélation de certaines informations pouvait faire courir aux soldats. Les reporters, conscients qu'il en allait de la sécurité voire de la survie de militaires, ont alors renoncé à publier les renseignements opérationnels en leur possession. Durant cette opération baptisée « Barras », un parachutiste britannique, Brad Tinnion, a trouvé la mort et 12 autres ont été blessés contre 25 membres des *West Side Boys* tués et 18 autres capturés. Les six otages britanniques ont finalement été libérés. Le cas de la Sierra Leone est remarquable en ce qu'il a permis de démontrer aux forces armées que les journalistes, s'ils sont correctement informés, peuvent être dignes de confiance, même dans les situations les plus tendues où les enjeux médiatiques sont considérables. Cet épisode a marqué le début d'une relation de coopération entre les armées britanniques et les journalistes – en particulier les « correspondants Défense ».

Depuis les interventions en Afghanistan puis en Irak, plusieurs événements-clés ont grandement influé sur les rapports entre les médias et le monde de la défense. Ces affaires ont induit des évolutions concernant l'accès des médias aux sources du ministère de la Défense, alimentant la discorde entre les deux institutions. Trois événements majeurs, quoique de nature et de portée différentes, méritent d'être soulignés : l'affaire Kelly, la crise des marins britanniques retenus en otages en Iran et le cas d'un chef d'état-major au franc-parler inhabituel.

Premièrement, l'affaire Kelly doit être évoquée. Bien que n'impliquant pas au premier chef des militaires mais des civils travaillant au ministère de la Défense, l'affaire Kelly est importante en ce qu'elle a fortement pesé sur les relations entre le gouvernement et la presse et sur l'accès des journalistes aux sources officielles. Le 24 septembre 2002, le gouvernement britannique publie un rapport concernant les armes de destruction massive en Irak, dont le chapitre 3 mentionne que « les militaires irakiens sont capables de déployer [ces armes] en quarante-cinq minutes »<sup>105</sup>. Le 29 mai 2003, peu après l'invasion de l'Irak, le journaliste Andrew Gilligan soutient, dans l'émission *Today* de la BBC, que « le gouvernement savait probablement que l'hypothèse des 45 minutes était erronée ». Il ajoute que le dossier a volontairement été « gonflé » à l'initiative du conseiller en communication du Premier ministre, Alastair Campbell. Et de

---

<sup>105</sup> Lord Hutton, *Report of the Inquiry into the Circumstances Surrounding the Death of Dr David Kelly C.M.G.*, London, House of Commons, 2004, p. 7.

révéler que sa source au ministère de la Défense était le Dr David Kelly, biologiste et ancien inspecteur en désarmement de l'ONU, dont le corps, retrouvé quelques jours plus tard, indiquait qu'il se serait donné la mort. L'affaire suscite rumeurs et spéculations mais surtout un intérêt considérable des médias aussi bien en Grande-Bretagne qu'ailleurs. Plusieurs commissions d'enquête ont été mises en place pour élucider les circonstances de la mort du Dr Kelly. La plus importante, dirigée par Lord Hutton, a conclu qu'aucun tiers n'était impliqué dans le décès du spécialiste en armes biologiques. Aux yeux des officiels, cette affaire a surtout mis en avant le danger des fuites vers la presse et le grand public. Nombre de fonctionnaires civils travaillant sur les questions de sécurité et de défense ont, suite à cet épisode, fait preuve de la plus grande des prudenances dans leurs relations avec les journalistes. L'affaire Kelly a également lourdement entaché la réputation du gouvernement et du ministère de la Défense. À l'inverse, celle des forces armées a été largement épargnée, ce qui n'a pas manqué d'exacerber les tensions entre civils et militaires au Royaume-Uni.

Vient ensuite la crise iranienne des otages. Le 23 mars 2007, l'Iran capture 15 marins de la *Royal Navy* et des *Royal Marines* qui patrouillaient à bord de la frégate *HMS Cornwall* dans une zone disputée par l'Irak et l'Iran. Le bâtiment faisait partie du contingent britannique de la force multinationale présente en Irak. Le président iranien soutenait que les marins étaient entrés illégalement dans les eaux territoriales iraniennes, accusation rejetée par Tony Blair qui dénonçait le caractère « injustifié et incorrect » de leur détention. S'ensuit une crise diplomatique majeure, qui focalise l'attention des médias. Le 4 avril, Mahmoud Ahmadinejad accepte de libérer l'équipe de marins, geste qu'il présente comme un « cadeau » fait à la Grande-Bretagne. Face à l'engouement médiatique, les familles des anciens otages sont protégées par des « boucliers médiatiques » (*media shielders*) spécialement préparés pour ce type de missions. Quatre jours plus tard, le ministère de la Défense annonce que les marins seront autorisés, à la faveur de « circonstances exceptionnelles », à vendre leur histoire aux médias<sup>106</sup>. Faye Turney, 26 ans et seule femme parmi les détenus, aurait ainsi raconté son expérience de détention à des agences de presse pour plus de 100 000 £<sup>107</sup>. Cette décision suscite une vive polémique et le ministère fait rapidement machine arrière. Le 16 avril, le ministre de la Défense, Des Browne, annonce devant la Chambre des Communes qu'il réexaminerait la question de l'accès des médias au personnel du ministère. Tony Hall, directeur

---

<sup>106</sup> « Naval captives can sell stories », *BBC News*, 8 avril 2007, <http://news.bbc.co.uk/1/hi/uk/6536203.stm>.

<sup>107</sup> Dan Sabbagh, « It was an outrage, that Faye Turney was allowed to sell her story », *The Times*, 13 avril 2007, p. 58.

exécutif du *Royal Opera House* et ancien directeur de l'information de la BBC, est désigné pour diriger une enquête sur la gestion médiatique de la crise des otages et, plus largement, pour étudier la stratégie de communication du ministère de la Défense. Il est chargé de « se tourner vers l'avenir et de dresser les leçons et les recommandations nécessaires pour le futur »<sup>108</sup>. Le rapport a notamment mis en avant et critiqué le fait que l'état-major de la Marine – et non le ministère – avait eu un rôle prédominant dans la gestion des médias pendant la crise. Une des principales leçons tirée par Tony Hall est en conséquence que « la responsabilité [de la communication externe] doit clairement être attribuée au ministère de la Défense ». Le rapport a surtout souligné que le ministère était mal équipé pour faire face à une crise médiatique de ce type et a recommandé de renforcer les ressources allouées à la communication.

Outre l'affaire Kelly et la prise d'otages des marins, un autre fait marquant a trait au sentiment de frustration ayant gagné l'*Army* du fait des guerres en Irak et en Afghanistan. Fin août 2006, le général Richard Dannatt est nommé chef d'état-major de l'armée de terre, en lieu et place du général Mike Jackson, un soldat rugueux surnommé “Macho Jacko” par la presse de boulevard. Sir Richard Dannatt, 55 ans, tranche avec son prédécesseur. Il a l'allure « d'un avocat ou d'un banquier » selon les termes du *Daily Mail*, le plus vieux tabloïd anglais et le plus vendu après *The Sun*. Il s'est aussi révélé être plus pugnace que son prédécesseur. En effet, quelques jours seulement après être entré en fonction, le général se fait le porte-voix d'une armée qui se sent dévalorisée. Il se demande publiquement si un salaire net de 1150 £ par mois vaut la peine d'aller se battre dans la province du Helmand. A cette doléance, le trésor répond finalement favorablement en octroyant un bonus aux troupes servant en zones de guerre. Après un scandale hospitalier impliquant des vétérans, le nouveau chef d'état-major fait à nouveau entendre sa voix. Suite à une entrevue avec le ministre de la Défense, Des Browne, il déclare en ces termes très directs : « j'ai dit au ministre de la Défense que l'armée n'abandonnerait pas la nation mais je ne veux pas que la nation abandonne l'armée »<sup>109</sup>. Il va même, dans un entretien accordé au *Daily Mail*, jusqu'à remettre en question la politique adoptée par le gouvernement en Irak. Il affirme ainsi que l'histoire démontrera que la préparation de la phase IV des opérations était « insuffisante » et « relevait davantage de l'optimisme » que d'une planification militaire réfléchie. Concernant la présence britannique à Bagdad et Bassora, le général soutient que « [l'armée devrait se] retirer de là bientôt car [sa] présence

---

<sup>108</sup> Tony Hall, *Review of Media Access to Personnel*, London: Ministry of Defence, 2007, p. 1.

<sup>109</sup> Cité dans Sarah Sands, “Sir Richard Dannatt: A very honest General”, *Daily Mail*, 12 octobre 2006.

exacerbe les problèmes d'insécurité »<sup>110</sup>. Des prises de position politiques de ce type sont assez rares de la part d'un chef d'état-major de l'*Army* pour être signalées. Et le général de poursuivre : « je veux qu'il y ait encore une armée dans cinq ans et dix ans. Ce n'est pas le moment de reculer ! »<sup>111</sup>.

Le franc-parler de Richard Dannatt n'a pas manqué de troubler ses rapports avec le gouvernement de Tony Blair. Le *Daily Mail* rapporte que certains responsables politiques étaient « stupéfaits » et « effarés » par les remarques du général. De son côté, le *Telegraph* affirme que les propos du chef d'état-major de l'armée de terre « ont secoué *Downing Street* ». Quant à la chaîne *Al Jazeera*, elle estime que les propos du général sont « un coup douloureux » pour le gouvernement de Tony Blair. Pourtant, le Premier ministre a continué de réaffirmer, en public, son « soutien absolu » au plus haut gradé de l'*Army*. La presse ne s'est pas pour autant désintéressée de l'affaire. Ainsi, le dimanche suivant, sur sa page de couverture, *The Independent* a reproduit des citations tirées d'un site *web* collaboratif où s'expriment des soldats sous couvert d'anonymat<sup>112</sup>. On pouvait y lire en gros titre « au moins, quelqu'un a osé dire la vérité » ainsi que le surnom « B'liar » donné par plusieurs militaires au Premier ministre. Le discours prononcé deux mois plus tard par le prédécesseur de Richard Dannatt mérite également d'être mentionné. Lors de la 31<sup>ème</sup> *Richard Dimbleby Lecture* diffusée sur la BBC en décembre 2006, Sir Mike Jackson accuse le ministre de la Défense de ne pas soutenir comme il se doit les troupes risquant leur vie en Irak et en Afghanistan. Ces critiques sont toutefois moins audacieuses que celles du général Dannatt dans la mesure où Mike Jackson n'a pas commenté la décision du gouvernement d'intervenir en Irak. En outre, beaucoup d'observateurs ont déploré le moment tardif choisi par l'ancien chef d'état-major de l'armée de terre pour exprimer son indignation. *The Independent* a choisi de décrire l'atmosphère ambiante en citant un *blogueur* : « Jackson a perdu toute crédibilité. Dannatt, en revanche, fait montre de courage en prenant position alors qu'il est en poste. Jackson avait la réputation d'être redoutable. Ils sont tombés, les héros ! »<sup>113</sup>. Le *Daily Mail* a quant à lui repris en titre une citation tirée d'un *blog* communautaire en vogue chez les militaires : « le général hypocrite »<sup>114</sup>. En somme, les médias, traditionnels et électroniques, ont mis en lumière, et par conséquent amplifié, les tensions civilo-militaires.

---

<sup>110</sup> Cité dans Ibid.

<sup>111</sup> Dans cet entretien, Dannatt remet également en cause la prudence du Trésor : « vingt-neuf pour cent des dépenses du gouvernement sont alloués à la sécurité sociale contre cinq pour cent pour la Défense. Je vous laisse juge de l'équité de cette répartition », Ibid..

<sup>112</sup> Cf. *The Independent*, 14 octobre 2006, p.1.

<sup>113</sup> Terri Judd, "Forces round on Jackson for failing to criticise MoD earlier", *The Independent*, 8 décembre 2006, p. 22.

<sup>114</sup> Matthew Hickey, « General Hypocrite » *Daily Mail*, 8 décembre 2006, p. 10.

## Les relations entre la défense, l'armée et les médias

La couverture des questions de défense par les médias traditionnels a été bouleversée par plusieurs développements récents : une concurrence accrue, la multiplication des conflits irréguliers, un contact plus facile avec les soldats et l'avènement des nouveaux médias.

L'industrie des médias est en effet devenue plus compétitive, exacerbant la chasse aux *scoops*. La hausse de la concurrence résulte de la multiplication des supports médiatiques : chaînes d'information télévisées 24/24, chaînes internationales et locales, journaux gratuits, sites *web* de quotidiens et d'hebdomadaires mis à jour en continu, etc. De plus, les *podcasts*, diffusés sur Internet, facilitent l'accès aux émissions de radio, poussant ainsi les journaux à se lancer sur le marché de l'information sonore. Cette diversification s'accompagne d'une expansion spatiale et temporelle. En effet, Internet permet désormais d'écouter une émission de radio ou de télévision en différé de même que les journaux locaux peuvent être consultés partout. Et bien que les journaux conservent une identité nationale et régionale, force est de constater qu'il existe un lectorat transnational fondé sur une communauté de langue, à l'instar du monde anglo-saxon, de la francophonie ou du *deutschsprachige Raum*. Ainsi, grâce au *web*, les habitants de Manchester ou Glasgow peuvent lire le *Washington Post* ou le *New York Times* en même temps que les lecteurs américains, ce qui n'était pas le cas il y a une dizaine d'années. Toutefois, l'impact de ces changements ne doit pas être exagéré ; les principaux médias nationaux tels que *The Guardian*, le *Times* ou la BBC demeurent les sources d'information essentielles pour les Britanniques, qu'elles soient consultées en version électronique ou pas.

La concurrence accrue a rendu la presse plus agressive et a notamment créé une forte demande pour les histoires personnelles, humaines – une tendance qui n'épargne pas la couverture médiatique des questions de défense. Cette tendance a notamment été constatée par Tony Hall dans son rapport sur la crise des marins retenus en otages : « afin de s'assurer des parts de marché, les médias se mettent à la recherche d'exclusivités et sont prêts à aller plus loin pour les obtenir »<sup>115</sup>. « La presse britannique est la plus belliqueuse, agressive et hargneuse du monde », ajoute un spécialiste des relations publiques du MoD<sup>116</sup>. L'exemple du déploiement du prince Harry et de son unité du *Household Cavalry Regiment Battlegroup* dans la province du Helmand dans le sud d'Afghanistan est

---

<sup>115</sup> Tony Hall, *Review of Media Access to Personnel*, London, Ministry of Defence, 2007, p.3.

<sup>116</sup> Entretien réalisé à Londres en septembre 2007.

révéléateur. Fin 2007, le déploiement en Irak du prince a dû être annulé en raison de fuites dans la presse qui risquaient de mettre en péril la sécurité opérationnelle. Il a ensuite été décidé de l'envoyer secrètement en Afghanistan. Les militaires ont tenté de conclure un accord avec les médias britanniques afin que le déploiement du prince ne soit pas dévoilé. Toutes les grandes chaînes de télévision, les journaux et les publications régionales (plus de 100 organisations au total) ont finalement donné leur approbation. Une partie de l'accord prévoyait qu'un petit nombre de journalistes pourrait se rendre dans le Helmand afin de filmer et préparer les reportages qui pourraient être diffusés après le déploiement. Harry a donc été envoyé dans le Helmand le 14 décembre. Des détails sur son déploiement ont cependant été dévoilés, d'abord dans le magazine australien *New Idea* le 7 janvier 2008. Quelques semaines plus tard, le 28 février, le sujet était repris par le *Drudge Report*, un site *web* d'information basé aux Etats-Unis. L'information se diffusant de toute part, le prince Harry a dû être rapatrié d'urgence le 1<sup>er</sup> mars, son déploiement en Afghanistan n'ayant donc duré qu'une dizaine de semaines.

Les guerres irrégulières modifient le mode de couverture des événements sur le terrain. Les interventions en Irak et en Afghanistan se sont transformées en opérations de contre-insurrection, ce qui n'était pas prévu au départ. En outre, autre surprise, l'intensité des combats s'est révélée particulièrement élevée, ce qui n'a pas manqué de créer un fossé entre le discours politique et la réalité du terrain. Le ministre de la Défense, John Reid, en fonction de mai 2005 à mai 2006, déclarait par exemple que les troupes rentreraient au pays, une fois leur mission de reconstruction en Afghanistan achevée, « sans qu'aucun coup de feu n'ait été tiré »<sup>117</sup>. Or, à la fin de l'année 2007, non seulement des coups de feu avaient été tirés mais, de surcroît, 81 soldats britanniques avaient perdu la vie<sup>118</sup>. Les militaires paient le prix fort en Afghanistan et ils veulent que le public le sache. En clair, les politiciens et les employés civils du ministère de la Défense préféreraient voir des reportages sur le succès de la reconstruction et du développement, tandis que les soldats souhaitent que les médias traitent de l'intensité des combats. Après la guerre du Vietnam – et pas uniquement aux Etats-Unis – la presse était vue comme une source potentielle de problèmes. Aujourd'hui, elle est plutôt perçue comme une manière de se mettre en avant.

Le risque majeur pour les correspondants de guerre réside dans la nature dangereuse de la contre-insurrection, y compris pour les civils. Les journalistes représentent, en effet, des proies faciles pour les insurgés et alimentent

---

<sup>117</sup> Christina Lamb, « Taking the Fight to the taliban », *The Sunday Times*, 18 juin 2006, p.19, [http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk\\_news/politics/6096206.stm](http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/politics/6096206.stm).

<sup>118</sup> Chiffre datant de la fin de l'année 2007.

l'industrie des enlèvements. Un journaliste occidental capturé est une véritable manne pour ses ravisseurs, il leur apporte un retentissement médiatique, un impact politique et probablement une rançon conséquente. Le coût des assurances et des gardes du corps représente une charge si importante pour les groupes de presse qu'il devient difficile pour eux de maintenir une présence dans les zones de conflits. *The Times* est, à cet égard, le seul journal britannique à avoir conservé un bureau à Bagdad. Un seul journaliste britannique y travaille, supervisant les employés locaux. « L'imprévisibilité totale », pour reprendre les termes employés par Michael Evans du *Times*<sup>119</sup>, est le risque principal auquel les journalistes doivent faire face, les rendant ainsi davantage dépendants des forces de sécurité. Il devient de plus en plus difficile, pour les reporters, d'obtenir des points de vue variés pour leurs articles. La question de l'équilibre et de l'objectivité des reportages avait d'ailleurs déjà fait surface au moment de la mise en place du programme d'*embedded media* par le ministère britannique de la Défense et le Pentagone. Michael Evans s'interroge : « est-il possible d'être totalement objectif lorsque vous partagez les mêmes risques ? »<sup>120</sup>. La question de l'objectivité suscite des débats au sein des rédactions. La BBC, par exemple, a opté pour l'envoi de reporters avec les forces britanniques mais aussi – dans une bien moindre mesure, bien sûr – auprès des talibans. David Loyn, journaliste à la BBC, s'est rendu dans la région du Helmand afin d'interviewer quelques commandants et porte-parole des talibans, parmi lesquels le mollah Assad Akhond. « Nous combattons les Britanniques jusqu'à la mort », a annoncé ce dernier. « Nous ne les laisserons pas entrer dans notre pays. Ils ne peuvent nous duper avec leur propagande sur la reconstruction du pays ». Cette interview a suscité de vives réactions. Suite à sa diffusion, Peter Barron, le responsable de l'émission *Newsnight* de la BBC, a déclaré : « d'aucuns estiment qu'il est déloyal de filmer l'ennemi. Mais si nous ne le faisons pas, n'est-ce pas là faire un pas vers la censure et la propagande pro-gouvernementale ? »<sup>121</sup>. L'ouverture croissante des forces armées aux journalistes est aussi liée à la volonté de ne pas créer un vide informationnel susceptible d'être rapidement comblé par l'ennemi. Toujours est-il que, comme le rappelle Terry Judd<sup>122</sup>, une journaliste travaillant pour *The Independent* et qui s'est rendue plusieurs fois en Irak et en Afghanistan, l'ouverture demeure synonyme de prise de risques pour les armées car les militaires ne peuvent contrôler que dans une certaine mesure le travail effectué par les journalistes.

---

<sup>119</sup> Entretien réalisé à Londres le 18 septembre 2007.

<sup>120</sup> Entretien avec les auteurs, 18 septembre 2007, Londres.

<sup>121</sup> Peter Barron, « Talking to the Enemy? », *BBC News*, 26 octobre 2006, [http://www.bbc.co.uk/blogs/theeditors/2006/10/talking\\_to\\_the\\_enemy.html](http://www.bbc.co.uk/blogs/theeditors/2006/10/talking_to_the_enemy.html).

<sup>122</sup> Entretien réalisé à Londres le 18 septembre 2007.

Ceci amène à évoquer un autre changement qui a trait aux contacts accrus entre médias et soldats. En théorie, les relations entre la presse et les militaires sont régies par le *Green Book*, « un guide général des procédures applicables par le ministère britannique de la Défense dans sa coopération avec les médias, dont le champ couvre l'ensemble des opérations militaires »<sup>123</sup>. Ce document de 27 pages aborde les aspects généraux du journalisme de guerre mais traite également de questions plus précises comme les accréditations ou la logistique<sup>124</sup>. Après la guerre des Malouines et le différend qui avait opposé le gouvernement britannique à la presse sur la manière de couvrir un conflit, le *Green Book* a été actualisé. Depuis lors, il est régulièrement mis à jour afin de « tenir compte des leçons tirées des différentes opérations »<sup>125</sup>. Cependant, les journalistes et les officiers ne prennent pas ce document très au sérieux. En effet, la coopération professionnelle entre soldats et journalistes a largement évolué, de sorte que les documents officiels ne reflètent que partiellement la réalité. Terri Judd signale, à ce propos, que « l'*embedding* est une excellente école pour les journalistes ». « Maintenant, on a les numéros de téléphone portable des gens »<sup>126</sup>, ajoute-t-elle, expliquant qu'il est très facile pour les journalistes de recontacter directement des militaires rencontrés en opérations extérieures. Cette assertion est confirmée par le général de division Andrew Ritchie, ancien commandant de l'Académie royale militaire de Sandhurst et l'un des meilleurs experts militaires britanniques des relations publiques : « [les journalistes] possèdent désormais les numéros de téléphone portable des officiers »<sup>127</sup>. Ainsi, les récents efforts déployés par le ministère de la Défense pour contrôler la parole des officiers se sont avérés vains. Les militaires – en contact direct avec les journalistes – ont continué à s'exprimer, souvent *off the record*. Les relations nouées entre officiers et journalistes ne se limitent pas aux grades les plus élevés. Terry Judd entretient par exemple des contacts avec des capitaines. Du côté des militaires, certains régiments, bataillons ou compagnies insistent pour avoir un journaliste *embedded*. Les militaires finissent par connaître les journalistes et savent qu'ils peuvent obtenir une couverture médiatique mettant en avant leur unité. Outre les contacts directs avec les militaires, les journalistes ont désormais d'autres moyens d'obtenir des informations sur l'armée, en se connectant notamment aux sites Internet sur lesquels s'expriment des soldats.

---

<sup>123</sup> UK Ministry of Defence, *The Green Book*, 2007, p.i.

<sup>124</sup> La version actuelle du document est disponible à l'adresse suivante : [www.mod.uk/DefenceInternet/AboutDefence/CorporatePublications/DoctrineOperationsandDiplomacyPublications/TheGreenBook/](http://www.mod.uk/DefenceInternet/AboutDefence/CorporatePublications/DoctrineOperationsandDiplomacyPublications/TheGreenBook/)

<sup>125</sup> *The Green Book*, p.i.

<sup>126</sup> Terri Judd, entretien avec les auteurs, Londres, 18 septembre 2007.

<sup>127</sup> Andrew Ritchie, entretien avec les auteurs, Londres, 20 septembre 2007.

Ces sites n'ont pas manqué d'attirer l'attention des communicants du MoD. Au début de l'année 2007, le département communication du ministère de la Défense (DGMC - *Directorate General Media and Communications*) a mis en ligne un projet de note interne de 16 pages, dépourvu de signature, sur la stratégie de communication du ministère<sup>128</sup>. Le document développe certaines idées originales, notamment sur le rôle des nouveaux médias, arguant par exemple que « le public a davantage confiance dans les réseaux personnels que dans les modes de communication médiatiques traditionnels tels que les informations ou la publicité ». Ce projet de note a été rédigé sous la direction du responsable de la planification de la communication à la DGMC, Nick Gurr. Ses conclusions vont relativement loin : « Internet s'est substitué aux médias traditionnels en devenant, aux yeux du public, la source d'information la plus fiable après les contacts personnels »<sup>129</sup>. Le document évoque également le « journalisme citoyen », *blogs*, photographies, vidéos amateurs et autres qui tendent à s'imposer comme de véritables sources d'informations. Le ministère de la Défense souligne donc la nécessité de s'adapter à ces changements : « nous devons modifier notre mode de communication de sorte qu'il reflète la culture, les comportements et qu'il réponde aux attentes de notre auditoire »<sup>130</sup>. Le rapport recommande notamment « d'adresser [les] messages directement au public sans le truchement d'un médium susceptible de déformer l'information ». Intervenir directement peut vouloir dire mettre en ligne des informations sur le site *web* du ministère ou bien *poster* des commentaires officiels sur des sites collaboratifs.

A l'instar des Etats-Unis, on assiste en Grande-Bretagne à l'émergence de plusieurs forums communautaires en ligne au sein des forces armées. Toutefois, à la différence des forums américains, aussi bien privés que publics, qui tendent à devenir de plus en plus professionnels, les forces armées britanniques ont développé une culture en ligne qui leur est propre, avec un côté provocateur, assez représentatif du style acerbe de la « presse de boulevard » britannique. La qualité et l'impact des débats tenus sur ces forums ne doivent néanmoins pas être sous-estimés puisque ces plateformes font partie intégrante de la réflexion sur les questions militaires et de défense en Grande-Bretagne. Le forum le plus connu et le plus fréquenté à ce jour est sans doute « ARmy Rumour SErvice » (ARRSE, [arrse.co.uk](http://arrse.co.uk)). Il a été créé en 2002 par deux commandants d'active qui souhaitaient alors lancer un nouveau *business model*. L'un des deux fondateurs d'ARRSE est pilote d'hélicoptère. Il s'est inspiré du « Professional Pilots

---

<sup>128</sup> *The Defence Communications Strategy*, London, Ministry of Defence, 2007. Le principal auteur de ce document serait Nick Gurr (entretien avec Nick Gurr réalisé à Londres le 20 septembre 2007).

<sup>129</sup> Ibid., annexe A.

<sup>130</sup> Ibid., annexe A.

RUmours NEtwork » (PPRUNE, pprune.org), un site pour les aviateurs professionnels. A peine six mois après son lancement, près d'un million de pages étaient vues chaque mois. Ce chiffre a aujourd'hui été multiplié par dix. En mai 2008, ARRSE comptait presque 35 000 contributeurs.

Les deux fondateurs du site gèrent ARRSE comme une entreprise et engrangent des bénéfices grâce aux publicités. Ils ont également décidé de se diversifier pour répondre à l'énorme demande et ont ouvert *RumRation*, un forum destiné à la *Royal Navy* et aux *Royal Marines*, en février 2006<sup>131</sup>. Pour BadCo, l'un des fondateurs d'ARRSE, l'esprit communautaire est la clé de la réussite : ce forum est « 100 % démocratique », affirme BadCo, « un homme équivaut à une voix ». ARRSE ne cesse de se développer et possède maintenant une île sur *Second Life*, un monde virtuel. Et BadCo d'ajouter : « je suis très fier du travail accompli. Il y a même eu plusieurs mariages suite à des “rencontres” [sur ARRSE]. Le site s'est développé à un rythme qui nous échappe désormais. A ce stade, nous ne pouvons plus nous arrêter »<sup>132</sup>.

Ce forum, bien que public, constitue davantage de la communication à visée interne qu'externe. La politique « officielle » du site est que les utilisateurs se servent exclusivement de pseudonymes, tels que « *Hank* » ou « *AnglianGuard* » ; utiliser son véritable nom est interdit. Pour nombre de journalistes, ARRSE permet une certaine immersion dans le monde de l'armée. Terry Judd, en charge des questions de défense au quotidien *The Independent*, affirme « le consulter régulièrement », soulignant qu'il constitue parfois une source d'inspiration pour ses articles. Ainsi, lorsque le chef d'état-major de l'*Army*, le général Dannatt, a fustigé la politique de Tony Blair en Irak, *The Independent* – un journal connu pour ses reportages non conformiste – n'a pas hésité à reprendre en « une » des commentaires de soldats – publiés à l'origine sur ARRSE – allant dans le sens des déclarations du chef d'état-major.

Certains membres du ministère de la Défense et certains journalistes s'accordent à penser que cette plate-forme se veut essentiellement le porte-voix des insatisfaits qui, protégés par leur pseudonyme, ne prendraient aucun risque à critiquer l'institution. Cette allégation est en partie corroborée par le fait qu'ARRSE ait servi d'impulsion à la création de la *British Armed Forces Federation* (BAFF), association s'apparentant à un « syndicat » pour les forces armées britanniques. Le site a été mentionné dans les médias à plusieurs reprises, notamment concernant des affaires de sexisme dans l'armée ou encore au sujet

---

<sup>131</sup> <http://www.rumration.co.uk/>

<sup>132</sup> BadCo, interview avec les auteurs, Londres, 19 septembre 2007.

d'une campagne menée pour que le *Home Office* délivre un visa à un ancien officier Gurkha. Le *Sunday Times* recommande, dans son édition du 30 octobre 2005, le site à ses lecteurs, sous la plume de Christopher Hart : « je vous recommande chaudement le site [www.arrse.co.uk](http://www.arrse.co.uk) ne serait-ce que pour son ton acerbe. Vous y saurez ce qu'on ressent en patrouillant à Bassora dans un *Land Rover* non blindé et en risquant votre peau pour la Reine et le pays ».

En somme, le public dispose aujourd'hui d'un large éventail de sources d'informations, aussi bien dans les médias classiques que dans ceux dits « nouveaux ». Tony Hall souligne, dans son rapport, que « le public est plus que jamais tenu informé des détails des opérations militaires et de la pensée qui y préside »<sup>133</sup>. D'où la nécessité de s'adapter à ce nouvel environnement : « le ministère de la Défense doit donc repenser, de manière plus réfléchie, son rapport aux médias car le paysage médiatique et social dans lequel évoluent nos soldats ne cesse de se transformer »<sup>134</sup>. Par conséquent, les règlements et institutions relatifs à la communication sont contraints d'évoluer.

### **La difficile adaptation institutionnelle**

Dans le domaine des relations publiques, le travail réalisé par la direction civile du ministère de la Défense doit être distingué de celui effectué par ses composantes militaires, théoriquement subordonnées. En outre, les dispositions officielles peuvent diverger significativement des pratiques. Ces deux points doivent être gardés à l'esprit lorsqu'on étudie les réactions des communicants du MoD face aux transformations de l'environnement médiatique et de la nature des guerres. D'une manière générale, la direction civile du ministère a tenté de mieux maîtriser la teneur des informations sur les thématiques de défense, qu'elles soient publiées dans la presse traditionnelle, dans les nouveaux médias ou qu'elles émanent des militaires eux-mêmes.

Pour commencer, le ministère de la Défense a essayé de contrôler davantage son image et celle des armées dans les médias traditionnels. Pour ce faire, plusieurs moyens ont été utilisés, dont le renforcement des règles. « Le Directeur Général Média et Communication est le seul à décider, en dernier lieu, de la communication interne et externe, y compris des relations avec les médias et de la communication publique » est-il réaffirmé en août 2007 dans les *Defence Instructions and Notices*, un document officiel faisant autorité en la matière

---

<sup>133</sup> Tony Hall, *Review of Media Access to Personnel*, London, Ministry of Defence, 2007, p. 3.

<sup>134</sup> Ibid., p.4.

et valant pour les quelque 300 000 employés du ministère de la Défense, qu'ils soient « militaires ou civils »<sup>135</sup>. Le service de presse du MoD, officiellement appelé *Directorate General Media and Communication* (DGMC), est composé de trois départements distincts : le département de communication et de planification (*Directorate of Communication and Planning*, DCP), chargé de mettre en œuvre « une planification stratégique de la communication »<sup>136</sup> ; le département d'information (*Directorate for News*, D News), en charge des événements en lien direct avec l'actualité et de la publication de certaines annonces ; et le département des relations publiques de la Défense (*Directorate of Defence Public Relations*, D Def PR), responsable des accords sur le long terme avec les imprimeurs, les diffuseurs, les hébergeurs de sites *web* et de la coopération avec les institutions éducatives, les scénaristes, les réalisateurs de films et de documentaires. En théorie, le DGMC dispose d'un pouvoir de décision assez étendu.

Les nouvelles procédures d'autorisation par grade illustrent la gestion théoriquement stricte de la communication publique par le DGMC. Ainsi, les fonctionnaires « une étoile », civils ou militaires, sont tenus, avant toute communication publique, de consulter le *D News* ou le *DCP*, une semaine au moins à l'avance. Ceci signifie donc qu'un fonctionnaire « une étoile » (c'est le grade du directeur du *DNews* et du *DCP*) est censé décider si un officier général, qu'il soit général de brigade dans l'*Army*, contre-amiral dans la *Navy* ou général de brigade aérienne, est en mesure de s'exprimer publiquement, même dans une revue militaire. De même, toute déclaration publique émanant d'un général plus gradé nécessite l'aval du ministère. Quant aux officiers supérieurs, ils doivent en référer à leur chaîne de commandement pour autorisation. En cas de doute sur la nécessité d'obtenir un accord, les *Defence Instructions and Notices* recommandent au personnel du ministère de se référer à la section 9 de la DGMC avant de s'adresser aux médias ou de faire une déclaration publique. Le « principe directeur » qui préside à tout rapport des militaires britanniques aux médias d'information est d'en « informer systématiquement les responsables intéressés du *D News* »<sup>137</sup>. L'assentiment préalable des experts en communication du ministère est même requis pour « les interventions lors de conférences ou d'événements privés, en présence d'un public ». Pour les

---

<sup>135</sup> Ministry of Defence, *Contact with the Media and Communicating in Public*, Defence Instructions and Notices, 2007.

<sup>136</sup> Le règlement « s'applique à tous les membres des forces armées régulières, des volontaires des forces de réserve et des réservistes réguliers en service, ainsi qu'aux cadets et volontaires civils en service, aux fonctionnaires du ministère de la Défense où qu'ils soient en fonction, et aux fonctionnaires de l'Etat de l'Association des forces régionales et des cadets et son Conseil », UK Ministry of Defence, *Defence Instructions and Notices*, 2007DIN03-006, 2007, pp. 1-2.

<sup>137</sup> *Ibid.*, p. 3.

documents académiques publiés par des centres de recherche et des *think tanks*, il faut compter entre 8 et 10 semaines pour recevoir une autorisation. Ce renforcement des règles est dû en partie au franc-parler des officiers de haut rang dans les mois et les années précédents, à la crise des otages en Iran et aux fuites provenant de civils travaillant pour le MoD, notamment David Kelly.

Ces réglementations contraignantes et les menaces de sanction ont suscité la prudence parmi les jeunes officiers et les spécialistes de relations publiques de rang intermédiaire. En cas de doute, ils optent pour la restriction plutôt que la divulgation. Michael Evans, un des reporters de guerre les plus expérimentés de Grande-Bretagne, a couvert les conflits en Bosnie, au Kosovo, en Sierra Leone, en Macédoine, et s'est rendu en Afghanistan et en Irak à de nombreuses reprises. Il dénonce la « paranoïa » développée par le ministère de la Défense envers les journalistes au cours des dernières années. Evans illustre son propos par un exemple. Alors qu'il se trouvait à Bassora, en Irak, il a accompagné une patrouille du 3rd Regiment Royal Horse Artillery. Un des soldats de l'unité, le sergent Andy Wilkinson, 32 ans, avait été témoin, quelques mois plus tôt, de la mort d'un camarade, le sergent Chris Hickey, dans l'explosion d'un IED. En passant devant l'endroit de l'explosion, le soldat évoqua l'incident avec Evans. Le sergent Wilkinson se souvint qu'il n'avait pas réalisé, sur le moment, qu'il avait également été blessé. De retour à la base, il remarqua que des éclats avaient percé sa chaussure : « j'étais assis sur les escaliers dehors lorsque j'ai ressenti une douleur dans ma cheville, et quand j'ai retiré ma botte, elle était imbibée de sang ». L'officier de presse qui accompagnait la patrouille, interrompit alors la conversation : « vous ne pouvez pas parler de cela », leur a-t-il dit sèchement. Plusieurs journalistes ont confirmé les propos de Michael Evans, constatant la « paranoïa » et l'encadrement accru du ministère de la Défense jusque sur le théâtre des opérations.

Le ministère tente également d'exercer un certain contrôle sur les nouveaux médias. Bien que les applications du *web 2.0* ne constituent pas des médias au sens traditionnel du terme, les sites communautaires, les *blogs*, les *wikis* et autres projets similaires sont considérés comme des vecteurs de communication externe et relèvent à ce titre de la responsabilité de la DGMC. Les règles édictées par la DGMC « s'étendent également aux débats en ligne », est-il précisé sans ambiguïté dans les *Defence Instructions and Notices*, avant d'ajouter les types de format requérant une autorisation du ministère : les ouvrages, articles, études, images, fichiers audio et vidéo destinés à la publication, y compris les fichiers postés sur Internet, « dans les *blogs*, *podcast* ou les fichiers partagés » et la communication via « les *newsgroups*, les *wikis*, les sites communautaires, les jeux

en réseau » et d'autres supports<sup>138</sup>. Le projet ARRSE illustre toute la difficulté de mettre en œuvre ces règles ambitieuses. Les fondateurs et administrateurs du site ne sont pas, eux-mêmes, connus en personne des communicants du ministère de la Défense<sup>139</sup>. Selon Robin Riley, un spécialiste du *web* à la DGMC, fermer ce site serait contre-productif car d'autres forums similaires essaieraient aussitôt<sup>140</sup>. D'autres personnes à la DGMC expliquent que les règlements officiels ne s'appliquent pas à ARRSE parce que les internautes utilisent des pseudonymes et qu'on ne peut donc pas être certain qu'il s'agit bien de militaires. Dans les faits, le niveau de détail de la plupart des *posts* ne laisse guère de place au doute. Ne pouvant et ne voulant concrètement pas sanctionner les personnels de la Défense s'exprimant sur le site, la DGMC a pris le parti d'intervenir directement dans les débats. Ainsi, sporadiquement, la DGMC publie des informations sur ARRSE en utilisant un identifiant officiel. De même, le MoD *poste* des informations sur d'autres sites de partage, notamment des vidéos sur *YouTube* qui, incidemment, sont beaucoup plus téléchargées que lorsqu'elles sont mises en ligne sur le site du ministère de la Défense.

Outre le contrôle des médias – traditionnels et nouveaux – le MoD cherche également à mieux maîtriser son propre discours. Il a d'ailleurs commencé à le faire avant même que le rapport rédigé par Tony Hall ne l'encourage à aller dans cette voie<sup>141</sup>. Les services de presse des ministères de la défense sont généralement des lieux où se jouent des conflits d'allégeance et le MoD n'échappe pas à la règle. Le personnel de la DGMC, très hétéroclite, est composé d'anciens journalistes ou de fonctionnaires de carrière, dont beaucoup de jeunes, qui, pour les plus ambitieux, projettent leur avenir dans un ministère plus prestigieux, comme le *Foreign and Commonwealth Office*. Le ministère n'attire et ne retient pas les meilleurs professionnels des relations publiques. Par conséquent, les fonctionnaires en charge des relations publiques sont mésestimés et considérés par leurs collègues militaires comme des « journalistes manqués » ou des bureaucrates inexpérimentés déconnectés des réalités opérationnelles. « Je n'en ai jamais rencontré un qui m'ait impressionné » confie Andrew Ritchie, ancien général de division ayant servi comme responsable de la communication de l'*Army* au service de presse du ministère. Jusqu'en août 2004, chaque armée du Royaume-Uni, l'*Army*, la *Navy* et l'*Air Force*, avait un officier général – général de brigade, contre-amiral ou général de brigade

---

<sup>138</sup> Ibid., p. 3.

<sup>139</sup> Affirmation corroborée par le responsable du ministère de la Défense en charge des activités Internet ainsi que les administrateurs du site ARRSE.

<sup>140</sup> Robin Riley, entretien avec les auteurs, 20 septembre 2007, Londres.

<sup>141</sup> « Le MoD ne peut contrôler les médias : il doit donc contrôler son propre discours », Hall, *Review of Media Access to Personnel*

aérienne – en poste à la *Directorate General for Corporate Communications*, ou DGCC, l'ancien service de presse du ministère devenu plus tard DGMC. Ces officiers avaient pour titre *Service Directors of Corporate Communications*, ou DCCs, et chacun disposait d'une équipe composée d'une douzaine de personnes. Les officiers généraux considéraient ce poste comme un tremplin. Andrew Ritchie, l'un des derniers DCCs, affirme qu'il s'agissait « d'un des postes de général de brigade les plus élevés de l'armée de terre »<sup>142</sup>.

En 1999-2000, une enquête effectuée par le MoD a montré que les armées britanniques jouissaient d'une bonne réputation au sein de la population du pays. À l'inverse, celle du ministère – jugé peu efficace, bureaucratique et dépensier – était médiocre. Parmi les différentes armées, la *Navy* avait la moins bonne réputation. Afin de corriger ce problème, la direction de la *Navy* a donné des instructions à son DCC, le contre-amiral Richard Leaman, pour qu'il développe une stratégie visant à améliorer l'image de la Marine. « Nous avons été encouragés à travailler comme des forcenés pour obtenir une bonne couverture médiatique » a affirmé un capitaine de corvette ayant travaillé pour Richard Leaman.

Les récents déploiements des armées britanniques ont mis les matériels à rude épreuve. L'entretien et le renouvellement de ces matériels coûtent cher et nécessitent des arbitrages budgétaires. Cela crée de fortes tensions entre les armées qui se répercutent au niveau de la communication. Les DCC sont ainsi devenus, en quelque sorte, des « super-lobbyistes », suivant davantage la ligne édictée par le chef d'état-major de leur armée que celle énoncée par le civil se trouvant à la tête de la DGMC. La communication se joue également à des échelons plus élevés que celui des DCC. Ainsi, l'amiral Sir Alan West, chef d'état-major de la *Royal Navy* entre 2002 et 2006, s'est évertué à relever la cote de popularité de la Marine et a régulièrement invité des journalistes à déjeuner sur des navires amarrés dans les eaux londoniennes. Les médias apprécient de travailler avec les officiers supérieurs car ils répondent aux questions avec compétence, connaissent les détails techniques et sont prêts à dire des choses qui fâchent, surtout quand elles concernent une autre armée. D'après le général Andrew Ritchie de l'*Army*, « la *Navy* avait tendance à plus “fuir” que les autres »<sup>143</sup>.

---

<sup>142</sup> Entretien avec Andrew Ritchie. Les derniers DCC étaient le Général de brigade Matthew Sykes pour l'*Army*, le contre-amiral Alan Adair pour la *Navy*, et le Général de brigade aérienne Paul Thomas pour la *Royal Air Force*.

<sup>143</sup> Entretien réalisé à Londres le 20 septembre 2007.

Ces problèmes de rivalités entre armées desservait les intérêts militaires dans leur ensemble, et représentaient un réel problème. Les nombreuses fuites non autorisées, ainsi que la pression croissante induite par le rapport Hutton, ont finalement incité Geoff Hoon à réformer le service de presse du ministère. En août 2004, il décida d'abolir le poste de DCC et de renforcer le poids des civils au sein de la DGMC. Ian Lee remplaça Tony Pawson et devint le nouveau Directeur Général Média et Communications. Ce changement devait permettre au ministère de parler d'une seule et même voix et d'accroître le contrôle de la direction civile sur l'information émanant du MoD. De fait, l'influence des fonctionnaires civils augmenta mais au détriment de la qualité de l'information fournie à la presse : « les médias ont détesté cette réforme », affirme un membre du ministère. Les journalistes avaient plus de difficultés à parler directement à des militaires et les jeunes fonctionnaires civils chargés de leur répondre n'avaient qu'une connaissance limitée des matériels militaires et de leur fonctionnement. Désormais, un seul officier général travaille à la DGMC, envoyé par chaque armée à tour de rôle. Un ancien général ayant occupé les fonctions de DCC qualifie cette réforme de « décision dévastatrice ». En fin de compte, les efforts du ministère en vue de faire parler la défense britannique d'une seule voix se sont révélés contre-productifs. Le public ne s'intéresse pas au ministère de la Défense en tant que tel, mais aux tanks, aux avions de combat, aux sous-marins et, bien sûr, aux opérations en cours. Du coup, les journalistes, plutôt que de passer par la DGMC, ont fait jouer leurs contacts personnels au sein des armées et les fuites ont augmenté. En outre, alors que le Royaume-Uni avait réussi à rendre les postes de relations publics attractifs pour les meilleurs officiers supérieurs et généraux – une exception dans les armées occidentales – la suppression des postes de DCC a changé la donne.

Autre changement récent dans l'architecture de communication britannique, la création du *Defence Media Operations Centre* (DMOC). Son siège se trouve sur une base de la *Royal Air Force* à Uxbridge, à la périphérie de Londres. Ce centre emploie 47 personnes à plein temps, faisant partie du personnel de la *Navy*, de l'*Air Force* et de l'*Army* et dispose de deux *Joint Media Operations Teams* (JMOT) « rapidement déployables ». Il dépend directement de la DGMC qui, elle, est basée au centre de Londres, à Whitehall. En théorie, le DMOC a été mis en place « pour répondre aux besoins du MoD, mais aussi pour assister les autres ministères, comme le *Foreign and Commonwealth Office* (FCO) et le *Department for International Development* (DfID) ». En pratique, il s'occupe essentiellement de former les officiers – et pas uniquement les officiers de presse – à la communication et aux médias. Bien qu'il ait été conçu et créé pour compenser les DCCs, il ne se charge pas des médias sur le théâtre et les journalistes ne s'adressent pas au centre pour se procurer des informations. « Les médias

n'appellent jamais le DMOC » confirme un officier de la *Navy* travaillant au centre comme instructeur<sup>144</sup>.

Le directeur de la DGMC est un « fonctionnaire deux étoiles », dont le salaire peut aller jusqu'à 160 000 £ par an. En mars 2008, le MoD, à la recherche d'un nouveau directeur pour prendre les rênes de la DGMC, a publié une offre d'emploi sur son site Internet. Aussi surprenant que cela puisse paraître, le ministère n'exigeait même pas des candidats qu'ils puissent faire valoir une expérience dans le domaine de la défense : « il est souhaitable, mais pas essentiel que [le candidat ait] des connaissances sur les questions de défense et [soit] intéressé par un travail dans les forces armées »<sup>145</sup>. Il faut dire que la DGMC a été mise en place uniquement pour communiquer avec la population britannique ; l'audience internationale joue un rôle mineur et l'audience adverse est largement ignorée. Les médias arabes, tels que *Al-Jazira*, *Al-Arabiya* ou *Abu-Dhabi TV*, ne sont pas considérés comme prioritaires par les fonctionnaires du MoD, du moins par les communicants travaillant à Londres. Les considérations opérationnelles – notamment la manière dont les forces armées sont perçues sur le théâtre – ne sont pas réellement prises en compte. Un rapport interne au MoD rédigé par l'unité de planification de Nick Gurr (avant que ce dernier ne prenne la tête de la DGMC), a constaté une baisse des connaissances sur les questions de défense au sein de l'opinion publique et de la presse<sup>146</sup>. Le même constat pourrait s'appliquer au service de presse du ministère, pour lequel les relations publiques se limitent pour l'essentiel à la couverture quotidienne des événements, des accords politiques ou des contrats commerciaux dans le domaine de la défense, comme l'achat d'aéronefs, la fermeture de bases, etc. À l'inverse, les *media operations*, c'est-à-dire l'intégration opérationnelle des relations publiques dans un environnement contre-insurrectionnel, ne sont pas aussi développées qu'elles le devraient, au niveau central du moins.

Au niveau opérationnel les choses sont différentes. En mars 2004, le chef d'état-major des armées a publié la *Doctrine Interarmées 01, Joint Operations*. Ce document identifie huit effets stratégiques centraux : prévenir, stabiliser, contenir, dissuader, forcer, perturber, défaire et détruire. D'après le chef d'état-major des armées, certaines de ces fonctions, en particulier la dissuasion et la coercition « sous-tendent de démontrer et de communiquer sur le fait que le pays dispose de capacités militaires et de stratégies solides, et a la volonté

---

<sup>144</sup> Entretien réalisé à Londres le 20 septembre 2007.

<sup>145</sup> Annonce d'emploi « Directorate General Media and Communications », date limite 26 mars 2008, Elizabeth Smith, Corporate Capability Directorate, Niveau 6 Zone N, Bureau 26, ministère de la Défense, Bâtiment principal, Whitehall, SW1A2HB.

<sup>146</sup> Gurr, *The Defence Communications Strategy*, London, Ministry of Defence, 2007.

politique de les utiliser [en cas de besoin] »<sup>147</sup>. Les publics adverses, neutres et alliés sur le théâtre des opérations sont évidemment visés ici. Au niveau tactique, le document prend acte de la présence des journalistes : « les médias et les agences civiles seront sur le théâtre avant même que les forces armées ne s’y déploient »<sup>148</sup>. Les médias sont devenus si importants dans le déroulement même des opérations qu’un chef militaire ne peut entièrement déléguer la communication externe : « il y aura des moments où l’importance du message à transmettre requerra sa gestion personnelle »<sup>149</sup>. La rapidité de la communication peut être cruciale dans certaines circonstances. La doctrine ajoute même : « parfois, la situation est telle qu’il pourrait être obligé de mettre en danger la sécurité opérationnelle »<sup>150</sup>.

En outre, le ministère de la Défense recommande de « poursuivre la politique “d’incorporation des journalistes” (*embed*) qui a permis aussi bien de démontrer les succès tactiques et opérationnels des forces armées que de présenter les activités de reconstruction et de développement aux médias »<sup>151</sup>. Il existe une certaine tension entre ces deux aspects des opérations extérieures, le combat d’une part, et les activités de reconstruction d’autre part : les unités militaires sont chargées du premier volet tandis que les agences civiles sont responsables du second. La valeur médiatique et les dommages politiques potentiels des combats sont largement supérieurs à ceux de la reconstruction. Le général Richard Dannatt n’a pas manqué d’exprimer sa préoccupation dans une récente interview : « j’espère que le peuple britannique n’oubliera jamais que nos soldats ne font que ce que le gouvernement exige d’eux ». Avant d’ajouter : « il est important que ce qui se passe en Afghanistan soit dit. Il est important que les paras de retour chez eux puissent aller au pub et que les gens sachent ce qu’ils ont fait. Il faudrait dire davantage combien c’est difficile, dangereux et dramatique. Il faudrait dire davantage qu’ils font bien leur travail »<sup>152</sup>. Pour le général, le manque de reconnaissance de la part de l’opinion publique à l’égard des troupes et des épreuves qu’elles endurent risque de « saper » la volonté des soldats de servir dans des missions dangereuses et de compromettre le recrutement de nouveaux militaires<sup>153</sup>. Toutefois, au lieu de suivre les conseils de Richard Dannatt, les communicants du ministère de la Défense ont réagi en tentant de mieux contrôler le discours des officiers supérieurs et généraux.

---

<sup>147</sup> JP 1-02, p. 1-7.

<sup>148</sup> UK Ministry of Defence, Joint Doctrine Publication (JDP) 01, 2004, pp. 5-14.

<sup>149</sup> Ibid., pp. 5-14.

<sup>150</sup> Ibid., pp. 5-14.

<sup>151</sup> Gurr, *The Defence Communications Strategy*, London, Ministry of Defence, 2007, annexe B.

<sup>152</sup> Sands, “Sir Richard Dannatt: A very honest General”, *Daily Mail*, 12 octobre 2006.

<sup>153</sup> « UK troops “under enormous pressure” », *Guardian*, 14 novembre 2007.

En Israël, les officiers supérieurs et généraux ne se privent pas de communiquer, même sans autorisation. Cette situation ne va pas sans poser de problèmes, comme nous le verrons notamment au sujet de la guerre de l'été 2006.

### CHAPITRE III

#### ISRAËL : LE « BALAGAN »<sup>154</sup> INFORMATIONNEL ?

Si les Israéliens sont confrontés à des belligérants non-étatiques pratiquant une forme de guerre irrégulière, le cas israélien diffère néanmoins par bien des aspects des cas américain et britannique vus précédemment.

La différence majeure réside dans la perception de l'enjeu du conflit, considéré par les Israéliens comme vital<sup>155</sup>. Les raisons en sont multiples. Citons-en trois, essentielles : la première est que la notion de « survie » est ancrée dans la culture – et la culture stratégique – israélienne. Depuis la création de l'Etat d'Israël, le pays mène des guerres à intervalles réguliers. Pour chacune de ces guerres, il en va de même : la défaite est perçue comme une option inenvisageable car elle serait synonyme de destruction pure et simple de l'Etat voire d'annihilation de ses habitants.

La deuxième raison est liée à la première. Elle a trait à la proximité du théâtre des opérations. Les troupes américaines et britanniques sont déployées – et employées – loin du territoire national, en Afghanistan et en Irak notamment. Jénine, Naplouse, Gaza ou encore Bint Jbeil ne sont situées qu'à quelques dizaines de kilomètres de Jérusalem et Tel Aviv. En outre, pendant la deuxième *Intifada*, les combattants palestiniens ont réussi à porter la guerre au cœur du territoire israélien, les attentats faisant des dizaines de morts dans les grandes villes du pays<sup>156</sup>.

La taille réduite du pays est le troisième élément à prendre en compte. Israël est un petit pays tant par la superficie – environ 20 000 km<sup>2</sup> – que par le nombre d'habitants – qui a tout juste franchi la barre des 7 millions en 2007. Cela signifie, d'une part, que la notion de « profondeur stratégique » est bien relative

---

<sup>154</sup> « Balagan » est un terme d'argot, couramment employé en hébreu, qui signifie peu ou prou « bordel ». Voir par exemple, Michel Goya, « La guerre de juillet. Analyse à chaud de la guerre israélo-Hezbollah », *Cahier du Retex*, octobre 2006, p. 39.

<sup>155</sup> Voir notamment les déclarations de Moshé Yaalon, alors chef d'état-major de *Tsahal* dans Yoram Peri, *Generals in the Cabinet Room. How the Military Shapes Israeli Policy*, Washington, DC, U.S. Institute of Peace, 2006, p. 140.

<sup>156</sup> Noam Ohana, *Journal de guerre: De Sciences Po aux unités d'élite de Tsahal*, Paris, Denoël, 2007, pp. 46-47.

pour les Israéliens et, d'autre part, que les attentats prennent souvent une dimension personnelle : il n'est en effet pas rare que des Israéliens aient assisté à un attentat ou connaissent personnellement des victimes. Après quatre ans d'Intifada, le bilan officiel, côté israélien, était de plus de 1000 morts et 5500 blessés<sup>157</sup>. Rien que pour l'année 2002 – la plus sanglante de l'*Intifada* pour les Israéliens –, les autorités ont recensé 60 attentats-suicides.

Le niveau élevé de l'enjeu a des répercussions sur la manière de faire la guerre. L'« asymétrie des volontés »<sup>158</sup>, souvent présentée comme une donnée dans les guerres menées par les armées occidentales contre des belligérants-non étatiques, est moins tangible dans le cas israélien. Les décideurs politiques et militaires israéliens ont ainsi accès à une palette d'outils potentiellement plus large que leurs homologues américains et britanniques. La conscription en est un exemple bien connu. Chaque Israélien doit effectuer un service militaire de trois ans (deux ans pour les filles) et les exemptions – notamment celles visant les *haredim* – continuent de faire l'objet de vives critiques<sup>159</sup>. A l'issue de leur service, les citoyens israéliens gardent un contact régulier avec l'armée, notamment par l'intermédiaire du système des réserves (*milouim*)<sup>160</sup>. Autre exemple, certaines pratiques – à l'instar des « éliminations ciblées » – ou l'utilisation de certaines armes – comme les bombes à sous-munitions – sont plus facilement tolérées par la population israélienne. En bref, s'il serait faux de dire que le niveau de l'enjeu fait que les Israéliens mènent une guerre totale, il est en revanche possible de soutenir qu'ils ont la marge de manœuvre suffisante pour mener une guerre moins limitée que la plupart des Etats occidentaux, européens en particulier.

Les différences évoquées jusque-là en induisent d'autres, dans le domaine de la communication cette fois. La distinction souvent établie entre les audiences nationale, adverse et internationale peut ici s'avérer utile.

Le service militaire obligatoire et le système des *milouim* font que les Israéliens sont familiarisés avec la « chose militaire » et que, en conséquence, les armées ne ressentent pas nécessairement le besoin de communiquer de manière aussi

---

<sup>157</sup> Chiffres donnés par le ministère israélien des Affaires étrangères. <http://paris1.mfa.gov.il/mfm/Data/62925.pdf>.

<sup>158</sup> Steven Metz, « La guerre asymétrique et l'avenir de l'Occident », *Politique étrangère*, n° 1, 2003, p. 31.

<sup>159</sup> David Lahmi, « Tous sous les drapeaux... d'Israël », *Guyesen Israel News*, 15 juillet 2002. Pour un point de vue différent, voir Benjamin Barthe, « En Israël, les pro et les anti-armée s'affrontent sur le web », *Le Monde*, 27 février 2008. D'après les chiffres publiés dans cet article, 28% d'Israéliens n'effectueraient pas leur service militaire.

<sup>160</sup> Pierre Razoux, *Tsahal*, Paris, Perrin, 2006, pp. 594-595.

didactique que dans des pays où le service militaire n'existe pas ou plus<sup>161</sup>. En revanche, comme *Tsahal* est l'« armée du peuple »<sup>162</sup> et qu'Israël se veut un État démocratique, les militaires doivent rendre des comptes et communiquer à cette fin. En outre, les journalistes sont généralement d'anciens conscrits et sont astreints, comme leurs concitoyens, aux *milouim*. Comme l'écrit Yoram Peri, professeur de communication à l'université de Tel Aviv, la radio de l'armée *Galei Tsahal* et l'hebdomadaire militaire *Bamahane* sont deux importants viviers de journalistes pour les organes de presse israéliens<sup>163</sup>. Avant de citer le rédacteur en chef de *Maariv*, Ido Dissenchik, qui déclarait, pendant la guerre du Golfe de 1991 : « je suis d'abord un Israélien et un officier de réserve des forces de défense d'Israël et, après seulement, le rédacteur en chef d'un journal »<sup>164</sup>.

La problématique de la communication vis-à-vis des populations adverses présente aussi, dans le cas israélien, quelques singularités. Contrairement aux Américains et aux Britanniques dont les doctrines mettent en avant l'importance du fait de « gagner les cœurs et les esprits », les Israéliens ne cherchent plus vraiment à gagner ceux des populations adverses. D'une part, la majorité des Israéliens ne se font guère d'illusion sur leur capacité à susciter la sympathie des Palestiniens après tant d'années de conflit. D'autre part, la politique de séparation unilatérale caractérisée par le retrait de la bande de Gaza en 2005 et la construction de la « barrière de sécurité » en Cisjordanie limitent considérablement le *besoin* de « gagner les cœurs et les esprits » des Palestiniens. Cette affirmation doit toutefois être nuancée : pour les militaires israéliens, une distinction doit en effet être établie entre les modérés et les extrémistes palestiniens. Les premiers doivent être ménagés pour éviter qu'ils ne se radicalisent. Quant aux seconds, mieux vaut tenter de les dissuader de passer à l'acte que d'essayer, en vain, de « gagner leurs cœurs et leurs esprits »<sup>165</sup>.

Enfin, en égard à l'« opinion publique internationale », une idée relativement répandue en Israël est que les efforts de communication seraient vains car Israël souffrirait de préjugés négatifs trop tenaces. Hormis aux États-Unis et – pour

---

<sup>161</sup> Entretien avec un ancien attaché de Défense à Tel Aviv, 29 janvier 2008.

<sup>162</sup> Expression employée par un ancien porte-parole de *Tsahal* lors d'un entretien réalisé à Jérusalem le 13 mars 2008.

<sup>163</sup> Cette remarque de Yoram Peri a été confirmée par un journaliste israélien – spécialiste des questions de défense pour une grande chaîne de télévision et ancien de *Galei Tsahal* – lors d'un entretien téléphonique réalisé le 28 février 2008.

<sup>164</sup> Yoram Peri, « Intractable Conflict and the Media », *Israel studies*, vol. 12, n° 1, p. 87.

<sup>165</sup> Entretien avec Ruth Yaron, Jérusalem, 30 mars 2008 et avec Moshé Yaalon, Jérusalem, 3 avril 2008.

certains – dans quelques Etats arabes<sup>166</sup>, la bataille de la communication ne vaudrait pas vraiment la peine d'être menée. Cette idée est bien sûr combattue par les spécialistes israéliens des relations publiques qui travaillent au quotidien pour améliorer l'image de leur pays<sup>167</sup>.

En somme, que ce soit à l'égard des audiences nationale, adverse ou internationale, la communication a longtemps été considérée comme secondaire, tant par les chefs d'état-major que par les dirigeants politiques<sup>168</sup>. La maxime de Shimon Pérès : « les bonnes politiques font les bonnes relations publiques : elles parlent d'elles-mêmes »<sup>169</sup> demeure couramment appliquée et la primauté du geste sur la parole n'est pas pour faciliter la tâche des communicants<sup>170</sup>. D'autant que cette maxime peut être inversée : la moindre erreur politique peut se transformer en catastrophe médiatique. Surtout dans un pays – et c'est un autre trait caractéristique d'Israël – où le nombre de journalistes étrangers par kilomètre carré atteint des records. Au début de la première *Intifada*, 942 journalistes étrangers étaient enregistrés auprès du *Government Press Office* (GPO)<sup>171</sup>. Pour comparaison, dans les sept premiers mois de l'année 2002, le GPO avait accordé 3500 cartes de presse de trois mois et renouvelé 1000 cartes valables pour une plus longue période<sup>172</sup>.

Ce chapitre est structuré chronologiquement : après un bref aperçu historique des relations entre la presse et la Défense, des problématiques plus contemporaines sont abordées. La deuxième *Intifada*, le désengagement de Gaza et la guerre de l'été 2006 ont permis de montrer les forces mais également les faiblesses de l'architecture institutionnelle de la communication israélienne. Les

---

<sup>166</sup> Arich O'Sullivan, "The thankless task of the IDF Spokesman. Ruth Yaron steps down, warning her successor it won't be 'a rose garden'", *The Jerusalem Post*, 2 juin 2005.

<sup>167</sup> Entretien avec Yigal Palmor, Jérusalem, 18 mars 2008.

<sup>168</sup> Certains considèrent l'année 1991 comme le point de départ de changements progressifs. D'une part, Nachman Shai a démontré pendant la guerre du Golfe qu'une personne ne venant pas du milieu du renseignement pouvait faire un bon porte-parole de *Tsahal*. D'autre part, c'est en 1991 que le général de division Eitan Ben Eliahu a signé un article dans la revue militaire *Ma'arachot* dans lequel il mettait notamment l'accent sur la dimension médiatique de la guerre. Cf. Amotz Asa-El, "The IDF's PR : What went wrong ?", *The Jerusalem Post*, 15 février 2007.

<sup>169</sup> Emmanuel Navon, "Soft Powerlessness : Arab Propaganda and the Erosion of Israel's International Standing", Working Paper submitted for the Herzliya Conference, 21-24 janvier 2006, p. 33.

<sup>170</sup> Un chercheur de l'université de Haïfa résume la primauté du geste sur la parole par la formule suivante : « nous n'avons pas besoin de *Dover Tsahal* [le service de communication des armées]. L'armée de l'air peut faire passer des messages ». Entretien réalisé à Paris le 15 avril 2008.

<sup>171</sup> Ron Schleifer, *Psychological Warfare in the Intifada: Israeli and Palestinian Media Politics and Military Strategies*, Brighton, Sussex Academic Press, 2006, p. 106.

<sup>172</sup> Stephanie Gutmann, *The Other War. Israelis, Palestinian, and the Struggle for Media Supremacy*, San Francisco, Encounter Books, 2005, p. 250.

dysfonctionnements récurrents ont fait naître plusieurs projets de réforme qui seront évoqués en dernier lieu.

## Journalisme et défense en Israël : un aperçu historique

Jusqu'au déclenchement de la deuxième *Intifada*, les relations entre la presse et le milieu de la Défense peuvent être divisées en quatre grandes périodes<sup>173</sup>.

De l'indépendance d'Israël à la guerre de Kippour, les militaires se montrent méfiants et fermés à l'égard des médias. La censure militaire est alors très présente et contrôle toutes les publications concernant les questions de Défense. A de rares exceptions, comme l'hebdomadaire *Haolam Hazeh*<sup>174</sup>, les organes de presse acceptent sans difficulté majeure les restrictions imposées par les militaires.

Le consensus est rompu au moment de la guerre de Kippour, où les Israéliens ont le sentiment d'être passés tout près de la catastrophe. Les fortes critiques à l'égard des militaires contenues dans le rapport de la « commission Agranat » encouragent les journalistes à se montrer eux-mêmes plus critiques à l'égard de l'*establishment* militaire. Et ce d'autant qu'Abba Eban en personne – parfois considéré comme le « père fondateur des relations publiques israéliennes »<sup>175</sup> – ne se prive pas de citer la docilité des journalistes comme une des causes de l'échec partiel de la guerre de 1973<sup>176</sup>.

La deuxième période s'étend de la guerre de Kippour à l'opération « Paix en Galilée » de 1982. La nouvelle attitude des médias pousse l'armée à modifier progressivement ses habitudes et à s'ouvrir lentement. Certains domaines restent toutefois totalement cloisonnés, à l'instar du nucléaire. En 1980, le journaliste Ami Dor-on et l'avocat Eli Teicher se voient interdire leur ouvrage

---

<sup>173</sup> Cette typologie est reprise de l'article de Yehiel Limor, and Hillel Nossek, "The Military and the Media in the Twenty-First Century: Towards a New Model of Relations", *Israel Affairs*, 2006, vol. 12, n° 3, pp. 484-510.

<sup>174</sup> Oren Meyers, "Israeli journalists as an interpretive community. A case studies of 1950s mainstream journalistic attitudes towards Haolam Hazeh", département de communication de l'université de Haïfa, 2004.

<sup>175</sup> Joel Leyden, "Israel Public Relations Directory", *Israel News Agency*, 18 mai 2007.

<sup>176</sup> Avi Shlaim, "Interview with Abba Eban, 11 March 1976", *Israel Studies*, printemps 2003, vol. 8, n° 1, pp. 153-177.

*None Will Survive Us, the Story of the Israeli A-Bomb* par la censure militaire et les auteurs sont menacés de quinze ans de prison en cas de fuites<sup>177</sup>.

La troisième période va de 1982-1983 aux accords d'Oslo. Cette période est notamment marquée par le déclenchement de la première *Intifada*. Conscients de l'impossibilité de contrôler strictement l'information dans les territoires – c'est à cette période que certains organes de presse ont l'idée de confier caméras et enregistreurs à des habitants des territoires palestiniens<sup>178</sup> – les militaires font preuve d'une plus grande ouverture. En outre, en 1988, la Cour Suprême israélienne prend une décision importante dans l'« affaire Schnitzer » - du nom du journaliste Meïr Schnitzer – en déclarant que la censure ne se justifie que dans les situations de « quasi-certitude d'un dommage réel pour la sécurité de l'Etat »<sup>179</sup>. L'imprécision de la formule ouvre la porte au déclin progressif de la censure militaire en Israël. Cette décision de la Cour Suprême est toujours en vigueur aujourd'hui, même si certaines voix s'élèvent – notamment au sein de la Commission Winograd chargée d'enquêter sur les ratés de la guerre au Liban<sup>180</sup> – en faveur d'un retour en arrière.

La quatrième période, enfin, va des accords d'Oslo à 2000. La presse encourage, d'une manière générale, le processus de paix et se montre critique à l'égard de l'armée dont les méthodes dans les territoires palestiniens sont parfois jugées durement. Yehiel Limor et Hillel Nosssek, professeurs de communication en Israël, lient notamment le ton plus sévère adopté par les médias au fait que le conflit israélo-palestinien soit de plus en plus traité par des journalistes généralistes, par opposition aux « correspondants-défense », davantage conciliants à l'égard des armées<sup>181</sup>.

---

<sup>177</sup> Yoel Cohen, "Nuclear Ambiguity and the Media : The Israeli Case", *Israel Affairs*, vol. 12, no 3, juillet 2006, pp. 529-545.

<sup>178</sup> Hillel Nosssek, and Yehiel Limor, "The Military and the Media in the Twenty-First Century: Towards a New Model of Relations", *Israel Affairs*, vol. 12, n° 3, 2006, p. 493.

<sup>179</sup> Nir Noiman et Naama Peri, "The Secrets of Sima. Part One", *Bamahane*, février 2008.

<sup>180</sup> Yuval Karniel, "The committee against freedom of expression", *Haaretz*, 7 février 2008.

<sup>181</sup> Hillel Nosssek et Yehiel Limor, "The Military and the Media in the Twenty-First Century: Towards a New Model of Relations", *Israel Affairs*, vol. 12, n° 3, 2006, p. 494.

## De l' « affaire Al Dura » à Jénine : quel degré d'ouverture du champ de bataille ?

A peine la deuxième *Intifada* commencée, les Israéliens sont confrontés à une première crise médiatique. Le 30 septembre 2000, Mohamed Al-Dura, 12 ans, est tué par balles au carrefour de Netzarim, dans la bande de Gaza. Les images de sa mort font le tour du monde. Il serait trop long de rappeler l'intégralité de la controverse et de la bataille médiatique déclenchée par la mort de Mohamed Al-Dura<sup>182</sup>. Les conséquences qu'en a tirées l'armée israélienne en matière de communication et, plus particulièrement, d'accès au terrain des journalistes, nous intéressent davantage ici.

Si les images de la mort de Mohamed al-Dura ont été diffusées originellement par *France 2*, le correspondant en Israël de la chaîne, Charles Enderlin, ne se trouvait pas sur les lieux du drame. Les images ont été tournées par un cameraman palestinien payé par *France 2*, Talal Abou Rahma. Pour les officiels israéliens, Mohamed al-Dura s'est trouvé au mauvais endroit au mauvais moment. Il a été pris dans un échange de tirs entre des combattants palestiniens et des soldats de *Tsahal*. D'après les autorités israéliennes, les images de Talal Abou Rahma ne permettent pas de prouver que ce sont les soldats qui ont tué l'enfant. À l'inverse, elles ne prouvent pas non plus que les tirs dont a été victime Mohamed al-Dura provenaient des combattants palestiniens. Les officiels israéliens ont donc réagi avec prudence en déclarant, dans un premier temps, qu'une enquête était en cours pour déterminer l'origine des tirs. La commission d'enquête israélienne – critiquée pour son manque d'objectivité, Yom Tov Samia étant à la fois le responsable de l'enquête et le général commandant le secteur de Gaza<sup>183</sup> – a conclu que les balles ayant tué Mohamed al-Dura ne pouvaient pas provenir des soldats de *Tsahal*. En termes de communication, les officiels israéliens ont tiré deux conclusions de l' « affaire al-Dura » : 1) les journalistes et techniciens palestiniens sont susceptibles de manipuler l'opinion et il n'y a donc pas de raison de faciliter leur travail en leur accordant, par exemple, des cartes de presse 2) le fait d'avoir uniquement des journalistes palestiniens sur le théâtre des opérations est la pire des solutions. Deux autres possibilités sont envisageables : soit interdire l'accès à toute personne munie d'une caméra ou d'un appareil photo soit autoriser la présence de journalistes israéliens et étrangers.

---

<sup>182</sup> Voir, par exemple, à ce sujet, Adi Schwartz, "In the footsteps of the al-Dura controversy", *Haaretz*, 4 novembre 2007 et James Fallows, "Who Shot Mohammed al-Dura?", *The Atlantic Monthly*, juin 2003.

<sup>183</sup> Stephanie Gutmann, *The Other War. Israelis, Palestinian, and the Struggle for Media Supremacy*, San Francisco, Encounter Books, 2005, p. 61.

Dans les faits, l'armée israélienne a alterné entre ces deux possibilités jusqu'à la bataille de Jénine. Au début de l'année 2002, *Tsabal* multiplie les incursions dans les camps de réfugiés, en réponse aux attentats-suicides commis par des Palestiniens (seize attentats-suicides du 16 février au 1<sup>er</sup> avril 2002). La politique adoptée est d'abord le *black out*. Les journalistes sont purement et simplement maintenus à l'écart. Les pressions exercées par les différents organes de presse et l'idée qu'un reportage puisse avoir un effet positif si l'angle d'approche du journaliste est contrôlé encouragent les responsables militaires à mettre en place des *pools*. Le marché établi avec les reporters est le suivant : *Tsabal* accepte d'« embarquer » quelques journalistes en opération. Les journalistes choisis s'engagent, en contrepartie, à partager leurs images avec leurs collègues qui n'ont pas été retenus pour le *pool*, faute de place. De plus, toutes les images doivent être approuvées par le porte-parole de *Tsabal* avant d'être diffusées<sup>184</sup>.

Au final, des dizaines d'heures de reportage sont tournées, journalistes et militaires se trouvant rapidement débordés par l'afflux d'images. A la mi-mars, l'incident redouté par les officiers de presse se produit : un reportage non filtré est diffusé lors du journal du soir de la deuxième chaîne. Le reportage est violent : il montre une incursion israélienne dans une maison du camp de réfugiés de Al-Ayida. La porte de la maison est forcée à l'aide d'explosifs. Une mère de famille, qui se trouve derrière la porte, est tuée dans l'explosion. Sa fille pleure et supplie les soldats de ne pas abattre le mur qui leur permettra d'entrer dans la maison mitoyenne. En vain. Et pour couronner le tout, un soldat déclare : « je ne sais pas ce que nous faisons ici. Purification. Apparemment, c'est sale ici. Je ne vois pas très bien ce qu'un soldat hébreu vient faire si loin de chez lui »<sup>185</sup>. La diffusion du reportage suscite un tollé au sein des armées – en particulier de l'armée de terre – et certains officiers supérieurs se tournent vers le service de presse de *Tsabal* (*Dover Tsabal*) pour demander des comptes<sup>186</sup>. Le résultat ne se fait pas attendre : le ministre de la Défense Binyamin Ben Eliezer suspend immédiatement les *pools*.

Le retour à une politique de *black out* signifie qu'officiellement les journalistes, comme tous les civils, sont interdits d'accès aux zones bouclées. En pratique, les reporters essaient de contourner les *check points* et réussissent souvent à pénétrer dans les zones interdites, à leurs risques et périls. Le 2 avril 2002, Ann Cooper, directeur exécutif du *Committee to Protect Journalists* (CPJ), adresse une

---

<sup>184</sup> Aviv Lavie, «Trying to buck the news blackout», *Haaretz*, 18 mars 2002.

<sup>185</sup> Sandro Contenta, «Israel bans TV crews from filming army raids», *The Toronto Star*, 21 mars 2002.

<sup>186</sup> Aviv Lavie, «Trying to buck the news blackout», *Haaretz*, 18 mars 2002.

lettre au Premier ministre Ariel Sharon<sup>187</sup>. Cette lettre dénonce l'extension des zones interdites aux journalistes, critique le fait que deux journalistes de *Abu Dhabi TV* se soient fait retirer leur carte de presse et que CNN et NBC se soient fait menacer de poursuites judiciaires pour avoir filmé à l'intérieur d'une zone bouclée. Enfin, Ann Cooper insiste sur les blessures par balles subies par deux journalistes.

Le 3 avril commence la bataille de Jénine. Le *black out* est total. Les combats font rage dans d'autres villes de Cisjordanie, notamment à Naplouse. Le 8 avril, Aviv Lavie écrit un article dans *Haaretz*, dans lequel il dénonce le manque de communication des armées. Pour atténuer la pression des journalistes, le porte-parole de *Tsahal* a organisé la veille un tour pour les reporters spécialisés sur les questions de Défense. Mais au lieu de conduire les journalistes à Jénine ou Naplouse, l'équipe de *Dover Tsahal* a dirigé le groupe vers la région de Tulkarem, renforçant le mécontentement de certains professionnels des médias<sup>188</sup>.

Le *black out* imposé sur Jénine se montre totalement contre-productif. Rapidement, les rumeurs enflent. Certains parlent de 500 voire de 3000 morts. Le terme « génocide » fait son apparition. Pour contrer la rumeur, *Tsahal* organise un déplacement de spécialistes des questions militaires. En l'occurrence, il ne s'agit pas de journalistes mais d'attachés de défense étrangers, en poste en Israël. À défaut d'apaiser l'opinion publique, les attachés de défense peuvent au moins donner aux chancelleries une appréciation plus réaliste du bilan des combats<sup>189</sup>. Les premiers journalistes accompagnés par une équipe de *Dover Tsahal* ne pénètrent dans Jénine que le 14 avril, bien trop tard selon Jacob Dalal, qui a travaillé pendant quatre ans au service du porte-parole des armées et qui faisait partie de cette équipe. Pour lui, « Israël a retenu une leçon importante de Jénine en matière de relations publiques : dans un conflit de basse intensité, il faut donner à la presse un accès maximal au terrain »<sup>190</sup>.

## Ouvrir aux journalistes mais pas à n'importe quels journalistes

Comme nous l'avons dit précédemment, le conflit israélo-palestinien est l'un plus couverts au monde. Jusqu'en 2002, le *Government Press Office* (GPO), organe chargé, entre autres, d'accorder les cartes de presse, n'affichait pas de réelle

---

<sup>187</sup> [www.cpj.org/protests/02ltrs/Israel02apr02pl.html](http://www.cpj.org/protests/02ltrs/Israel02apr02pl.html).

<sup>188</sup> Aviv Lavie, "Beyond the hills of darkness", *Haaretz*, 8 avril 2002.

<sup>189</sup> Entretien avec un ancien attaché de Défense, 29 janvier 2008 et avec un ancien diplomate, 18 février 2008.

<sup>190</sup> Jacob Dallal, "Bad Information. The Lesson of Jenin", *The New Republic*, août 2005.

velléité de freiner l'afflux de journalistes. Il était si aisé de se voir attribuer une carte de presse que même des militants pro-palestiniens de l'*International Solidarity Movement* ont réussi à en obtenir une et à entrer ainsi plus facilement dans les territoires palestiniens<sup>191</sup>. Au cours de l'année 2002, la politique du GPO se durcit. L'attribution des cartes de presse devient plus stricte et, surtout, le GPO décide de cesser sa collaboration avec les journalistes considérés comme anti-israéliens<sup>192</sup>.

En octobre 2002, le chef du GPO, Danny Seaman, accorde un entretien à *Kol Ha'ir*<sup>193</sup> – hebdomadaire appartenant au même groupe de presse que *Haaretz*. Il se montre très dur envers la presse étrangère, dénonçant sa partialité. Il affirme que certains médias étrangers – AP, *Reuters*, CNN, la BBC, ABC et CBS sont cités – embauchent des journalistes et des techniciens palestiniens « sur instruction directe de l'Autorité palestinienne ». Il accuse trois journalistes – sans les citer – de s'être coordonnés avec Marwan Barghouti et d'avoir été prévenus à l'avance de certaines attaques. Il poursuit en expliquant que les photographes palestiniens sont prêts à provoquer des incidents et à truquer des photographies qui leur sont ensuite payées 300 dollars par les agences de presse étrangères. Ces photographes ont « transformé la photographie en prostitution », lance-t-il. Voilà qui explique pourquoi, au début de l'année 2002, le GPO a refusé de renouveler les accréditations de la plupart des journalistes palestiniens<sup>194</sup>. Cette mesure n'empêche pas, dans les faits, les organes de presse étrangers de continuer leur coopération avec les reporters palestiniens, les informations pouvant par exemple être transmises par téléphone portable, même en cas de bouclages militaires<sup>195</sup>. Les grandes agences de presse se voient en revanche contraintes, à terme, d'ouvrir des bureaux dans les territoires palestiniens, les journalistes provenant de ces territoires ne pouvant plus se rendre quotidiennement au bureau central de Jérusalem. L'*Agence France Presse* dispose ainsi aujourd'hui d'antennes à Gaza, Ramallah, Tulkarem, Hébron et Qalqilya<sup>196</sup>.

---

<sup>191</sup> Stephanie Gutmann, *The Other War. Israelis, Palestinian, and the Struggle for Media Supremacy*, San Francisco, Encounter Books, 2005, p. 251.

<sup>192</sup> Sara Leibovich-Dar, "In the eye of the beholder", *Haaretz*, 24 février 2002.

<sup>193</sup> L'article de *Kol Ha'ir* a été repris sur le site suivant : [www.israelnewsagency.com/cantspell.html](http://www.israelnewsagency.com/cantspell.html).

<sup>194</sup> Stephanie Gutmann, *The Other War. Israelis, Palestinian, and the Struggle for Media Supremacy*, San Francisco, Encounter Books, 2005, p. 254.

<sup>195</sup> Entretien avec l'ancien chef du bureau Moyen-Orient d'un média canadien, Paris, 21 février 2008.

<sup>196</sup> Entretien avec un journaliste de l'AFP réalisé à Jérusalem le 13 mars 2008.

Dans l'interview accordée à *Kol Ha'Ir*, Danny Seaman soutient également que la presse européenne a une responsabilité dans la recrudescence de l'antisémitisme qui frappe alors le continent européen. Il cite ensuite quatre journalistes jugés particulièrement partiaux : Suzanne Goldberg du *Guardian*, Lee Hockstader du *Washington Post*, Sandro Contenta du *Toronto Star* et Gillian Findlay de *ABC*. « Nous les avons tout simplement boycottés », affirme-t-il. « Nous n'avons pas révoqué leur carte de presse car c'est un pays démocratique. Mais au nom de cette même valeur [la démocratie], j'ai aussi le droit de ne pas travailler avec eux. Les comités éditoriaux ont reçu le message et ont remplacé ces gens. Quand le *Washington Post* a vu qu'un plus petit journal, comme le *Baltimore Sun*, recevait des informations exclusives, ils ont compris qu'il y avait un problème ».

Les propos de Danny Seaman scandalisent les organes de presse étrangers. Les journaux et télévisions cités rejettent les accusations portées, notamment le *Guardian* qui consacre un éditorial à l'interview de *Kol Ha'Ir*<sup>197</sup>. Dans les mois qui suivent, les relations entre les journalistes étrangers et le GPO ne s'améliorent pas. En 2003, l'association de la presse étrangère lance un appel pour récolter les doléances des journalistes étrangers présents en Israël. En quelques jours, une trentaine de réponses est reçue. Un des points critiques pour les reporters est visiblement le passage des frontières, certains allant jusqu'à parler de « harcèlement officialisé »<sup>198</sup>. La confrontation entre la presse étrangère et le GPO prend aussi une tournure judiciaire, plusieurs affaires remontant jusqu'à la Cour suprême<sup>199</sup>.

### « Quel prix est-on prêt à payer pour une image ? »

Faciliter le travail des journalistes « objectifs » et entraver l'action de ceux jugés partiaux n'est pas suffisant pour obtenir une couverture médiatique positive. Certaines actions de l'armée produisent des situations choquantes qui, si elles ne sont pas expliquées, peuvent conduire à la diffusion de photographies et de vidéos catastrophiques pour l'image d'Israël. L'affaire des tunnels reliant la bande de Gaza à l'Égypte et servant, entre autres, au trafic d'armes et d'explosifs est à cet égard éloquent.

---

<sup>197</sup> “Seaman lets it slip. Israel's bully has nothing to boast about”, *The Guardian*, 17 octobre 2002.

<sup>198</sup> Anat Balint, “Let the journalists suffer”, *Haaretz*, 21 juillet 2003.

<sup>199</sup> “Israel Supreme Court orders GPO to accredit Palestinian journalists”, *Associated Press*, 6 août 2004 et Stephanie Gutmann, *The Other War. Israelis, Palestinian, and the Struggle for Media Supremacy*, San Francisco, Encounter Books, 2005, pp. 256-257.

Pour mettre fin à ces trafics, *Tsahal* se lance dans une chasse aux tunnels. Dès que l'entrée d'un tunnel est repérée, l'armée la fait exploser. Quand le tunnel aboutit en plein air, cela ne pose guère de problème. La tâche se complique lorsque les trafiquants font aboutir les tunnels à l'intérieur même de maisons occupées par des civils. Dans ce cas, la méthode appliquée par l'armée ne varie pourtant guère. Quand les services de renseignement désignent une maison supposée abriter un tunnel, l'armée s'y rend. Si les indications données se confirment, les soldats font évacuer les civils et font sauter, non seulement l'entrée du tunnel, mais aussi la maison. Les journalistes n'accompagnant pas – pour des raisons de sécurité – les militaires à l'intérieur des maisons, les images produites par de telles opérations sont souvent celles de civils palestiniens fouillant dans les décombres de leur maison pour retrouver quelques effets personnels.

Pour contrer l'impact négatif de telles images, *Dover Tsahal* – le service de communication des armées – envoie des photographes et des cameramen accompagner les unités chargées de mener ces missions. *Dover Tsahal* est composé d'environ trois cents personnes<sup>200</sup> dont une grande majorité de conscrits. A la fin du mois d'avril 2003, l'un d'entre eux, Lior Ziv, dix-neuf ans, est abattu par un *sniper* dans la bande de Gaza. Le général Ruth Yaron, qui dirige alors *Dover Tsahal*, résume le sentiment prévalent à ce moment-là par une question : « quel prix est-on prêt à payer pour une image ? »<sup>201</sup>.

Pour éviter qu'un nouvel incident de ce type ne se produise, *Dover Tsahal* adopte deux mesures : 1) renforcer l'entraînement et la protection des soldats spécialisés dans la communication ; 2) pour les opérations trop dangereuses, favoriser le recours aux *combat camera crews*. Le principe des *combat camera crews* consiste à confier à des combattants une mini-caméra et à leur demander de filmer leur mission. Les combattants en question n'appartiennent pas à *Dover Tsahal*. Au départ, les images rapportées par les combattants n'étaient pas forcément exploitables. *Dover Tsahal* a donc mis en place une formation accélérée en insistant sur les éléments utiles en termes de communication (filmer, par exemple, l'entrée des tunnels, les caches d'armes, etc.). Aujourd'hui, environ quarante soldats ayant suivi cette formation sont retournés au sein de leur unité combattante<sup>202</sup>.

---

<sup>200</sup> Chiffre communiqué par Ruth Yaron. Entretien réalisé à Jérusalem le 30 mars 2008.

<sup>201</sup> Entretien avec Ruth Yaron réalisé à Jérusalem le 30 mars 2008.

<sup>202</sup> Chiffre communiqué par Miri Regev. Entretien réalisé à Tel Aviv le 2 avril 2008.

## Automne 2004 : deux affaires embarrassantes pour les communicants israéliens

En septembre 2004, un sondage réalisé par une association israélienne révèle que seuls 19% du public croient habituellement les déclarations provenant des armées<sup>203</sup>. Deux affaires successives n'ont pas dû améliorer la cote de popularité des communicants de *Tsahal*, et ce, alors que l'opération « jours de pénitence » se déroulait dans la bande de Gaza. La première pourrait être appelée « l'affaire du brancard ». Elle illustre le danger qui existe, en matière de communication, à affirmer quelque chose dont on n'est en réalité pas sûr. En l'occurrence, l'UNRWA, l'organisme des Nations unies en charge des réfugiés, est accusé de laisser les groupes armés palestiniens utiliser des ambulances pour transporter des armes. Ce n'est pas la première fois que de telles allégations sont lancées mais cette fois, l'armée israélienne affirme disposer d'une vidéo prouvant qu'une roquette *Qassam* a bien été chargée dans une ambulance.

Lorsque Peter Hansen, responsable de l'UNRWA découvre la vidéo en question, il est estomaqué. Les images, tournées par un drone, sont de piètre qualité et il paraît impossible de distinguer précisément l'objet que les ambulanciers chargent dans leur véhicule. Pour Peter Hansen, il est plus vraisemblable que cet objet soit tout simplement un brancard. Le 2 octobre, il publie un communiqué indigné : « [...] de telles fausses allégations peuvent induire un comportement plus agressif des Israéliens à l'égard des Nations unies en général et du personnel humanitaire onusien en particulier. Cela pourrait en conséquence accroître les risques auxquels le personnel de l'ONU est confronté dans cette zone de violents conflits »<sup>204</sup>. Le 4 octobre, le même Peter Hansen adresse une lettre de protestation au ministre israélien des Affaires étrangères, Silvan Shalom. Il dénonce la « propagande malicieuse » d'Israël et demande des excuses<sup>205</sup>. Le soir même, des officiels israéliens reconnaissent pour la première fois que l'objet filmé n'était peut-être pas une roquette *Qassam*. Il pourrait s'agir d'un lance-roquette anti-chars et il est de surcroît « impossible de jurer » que ce n'est pas un brancard<sup>206</sup>. La vidéo litigieuse, qui avait été mise en ligne sur le site des forces armées israéliennes, est finalement retirée<sup>207</sup>. Et Aluf Benn, journaliste à *Haaretz*, de conclure : « après cette erreur, y aura-t-il quelqu'un pour croire les “preuves

<sup>203</sup> Arie O'Sullivan, “The thankless task of the IDF spokesman. Ruth Yaron steps down, warning her successor it won't be a ‘rose garden’”, *The Jerusalem Post*, 2 juin 2005.

<sup>204</sup> “Response by Commissioner-General Peter Hansen to Allegations Regarding Misuse of a UN Vehicle”, *UNRWA Press Release*, 2 octobre 2004.

<sup>205</sup> “Israel's ‘malicious propaganda’ endangers UN staff”, *UNRWA Press Release*, 4 octobre 2004.

<sup>206</sup> Amos Harel, “Spinning past the point”, *Haaretz*, 5 octobre 2004.

<sup>207</sup> Amos Harel, “Stretcher Case”, *Haaretz*, 7 octobre 2004.

photographiques” d’Israël contre les Palestiniens – ou les Syriens ou les Iraniens ? »<sup>208</sup>.

La deuxième affaire éclate un mois plus tard et illustre l’impact que peuvent avoir des fuites au plus haut niveau de l’armée. A l’heure du téléphone portable, les journalistes ont un accès aisé aux soldats qui se trouvent sur le terrain. Les officiers supérieurs et généraux peuvent être contactés directement par des journalistes, sans que *Dover Tsahal* soit nécessairement au courant. C’est ce qui s’est vraisemblablement passé au cours de l’opération « jours de pénitence », une incursion terrestre d’une quinzaine de jours menée par l’armée israélienne dans la région de Beit Hanoun et du camp de réfugiés de Jabalya. Plusieurs jours avant la fin officielle des opérations, la presse fait état de critiques émanant d’officiers présents dans la bande de Gaza à l’égard du chef d’état-major des armées et du Premier ministre. Les officiers estiment en effet que l’opération n’a que trop duré et devrait être arrêtée dans les plus brefs délais<sup>209</sup>.

Furieux, le chef d’état-major des armées, Moshe Yaalon, ordonne une enquête. Quinze officiers sont auditionnés et passés au détecteur de mensonges<sup>210</sup>. Un jeune général prometteur, ancien commandant de la brigade Golani, Shmuel Zakaï, échoue au détecteur de mensonges. Zakaï, commandant la division en charge de la zone de Gaza, se retrouve contraint à la démission<sup>211</sup>. La chasse aux sorcières ayant conduit à cette démission provoque des remous. Alex Fischman affirme dans *Yediot Abaronot* : « si des officiers supérieurs devaient démissionner à chaque fuite, la moitié du commandement des forces armées aurait dû partir »<sup>212</sup>. Sur le site de *Yediot Abaronot*, plusieurs internautes se présentant comme des soldats ayant servi sous les ordres de Shmuel Zakaï s’émouvent du départ de leur ancien chef. L’un d’eux écrit : « *Tsahal* ne mérite pas d’avoir des officiers [aussi bons que] toi »<sup>213</sup>. L’affaire se conclut par une intervention du ministre de la Défense Shaul Mofaz – lui-même ancien chef d’état-major des armées – qui suspend la pratique du détecteur de mensonges jusqu’à l’adoption d’une nouvelle procédure de contrôle<sup>214</sup>.

---

<sup>208</sup> Aluf Benn, “How Israel created another PR disaster”, *Haaretz*, 6 octobre 2004.

<sup>209</sup> “Senior Israeli commander resigns following leaks to media”, *Associated Press Newswires*, 4 novembre 2004 et “Sealing leaks”, *The Jerusalem Post*, 11 novembre 2004.

<sup>210</sup> Entretien avec un ancien attaché de Défense à Tel Aviv, 30 janvier 2008 et Arie O’Sullivan et Nina Gilbert, “Mofaz : No more polygraphs in IDF”, *The Jerusalem Post*, 10 novembre 2004.

<sup>211</sup> Anshell Pfeffer, “Behind the lines”, *The Jerusalem Post*, 12 novembre 2004.

<sup>212</sup> Alex Fishman est cité par Anshell Pfeffer, “Behind the lines”, *The Jerusalem Post*, 12 novembre 2004.

<sup>213</sup> Arie O’Sullivan, “Gaza Division commander resigns”, *The Jerusalem Post*, 5 novembre 2004.

<sup>214</sup> Arie O’Sullivan et Nina Gilbert, “Mofaz : No more polygraphs in IDF”, *The Jerusalem Post*, 10 novembre 2004.

Si certains mettent en avant des inimitiés personnelles pour expliquer le sort particulier réservé à Shmuel Zakaï, d'autres insistent sur la volonté du chef d'état-major des armées d'appliquer une sanction exemplaire afin de mettre fin une bonne fois pour toutes aux fuites. D'après les témoignages recueillis, l'affaire Zakaï n'a pas permis de mettre fin aux échanges téléphoniques informels entre officiers et journalistes. Selon le « correspondant défense » d'une chaîne de télévision israélienne, il serait illusoire de vouloir fermer hermétiquement *Tsahal* : « chacun a un frère ou un cousin dans l'armée. Il est impossible d'empêcher un journaliste de parler à son frère ou à son cousin »<sup>215</sup>.

### **Le désengagement de Gaza : une réussite en matière de communication**

Dans les mois suivant l'affaire Zakaï, le chef d'état-major des armées Moshé Yaalon est remplacé par Dan Halutz. Ce dernier n'est pas connu pour être un grand communicant. En juillet 2002, l'armée de l'air israélienne – dont Dan Halutz est alors le chef d'état-major – bombarde la maison de Salah Shehadeh, chef militaire du *Hamas*. Dans le bombardement, 14 autres personnes sont tuées dont plusieurs enfants. Interviewé par *Haaretz* et répondant à la question : « que ressentez-vous quand vous larguez une bombe ? », Dan Halutz répond : « une légère secousse dans l'aile, ça passe après une seconde »<sup>216</sup>. Ces déclarations provoquent des remous en Israël : plusieurs personnalités exigent des excuses du général puis, deux ans plus tard, des organisations de défense des droits de l'homme, déposent une plainte pour tenter (en vain) de bloquer la progression hiérarchique de Dan Halutz<sup>217</sup>. En outre, la coopération entre Dan Halutz et Ruth Yaron, porte-parole de *Tsahal*, paraît difficilement envisageable. Celle-ci révèle en effet le 6 mars 2005, lors d'une conférence donnée au Centre Interdisciplinaire de Herzliya, avoir hésité à démissionner<sup>218</sup> après la mort de plusieurs civils palestiniens en octobre 2003 suite à une opération aérienne israélienne<sup>219</sup>. A l'époque, Dan Halutz lui aurait en effet transmis de fausses informations qu'elle aurait répercutées dans les médias en toute bonne foi.

---

<sup>215</sup> Entretien téléphonique réalisé le 28 février 2008.

<sup>216</sup> Vered Levy-Barzilai, "The high and the mighty", *Haaretz*, 21 août 2002. La phrase en question se trouve dans le complément de l'article qui a pour titre : "The high and the mighty cont."

<sup>217</sup> Yuval Yoaz, "Halutz battles in court for his new IDF post", *Haaretz*, 29 décembre 2004.

<sup>218</sup> "IDF spokeswoman: I thought of resigning after Dan Halutz gave me false information", [www.news-israel.net](http://www.news-israel.net), 8 mars 2005.

<sup>219</sup> Dan Ephron et Saïd Ghazali, "Troops raid Ramallah ; 7 more hurt", *The Boston Globe*, 22 octobre 2003.

Au printemps 2005, quelques mois avant le retrait de la bande de Gaza, Ruth Yaron est remplacée au poste de porte-parole des armées par Miri Regev. Alors que Ruth Yaron avait fait carrière dans la diplomatie avant de rejoindre l'équipe du *National Security College* puis *Dover Tsabal*<sup>220</sup>, Miri Regev, était quant à elle chargée de la censure au sein des armées avant de devenir porte-parole<sup>221</sup>. Ce changement de profil ne rassure pas les journalistes qui craignent la mise en place de certaines restrictions à la liberté de la presse. Dans les faits, les craintes des professionnels des médias s'évaporent rapidement<sup>222</sup>.

Malgré le scepticisme de certains spécialistes des relations publiques qui redoutent que le désengagement de la bande de Gaza ne tourne au fiasco médiatique<sup>223</sup>, l'opération se déroule bien, tant au niveau opérationnel que sur le plan de la communication. Miri Regev opte, semble-t-il, dès le départ, pour une politique de relative ouverture aux médias. Face aux réticences d'une partie de l'état-major des armées, il faut attendre le 30 juin 2005 pour que la politique d'ouverture soit entérinée. Ce jour-là a lieu l'évacuation de l'hôtel de Neve Dekalim où se trouvent des opposants au désengagement. L'opération est jugée dangereuse et les journalistes encadrés par *Dover Tsabal* sont maintenus à l'écart jusqu'à ce que la situation s'apaise quelque peu. Quand *Dover Tsabal* reçoit le feu vert pour conduire les journalistes sur la zone, les bus chargés de transporter les journalistes se retrouvent coincés par des manifestants. Si bien que quand les reporters finissent par arriver sur place, l'évacuation est terminée. Seuls les journalistes qui avaient refusé d'être encadrés par *Dover Tsabal* et qui se trouvaient déjà à proximité de l'hôtel ont réussi à filmer l'évacuation. Les journaux télévisés du soir, au lieu de parler de l'évacuation réussie de l'hôtel, mettent l'accent sur les tensions entre médias et militaires. Miri Regev tire de cette expérience une « conclusion fondamentale : [...] des médias frustrés et en colère sont de mauvais médias. Le fait est que les reporters qui étaient entrés dans l'hôtel illégalement n'ont pas interféré avec les forces exécutant leur mission. Ce qui tend à prouver que les peurs relatives à la présence des médias étaient exagérées »<sup>224</sup>.

La suite du désengagement se déroule convenablement. Policiers et militaires sont *briefés* sur les répercussions médiatiques que pourrait avoir un geste déplacé. Un centre de presse est mis en place. Le transport des reporters est

---

<sup>220</sup> Aluf Benn, "Image-maker for the IDF", *Haaretz*, 12 juin 2002.

<sup>221</sup> Arieh O'Sullivan, "Colonel Miri Regev to be chief censor", *The Jerusalem Post*, 7 janvier 2004.

<sup>222</sup> Entretien avec un journaliste israélien réalisé à Paris le 7 février 2008.

<sup>223</sup> Joel Leyden, "Israel Defense Forces PR Lacks professionals for Gaza disengagement", *Israel News Agency*, 21 août 2005.

<sup>224</sup> Hirsh Goodman, "The Disengagement and Israel's Media Strategy", Jaffee Center for Strategic Studies, *Strategic Assessment*, vol. 8, n° 3, novembre 2005.

facilité et les journalistes se voient offrir la possibilité de filmer aussi bien du côté des forces de l'ordre que du point de vue des familles évacuées, si celles-ci sont d'accord. Quelques restrictions sont toutefois imposées comme l'impossibilité de se déplacer librement entre les différentes implantations ou l'interdiction de rentrer temporairement dans certaines zones jugées particulièrement dangereuses<sup>225</sup>.

Au final, aussi bien les militaires que les journalistes jugent positivement les rapports médias/armée ayant prévalu au cours du désengagement. Miri Regev s'enthousiasme : « *Tsahal* n'avait pas eu une couverture médiatique comme celle-là depuis 1967 ». Quant à Charles Enderlin, il raconte qu'il a fait une demande pour réaliser un entretien avec un psychologue de *Tsahal*. En moins de quatre heures, sa demande était satisfaite. Il conclut : « je n'ai jamais vu le bureau du porte-parole des armées fonctionner aussi bien. Si quelqu'un a planifié cela pour changer l'image de *Tsahal* dans les médias internationaux, c'était un succès »<sup>226</sup>. *A posteriori*, un journaliste israélien spécialiste des problématiques de défense tempère : « c'est vrai que le désengagement a été un succès. C'était une opération de grande ampleur mais ce n'était pas la guerre. La véritable épreuve du feu, c'est la guerre »<sup>227</sup>. Moins d'un an après la fin du retrait de la bande de Gaza, Israël se retrouve, précisément, en guerre.

### **La guerre au Liban de 2006 : un échec qui n'épargne pas les communicants**

La guerre de l'été 2006 est, pour les Israéliens, une guerre sur deux fronts. Une quinzaine de jours avant le déclenchement de la « deuxième guerre au Liban », *Tsahal* lance l'opération « Pluies d'été ». Cette opération, qui a pour théâtre principal la bande de Gaza, fait suite à l'enlèvement du caporal Gilad Shalit par un commando des Brigades Ezzedine el-Qassam. Avant d'évoquer cette guerre sur deux fronts, il convient de mentionner un événement qui a lieu sur une plage de la bande de Gaza le 9 juin. Ce jour-là, une famille de sept personnes – dont plusieurs enfants – est tuée dans des circonstances qui demeurent controversées. La première version des faits qui émerge met en cause l'armée israélienne : un obus d'artillerie serait à l'origine du drame. Vingt-quatre heures plus tard – trop tard selon certains observateurs<sup>228</sup> –, les officiels israéliens

---

<sup>225</sup> Ibid.

<sup>226</sup> Anat Balint, "At the IDF Spokesman's Office, trial by fire, lessons in openness", *Haaretz*, 28 août 2005.

<sup>227</sup> Entretien téléphonique réalisé le 28 février 2008.

<sup>228</sup> Anshel Pfeffer, "Analysis : Losing the propaganda war", *The Jerusalem Post*, 11 juin 2006.

contestent cette version. Ils expliquent que l'explosion pourrait avoir été causée par une mine posée pour prévenir une attaque israélienne par la mer et ajoutent qu'une enquête est en cours. Le 12 juin, le ministre de la Défense, Amir Peretz, annonce lors d'une conférence de presse que l'enquête a prouvé qu'Israël n'est pas responsable de la mort des sept personnes. Les déclarations d'Amir Peretz sont mises en doute par des ONG<sup>229</sup> et des journalistes<sup>230</sup> qui publient leurs propres contre-enquêtes.

Les journalistes peuvent difficilement jouer le rôle de garants de la vérité car, s'ils soutiennent une version plutôt qu'une autre, leur neutralité sera contestée par la partie adverse et ce d'autant qu'ils n'ont pas forcément les éléments et l'expertise nécessaires pour pouvoir établir la vérité. Dans un cas comme celui de la plage de Gaza, seule une commission internationale d'experts aurait pu déterminer l'origine de l'explosion. Une telle commission n'a jamais vu le jour, même si l'idée de sa création a été émise<sup>231</sup>. Un journaliste ayant travaillé pendant une dizaine d'années en Israël et dans les territoires palestiniens pour un grand quotidien français explique ainsi qu'il est « très difficile de faire la part des choses entre les mensonges des uns et des autres »<sup>232</sup>. Des termes presque identiques sont employés par l'ancien chef du bureau Moyen-Orient d'un journal canadien qui précise : « prenons l'exemple de l'explosion sur la plage. Les Israéliens ont tout intérêt à laisser planer rapidement le doute sur l'origine réelle de l'explosion. Si le bandeau des *breaking news* de CNN indique : “7 morts dans une explosion à Gaza ; le Hamas et Israël se rejettent la responsabilité” et pas “7 civils tués par un obus israélien à Gaza”, c'est une victoire pour les communicants israéliens »<sup>233</sup>. Et de conclure : « lorsqu'un journaliste rapporte deux versions opposées des faits, il est objectif, équilibré. Mais en étant objectif, il sait qu'il ne rapporte pas que la véritable version des faits et que, d'une certaine manière, son traitement de l'information est injuste. S'il y a bien une leçon à retenir de la couverture médiatique du conflit israélo-palestinien, c'est qu'un traitement objectif, équilibré n'est pas un traitement juste »<sup>234</sup>.

Quelques semaines après l'explosion de la plage démarre la guerre au Liban. La guerre tombe mal pour les communicants israéliens qui sont en effectifs réduits. Ra'anan Gissin, le responsable de la presse étrangère au bureau de Premier

---

<sup>229</sup> Voir par exemple : “Israel : More evidence on beach killings implicates IDF”, *Human Rights Watch*, 15 juin 2006.

<sup>230</sup> Voir par exemple : Chris Mc Greal, “The battle of Huda Ghalia – who really killed girl's family on Gaza beach?”, *The Guardian*, 17 juin 2006.

<sup>231</sup> Yaacov Katz, “IDF not responsible for Gaza blast”, *The Jerusalem Post*, 13 juin 2006.

<sup>232</sup> Entretien avec un journaliste français réalisé à Paris le 15 février 2008.

<sup>233</sup> Entretien avec un journaliste canadien réalisé à Paris le 21 février 2008.

<sup>234</sup> Entretien avec un journaliste canadien réalisé à Paris le 21 février 2008.

ministre vient de partir et son remplaçant n'est pas encore en poste. L'adjoint du directeur du département médias et relations publiques du ministère des Affaires étrangères, Gideon Meir, a été nommé ambassadeur quelques jours avant le début du conflit. Quant à la responsable de la presse étrangère à *Dover Tsabal*, le commandant Sharon Feingold, elle a quitté ses fonctions il y a peu. Sa remplaçante, Avital Leibovitz, est en congé maternité si bien que le capitaine Noa Meir se retrouve en position prééminente<sup>235</sup>.

Au-delà de ces problèmes d'effectifs, le déroulement de la guerre ne facilite pas la tâche des communicants. La stratégie de communication découle de la stratégie générale. Or, cette dernière n'est pas, dans le cas d'espèce, parfaitement claire, ce qui rend la communication plus ardue. Les déclarations des responsables politiques au sujet des objectifs de guerre fluctuent selon les personnes et évoluent au gré des jours. Il s'agit tantôt de libérer les soldats enlevés par le *Hezbollah* et de faire cesser les tirs de roquettes, tantôt d'éradiquer purement et simplement le parti de Dieu<sup>236</sup>. Il semblerait qu'Ehud Olmert ait attendu la première semaine du mois d'août 2006 – soit deux semaines après le début de la guerre – pour organiser une réunion de coordination entre les porte-parole du bureau du Premier ministre, du ministère des Affaires étrangères et des forces armées<sup>237</sup>. Ces porte-parole essayaient déjà de se coordonner avant cette réunion<sup>238</sup> mais il manquait un chef pour répartir précisément les tâches et unifier le message. Comme le résume Meron Medzini, ancien responsable du GPO, la communication doit être uniforme mais elle ne peut pas l'être si des divergences nettes apparaissent publiquement tant au niveau des responsables politiques qu'à celui des chefs militaires. Et de rappeler les dissonances qui se développent, dès le quatrième jour de la guerre, entre Tzipi Livni et Ehud Olmert et l'opposition croissante entre le chef d'état-major Dan Haloutz et le général commandant la zone nord, Udi Adam<sup>239</sup>.

---

<sup>235</sup> Gil Hoffman, "Israel calls up media 'reserves' to get its message to the world", *The Jerusalem Post*, 17 juillet 2006.

<sup>236</sup> Voir par exemple Zev Furst, "The Second Lebanon War : Military Strategy and the Battle for Public Opinion", *The Israel Journal of Foreign Affairs*, vol. 1, n° 2, 2007. Voir également: Gideon Alon, "Ex-IDF chief : Lebanon war was fought without clear objective", *Haaretz*, 16 janvier 2007.

<sup>237</sup> Aluf Benn, "PM meets with spokespeople to sharpen PR message", *Haaretz*, 7 août 2006.

<sup>238</sup> Gil Hoffman, "Israel calls up media 'reserves' to get its message to the world", *The Jerusalem Post*, 17 juillet 2006.

<sup>239</sup> Meron Medzini, "Hasbara in the Second Lebanon War : a Rebuttal", *The Israel Journal of Foreign Affairs*, vol. 1, n° 3, 2007. Sur les désaccords au sein de l'armée, voir notamment l'interview de Shimon Naveh réalisée par Matt Matthews le 1<sup>er</sup> novembre 2007 et publiée par le *Combat Studies Institute* de Fort Leavenworth, Kansas.

## La communication institutionnelle : qui fait quoi ?

Il n'est pas simple de savoir précisément qui fait quoi dans la communication institutionnelle israélienne. Plusieurs organismes ont un rôle à jouer, à différents niveaux, dans ce domaine, parmi lesquels le bureau de presse du Premier ministre, le GPO, le bureau du porte-parole du ministre de la Défense, *Dover Tsahal* ou encore le département en charge de la *hasbara*<sup>240</sup> au sein du ministère des Affaires étrangères<sup>241</sup>. Les prérogatives exactes de chacun de ces organismes ne sont pas toujours très claires et s'entrecroisent parfois. Si on ajoute à cela le fait que la communication n'est pas monopolisée par les organismes spécialisés et que, en Israël, politiques et militaires s'expriment facilement, se faire une idée claire sur le rôle de chacun devient une gageure. Répondant à une question sur la division du travail de communication, un journaliste israélien spécialiste des problématiques de défense et de sécurité a soupiré, avant de s'exclamer : « c'est un bordel, un grand bordel ! ». Et d'ajouter : « en situation de guerre, c'est plus simple : l'armée commande »<sup>242</sup>.

De fait, *Dover Tsahal* joue un rôle important pendant la guerre de l'été 2006, trop important selon certains. En pleine guerre, le présentateur de la deuxième chaîne de télévision, Amnon Abramovitch, reproche ainsi à Miri Regev d'empiéter sur les prérogatives des civils en faisant de la *hasbara*. Miri Regev répond que les téléspectateurs sont rassurés quand ils voient des officiers supérieurs expliquer leurs missions à la télévision. Relatant cet échange, Anshel Pfeffer du *Jerusalem Post* précise : « ce que Regev ne dit pas, c'est que l'armée sent qu'il y a un vide du côté des politiques et en particulier du Premier ministre Ehoud Olmert et du Ministre de la Défense Amir Peretz qui désertent le front des relations publiques en refusant de donner des interviews ou même de faire des conférences de presse »<sup>243</sup>. Le reproche opposé – celui de ne pas être assez présente dans les médias – est également fait, par d'autres, à Miri Regev. En l'occurrence, les critiques ont trait à son manque de présence sur les télévisions étrangères, en particulier après le bombardement de Qana. En cause : le fait que

---

<sup>240</sup> Le terme *hasbara* vient du verbe *lehasbir* qui signifie « expliquer ». Il est souvent traduit, à défaut de mieux, par “public diplomacy”. Voir par exemple Ron Schleifer, *Psychological Warfare in the Intifada: Israeli and Palestinian Media Politics and Military Strategies*, p. 108 et Gideon Meir, “What ‘Hasbara’ Is Really All About?”, site du ministère israélien des Affaires étrangères. Voir également Nachman Shai, “Bye-bye hasbara, say hello to public diplomacy”, *The Jerusalem Post*, 5 mars 2008.

<sup>241</sup> Dan Diker, “Why are Israel's public relations so poor?”, *Jerusalem Letter*, Jerusalem Center for Public Affairs, n° 487, 15 octobre 2002.

<sup>242</sup> Entretien téléphonique réalisé le 28 février 2008. La prééminence de l'armée dans la communication en période de guerre est confirmée par un ancien membre de *Dover Tsahal*. Entretien réalisé à Jérusalem le 13 mars 2008.

<sup>243</sup> Anshel Pfeffer, “Fighting under the media glare”, *The Jerusalem Post*, 28 juillet 2006.

la responsable de la communication des armées ne parle pas suffisamment bien l'anglais pour pouvoir s'exprimer dans les médias anglo-saxons<sup>244</sup>.

Outre *Dover Tsahal*, il convient de mentionner le GPO même si la plupart des personnes rencontrées en Israël tendent à minorer son rôle en précisant bien, notamment, que le chef de cet organisme n'est pas un porte-parole. Les journalistes étrangers se présentent, en arrivant en Israël, à l'équipe du GPO qui leur délivre des accréditations. La carte de presse n'a pas la même valeur pour les journalistes israéliens et pour leurs collègues étrangers. Les journalistes israéliens affirment généralement que la carte de presse ne leur est pas très utile et que pour passer un *check point*, parler en argot avec les soldats est parfois plus efficace que de montrer le sésame délivré par le GPO, des propos confirmés par le responsable du bureau de Jérusalem d'un média étranger pour qui « parler couramment l'hébreu équivaut à dix cartes de presse »<sup>245</sup>. Plusieurs journalistes israéliens connaissant le système français comparent le GPO au *Centre d'Accueil de la Presse Etrangère (CAPE)*<sup>246</sup> et expliquent que le rôle du GPO ne devrait pas être d'entraver le travail des journalistes – comme c'est le cas pour certains reporters jugés anti-israéliens – mais au contraire d'aider les correspondants étrangers à faire leur travail. Pendant la guerre de l'été 2006, le GPO joue effectivement ce rôle de facilitateur. Au moment de leur enregistrement auprès du GPO, les envoyés spéciaux transmettent leur mail et leur numéro de portable. Puis, pendant toute la durée du conflit, ils se voient proposer quotidiennement une aide. Cette aide peut prendre la forme d'un appel téléphonique annonçant qu'une roquette vient de tomber et que des témoins parlant la langue du pays d'origine du reporter sont prêts à raconter ce qu'ils ont vu. Les numéros de portable des témoins en question peuvent même être transmis directement par l'équipe du GPO. Autre exemple d'aide : chaque jour, le GPO envoie des courriers électroniques pour proposer des sujets de reportages. Il met également en place des bus pour transporter les journalistes sur les lieux de ces reportages. D'après un journaliste du *Spiegel* qui a participé à un déplacement collectif destiné à rencontrer les parents d'un soldat enlevé par le *Hezbollah*, les tours organisés par le GPO connaissent un certain succès auprès des envoyés spéciaux<sup>247</sup>. En revanche, selon un journaliste travaillant à Jérusalem depuis plusieurs années, les correspondants établis de longue date préfèrent passer par *Dover Tsahal* pour obtenir des informations sur le conflit en cours. Pendant la guerre, des communicants de *Dover Tsahal* effectuent même des démarches pro-actives en se rendant à intervalles réguliers au sein des

---

<sup>244</sup> Amotz Asa-El, "The IDF's PR : What went wrong ?", *The Jerusalem Post*, 15 février 2007.

<sup>245</sup> Entretien réalisé à Paris le 21 février 2008.

<sup>246</sup> Entretiens réalisés avec des journalistes israéliens, 7 et 28 février 2008.

<sup>247</sup> Matthias Gebauer, "All-inclusive-Paket für Kriegsberichter", *Spiegel Online*, 28 juillet 2006.

bureaux des plus grands médias afin de répondre aux questions des journalistes présents <sup>248</sup>.

### **Journalistes, officiers trop bavards et « soldats-reporters » n'échappent pas aux critiques**

Les communicants – à l’instar de Miri Regev – ne sont pas les seuls à être critiqués pour leur action (ou leur inaction, selon les cas). Les journalistes – en particulier israéliens – essuient également un certain nombre de critiques. Les reproches les plus graves ont trait à la sécurité. Il ne s’agit pas là de sécurité opérationnelle car très peu de journalistes sont réellement immergés au sein d’unités combattantes pendant le conflit. La sécurité dont il est question ici est celle des civils israéliens visés par les roquettes. Les reportages diffusés en direct depuis les zones d’impact de roquettes permettraient en effet au *Hezbollah* d’ajuster ses tirs, accusations rejetées notamment par Ze’ev Schiff – un des journalistes de défense les plus connus en Israël – dans un article publié quelques semaines avant sa mort<sup>249</sup>.

Les journalistes israéliens sont également taxés d’opportunisme. Ils sont accusés de soutenir fermement la guerre dans les premiers jours puis de faire feu de tout bois contre les militaires et le gouvernement au fur et à mesure du développement du conflit. Les médias font d’ailleurs leur *mea culpa* à ce sujet. Un éditorial de *Haaretz* contient par exemple la phrase suivante : « s’il faut relever une défaillance des médias, c’est de ne pas avoir été suffisamment critiques pendant la première semaine de la guerre »<sup>250</sup>. Quant à Amnon Lévy, de *Yediot Abaronot*, il emploie des termes plus durs : « comme le troupeau suit aveuglément le berger, la presse israélienne a accompagné nos représentants politiques dans leur aveuglement. On peut compter sur les doigts d’une main les éditorialistes qui ont osé s’opposer à la guerre. La majorité écrasante des journalistes israéliens a préféré renoncer à son rôle de “chiens de garde”. Plutôt qu’aboyer, ils ont préféré demander du sucre »<sup>251</sup>.

Autre catégorie de personnes sujettes à critiques : les militaires, à commencer par les officiers parlant aux journalistes alors qu’ils ne sont pas mandatés pour le faire. Comparé à ce qui s’est passé lors de la guerre au Liban, l’affaire Zakai

---

<sup>248</sup> Entretien avec un journaliste français réalisé à Jérusalem en mars 2008.

<sup>249</sup> Ze’ev Schiff, “The scoop is all”, *Haaretz*, 28 avril 2007.

<sup>250</sup> “The media is not to blame”, *Haaretz*, 20 avril 2007.

<sup>251</sup> Amnon Lévy, « La trahison des médias », *Yediot Abaronot*, article traduit dans *Courrier International*, 10 mai 2007.

paraît anecdotique. Un journaliste de *Haaretz* résume l'ampleur des fuites pendant le conflit de l'été 2006 par cette formule cinglante : « chaque correspondant militaire a ses généraux »<sup>252</sup>, ce qui signifie, en clair, que certains journalistes bien introduits appellent quotidiennement des officiers supérieurs et généraux sur leur téléphone portable et que ces officiers ne se privent pas de répondre aux questions qui leur sont posées. Voulant connaître l'étendue des fuites, Dan Haloutz ordonne, après le conflit, le lancement d'une enquête. Les relevés téléphoniques des officiers sont passés au peigne fin et le détecteur de mensonges est à nouveau utilisé<sup>253</sup>. Le bilan est étonnant : il apparaît que 460 officiers ont parlé – sans autorisation – avec des reporters durant les 33 jours de guerre<sup>254</sup>.

Un exemple permet d'illustrer la rapidité des fuites pendant le conflit de 2006, celui de l'attaque contre la corvette Hanit, le 14 juillet. Ce jour-là, un navire israélien est touché par un missile du *Hezbollah*, au large de Beyrouth. Quatre marins sont tués. Miri Regev, la porte-parole de *Tsahal*, se trouve en conférence de presse avec le chef d'état-major quand survient l'événement. Elle reçoit un SMS d'un journaliste de télévision qui souhaite lui parler tout de suite. Elle lui répond que c'est impossible dans l'immédiat. Il insiste, précisant que c'est très important. Miri Regev finit par le contacter. Le journaliste souhaite obtenir des précisions sur l'attaque qui vient d'avoir lieu contre le navire. La porte-parole de *Tsahal* est bien incapable d'en donner puisque le journaliste vient en réalité de lui apprendre l'incident. Miri Regev transmet immédiatement l'information à Dan Haloutz qui, lui non plus, n'était pas au courant. Par la suite, Miri Regev a cherché à savoir comment un journaliste - qui n'avait pas assisté directement à l'événement - avait pu apprendre l'attaque avant même le chef d'état-major. La réponse est très simple : plusieurs marins qui se trouvaient sur la corvette ont appelé, avec leur téléphone portable, leur famille et leurs amis pour leur dire qu'une explosion venait d'avoir lieu et qu'ils étaient sains et saufs. Une des personnes prévenue a ensuite appelé le journaliste.

Si un téléphone portable peut servir à rassurer sa famille ou ses amis, il peut également être utilisé pour prendre des photos. En pratique, des centaines d'images sont ainsi prises, pendant la guerre, par des « soldats reporters ». Cette expression est employée ici, non pas pour désigner les soldats dont la mission consiste à rapporter des images des opérations, mais des militaires ayant emporté avec eux un appareil photo, une mini-caméra ou un téléphone portable

---

<sup>252</sup> Entretien avec un journaliste de *Haaretz* réalisé à Jaffa le 17 mars 2008.

<sup>253</sup> Amos Harel, "IDF officers to get polygraphs over war leaks", *Haaretz*, 22 octobre 2006.

<sup>254</sup> Amos Harel, "Chief IDF lawyers orders probe into possible leaks during Lebanon war", *Haaretz*, 19 octobre 2006.

3G sans être missionnés pour rapporter des images et le faisant même parfois en contrevenant aux instructions reçues. L'adverbe « parfois » est important car les soldats israéliens ne sont pas soumis, en temps normal, à une interdiction absolue de prendre des photos ou de tourner des vidéos. Un ancien conscrit explique ainsi que les jeunes soldats – et en particulier les conscrits – ont l'habitude de prendre de nombreuses photos pour garder des souvenirs de leur service militaire. La pratique est tolérée par la hiérarchie. La sensibilisation aux conséquences potentiellement négatives est relativement faible. Pour ce conscrit – un tankiste –, elle s'est limitée à une consigne précise : ne pas prendre de photographie de l'intérieur du *Merkava 4* (ce qu'il ne s'est d'ailleurs pas privé de faire dans les derniers jours de son service) et à quelques affiches de mise en garde aperçues sur des bases militaires. Ces affiches représentent des soldats posant bras dessus bras dessous – comme n'importe quels jeunes de 18 ans – mais à l'arrière plan figure une carte. La légende dit en substance : « attention, même si vous ne vous en rendez pas compte, une photographie peut aider l'ennemi »<sup>255</sup>.

Plusieurs photos et vidéos tournées pendant la guerre de l'été 2006 se retrouvent en ligne alors même, pour certaines, que le conflit n'est pas encore terminé. Soit ces images sont mises directement sur Internet par des soldats rentrés du théâtre, soit elles sont transmises par téléphone portable à des proches qui les diffusent ensuite sur le *web*. Le support de diffusion le plus courant pour les vidéos est, en Israël aussi, le site *www.youtube.com*. Certaines vidéos montrant des dysfonctionnements patents – soldats mal équipés ou non ravitaillés, unités recevant des ordres puis des contre-ordres, etc. – sont reprises par les médias traditionnels, en Israël mais aussi à l'étranger.

Les photos sont quant à elles diffusées sur d'autres sites. *Facebook*, en particulier, devient très populaire en Israël dans les mois qui suivent la guerre au Liban. Comme tout phénomène de mode, il se répand très rapidement chez les jeunes, notamment chez les conscrits. En se connectant au « réseau Israël » de *Facebook*, chaque internaute peut avoir accès aux pages de centaines de soldats et à des milliers de photos. Quasiment chaque unité de *Tsahal* possède un groupe sur *Facebook*. Ceci vaut même pour les unités d'élite, la *Sayeret Matkal* ou la *Sayeret Golani* possédant par exemple chacune un groupe. Lors d'un entretien avec un ancien soldat de 23 ans, ce dernier insiste pour faire une démonstration de *Facebook*. Il se rend sur la page du groupe de son unité – une unité de chars composée d'une soixantaine de personnes. Le groupe *Facebook* en question – qui rassemble à la fois des anciens de l'unité et des membres actuels – compte quant à lui 43 membres. En somme, on peut estimer que 30 à 50% des soldats

---

<sup>255</sup> Entretien avec un soldat israélien, février 2008.

ayant appartenu à cette unité au cours des cinq dernières années font partie du groupe *Facebook*.

Les photos mises en ligne par les soldats sont le plus souvent soit des photos de famille ou d'amis soit des clichés pris à l'entraînement ou en opération. L'ancien soldat de 23 ans affiche sur l'écran de son ordinateur une photographie qu'il a prise lui-même en Cisjordanie. Elle représente des militaires en position de tirs, visant des enfants qui s'enfuient. Le soldat explique : « prise hors de son contexte, cette photo pourrait être mal interprétée et avoir un effet catastrophique. En fait, les soldats se faisaient jeter des pierres par des personnes non visibles sur la photo et ils répliquaient avec des balles en caoutchouc. Je n'ai pas mis cette photo sur *Facebook* car je savais qu'elle pourrait être récupérée ». Tous les soldats ne font pas toujours preuve d'autant de circonspection. En 2000, plusieurs photographies de soldats israéliens posant avec des cadavres de combattants du *Hezbollah* ont été diffusées sur Internet, notamment sur le site [www.idf2000.co.il](http://www.idf2000.co.il)<sup>256</sup>. Cette affaire avait alors connu un écho relativement modéré. A l'heure de la miniaturisation des appareils photos numériques, des caméras vidéos et des téléphones de troisième génération, la probabilité que de telles images se diffusent rapidement via *Youtube*, *Dailymotion*, *Myspace* ou *Facebook* se trouve accrue.

D'après l'ancien soldat cité précédemment, aucune consigne ne lui a jamais été donnée à propos de *Facebook* et, plus largement, des limites à ne pas franchir sur les *blogs* et autres sites Internet<sup>257</sup>. Est-ce à dire que les organes de communication des armées ne se préoccupent pas de ce phénomène ? Du côté de la censure militaire, Internet n'est clairement pas une priorité. Le colonel Sima Vaknin-Gil déclare ainsi : « d'une manière générale, ce qu'il y a sur les *blogs* ne m'intéresse pas. Le principal avantage d'Internet est aussi son principal inconvénient et il est très difficile pour un officier de renseignement de voir ce qui est pertinent et ce qui ne l'est pas. Ainsi, en tant que censeur, je me concentre sur les médias qui ont une plus grande crédibilité »<sup>258</sup>. Du côté de *Dover Tsahal*, dont le rôle n'est pas de censurer mais de promouvoir l'image des armées, un indice au moins laisse penser que *Facebook* est pris plus au sérieux : Avichay Adraee, la personne en charge des médias arabophones au sein de *Dover Tsahal*, possède un profil sur *Facebook*. La photo choisie pour illustrer son

---

<sup>256</sup> Voir Uri Blau, "Kill, Then Shoot", *Kol Ha'ir*, 5 octobre 2001. A propos d'une autre affaire du même type, voir Tom Regan, "Israel's Abu Ghraib ?" , *Christian Science Monitor*, 22 novembre 2004.

<sup>257</sup> L'entretien avec cet ancien soldat a eu lieu en février 2008. En avril de la même année, plusieurs articles ont été publiés dans la presse israélienne annonçant de prochaines mesures restrictives concernant l'utilisation de *Facebook* par les militaires israéliens. Voir par exemple : Amir Mizroch, "Classified IDF information on Facebook", *The Jerusalem Post*, 13 avril 2008.

<sup>258</sup> Nir Noiman et Naama Peri, "The Secrets of Sima. Part One", *Bamabane*, février 2008.

profil le représente en uniforme, devant un drapeau israélien. Il arrive, dit-il, que des téléspectateurs du monde arabe le contactent via *Facebook* après certaines de ses interventions<sup>259</sup>. Selon un ancien membre de *Dover Tsabal* qui dirige maintenant un média électronique, la présence d'Avichay Adraee relève probablement d'une initiative personnelle mais il confirme toutefois qu'une stratégie existe à l'égard d'Internet, sans en dire davantage<sup>260</sup>.

---

<sup>259</sup> Rebecca Anna Stoil, "The IDF's 'Arabic Voice' fights alone on the media battlefield ; Army spokesman Avichay Adraee: 'Not everybody is al- Jazeera'", *The Jerusalem Post*, 4 mars 2008.

<sup>260</sup> Entretien avec un ancien membre de *Dover Tsabal* réalisé à Jérusalem le 13 mars 2008.

## Conclusion : l'impossible réforme du système de communication israélien ?

Après la guerre au Liban, plusieurs rapports sont publiés pour tenter de tirer les leçons de l'échec relatif du conflit. Outre le rapport de la commission Winograd, on peut citer celui du contrôleur d'Etat et, sur le traitement médiatique du conflit, le rapport du Conseil Israélien de la Presse – organisme présidé par l'ancienne juge de la Cour Suprême Dalia Dorner. Tous ces rapports traitent, à des degrés divers, de communication et arrivent peu ou prou à la même conclusion, résumée dans le titre d'un article du *Jerusalem Post* par la célèbre réplique de *Cool Hand Luke* : « what we have here is a failure to communicate »<sup>261</sup>. Les deux problèmes essentiels identifiés par tous sont l'absence de message clair émanant des responsables politiques et militaires d'une part et le manque de coordination entre les différents organismes chargés de communiquer, d'autre part. Pour le premier point, le système n'est pas en cause mais uniquement les dirigeants en place au moment de la guerre. Le ministre de la Défense Amir Peretz et le chef d'état-major Dan Haloutz n'attendent d'ailleurs pas la remise des différents rapports pour quitter leurs fonctions. En ce qui concerne le second point, en revanche, la complexité du système est dénoncée.

Ce n'est pas la première fois dans l'histoire récente que le système de communication israélien est remis en cause. En octobre 2002, par exemple, un précédent rapport du contrôleur d'Etat mettait déjà en cause l'architecture institutionnelle de communication. Ce rapport intervenait après les événements de Jénine décrits précédemment mais également après d'autres épisodes où la communication aurait pu être mieux gérée, comme celui du « Karine A ». « Karine A » est le nom d'un bateau rempli d'armes – *a priori* destinées aux combattants palestiniens – arraisonné par la marine israélienne au début du mois de janvier 2002. Potentiellement, l'armée israélienne tenait-là une bombe médiatique mais l'affaire n'a pas été gérée au mieux. Un ancien attaché de Défense explique ainsi que la communication a été si maladroite que certains de ses collègues se sont mis à douter de l'authenticité des faits<sup>262</sup>. Le manque de coordination est ici patent puisque le chef du GPO aurait appris l'existence du « Karine A » en écoutant la radio<sup>263</sup>. En 2001 et en 2003, Tzipi Livni puis

---

<sup>261</sup> Calev Ben David, "What we have here is a failure to communicate", *The Jerusalem Post*, 23 novembre 2007.

<sup>262</sup> Entretien avec un ancien attaché de Défense, 29 janvier 2008.

<sup>263</sup> Dan Diker, "Why are Israel's public relations so poor?", *Jerusalem Letter*, Jerusalem Center for Public Affairs, n° 487, 15 octobre 2002.

Yisrael Maimon s'étaient vus confier la tâche de renforcer la coordination des différents organes de communication. Les deux fois, ce fut un échec relatif<sup>264</sup>.

Lors des entretiens réalisés en Israël en mars-avril 2008, plusieurs personnes ont évoqué la création prochaine d'une unité interministérielle de communication placée sous l'autorité du Premier ministre. Cette unité serait dirigée par Yarden Vatikai, un ancien porte-parole de l'Agence juive et de *Tsahal*. Une des clés de la réussite de cette nouvelle unité résidera probablement dans les fonds qui lui seront alloués. Le manque de moyens financiers dédiés à la communication est en effet souvent mis en avant par les spécialistes des relations publiques israéliennes<sup>265</sup>. D'après les informations ayant filtré dans la presse, quatre millions de shekels – soit environ huit cent mille euros, une somme largement insuffisante – auraient été débloqués pour la création de la nouvelle unité<sup>266</sup>. Au-delà des questions budgétaires, la plupart des personnes rencontrées en Israël doutaient de la capacité de la nouvelle unité à imposer son autorité auprès des autres structures de communication et à unifier plus largement le discours des différents ministres, députés ou fonctionnaires s'exprimant dans les médias. Un haut fonctionnaire du ministère israélien des Affaires étrangères proposait ainsi une solution alternative : « plutôt que de vouloir à tout prix unifier la communication – une entreprise vaine dans un Etat où les citoyens jouissent d'une telle liberté d'expression – nous ferions mieux de chercher à expliquer pourquoi tant de voix discordantes se font entendre »<sup>267</sup>.

---

<sup>264</sup> Joel Leyden, "Sharon Appoints Committee to Upgrade Israel's PR", *Israel News Agency*, 8 décembre 2003.

<sup>265</sup> Voir par exemple Gideon Meir, "Israel and the Media Challenge", 9 octobre 2002, [http://www.chathamhouse.org.uk/files/3039\\_report.pdf](http://www.chathamhouse.org.uk/files/3039_report.pdf).

<sup>266</sup> Zvi Zrahiya, "All in favor / Selling the war", *Haaretz*, 7 février 2008.

<sup>267</sup> Entretien avec un haut fonctionnaire du ministère israélien des Affaires étrangères réalisé à Jérusalem le 18 mars 2008.

## CONCLUSION GENERALE

### Evaluation par pays

#### *Les Etats-Unis*

L'armée américaine est l'armée la mieux équipée et la mieux entraînée du monde. Surprise par la résurgence des conflits asymétriques, elle a su investir des ressources importantes dans la compréhension des mécanismes de ces conflits et a en conséquence évolué. Des acteurs-clés du Pentagone ont compris le rôle joué par la presse et les nouveaux médias dans les guerres irrégulières. Ils ont surtout intégré le fait que les évolutions technologiques rendent de plus en plus illusoire le contrôle de l'information, qu'il est donc plus judicieux de travailler avec les médias que contre eux et qu'il est préférable de « sortir » l'information en premier, surtout si c'est une mauvaise nouvelle. Beaucoup de chefs militaires et d'officiers de presse ont aussi compris qu'un certain degré de décentralisation dans la gestion de la communication permettait de gagner en rapidité.

Les forces terrestres ont été au cœur des réflexions doctrinales menées depuis 2003 sur la contre-insurrection. Elles ont mis l'accent sur la centralité des populations locales dans ce type de conflit et sur le caractère critique de la manière dont la guerre est perçue par les civils vivant sur la zone des opérations. Ainsi, les populations du théâtre sont devenues tout aussi voire plus importantes que le public national, ce qui constitue un changement majeur par rapport à l'approche classique des relations publiques.

L'Army a fait preuve d'une capacité d'adaptation remarquable à l'égard d'Internet. Elle a, par exemple, non seulement toléré le phénomène des *milblogs* mais a également facilité l'accès de certains *bloggers*, à l'instar de Michael Yon, aux troupes. Les « communautés de pratique » virtuelles comme *CompanyCommand*, *PlatoonLeader* ou *SmallWarsJournal* ont aussi reçu un accueil favorable des autorités militaires, de même que les expérimentations sur les plateformes du *web 2.0* comme *YouTube* ou *Facebook*.

L'approche américaine a cependant des faiblesses significatives, tant conceptuelles qu'institutionnelles. La principale faiblesse conceptuelle consiste à vouloir rivaliser, au niveau de l'utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication, avec la mouvance *Al Qaïda*. Donald Rumsfeld et Robert Gates partagent le point de vue selon lequel il est « vraiment embarrassant qu'*Al Qaïda* communique mieux que les Etats-Unis sur Internet ». La nature même des Etats et ce qui les différencie des belligérants non-étatiques – le fait de devoir rendre des comptes, la transparence, la division du travail, les procédures de contrôle bureaucratiques, les hiérarchies, les chaînes de commandement, le respect des lois, etc. – empêchent les gouvernements d'utiliser le *web* comme le font des combattants irréguliers. Des améliorations peuvent être obtenues pour gagner, par exemple, en flexibilité et en rapidité mais il est illusoire de prendre la « gestion » du *web* par *Al Qaïda* pour modèle.

Au niveau institutionnel, les Etats-Unis souffrent de la multiplication des organismes chargés, à des niveaux et des degrés divers, de communication. Il en résulte une certaine confusion et des luttes intestines contre-productives.

#### *Le Royaume-Uni*

La principale menace à laquelle le Royaume-Uni doit faire face à l'heure actuelle est domestique et correspond à ce que les experts du jihadisme appellent le *home grown terrorism*. Les institutions clés dans la lutte contre cette forme de terrorisme ne sont pas les armées ni le ministère de la Défense mais plutôt la police, les services de renseignement et le ministère de l'Intérieur. Les communicants du ministère de la Défense devraient, à l'instar des communicants du Pentagone, être de plus en plus tournés vers les populations du théâtre, que ce soit en Afghanistan ou en Irak. Or, ce n'est pas le cas. La DGMC reste essentiellement focalisée sur le front domestique, plus par crainte des *tabloïds* que pour essayer d'éviter la radicalisation de *home grown terrorists* potentiels.

Au niveau central, la communication semble peu intégrée dans la logique opérationnelle. La DGMC est dominée par les civils qui pensent moins en termes stratégiques que les militaires. Les militaires spécialisés dans les questions de communication font d'ailleurs peu confiance aux communicants civils du MoD et tendent à obéir davantage au chef d'état-major de leur armée qu'au civil dirigeant la DGMC, ce qui peut se révéler négatif en termes de relations publiques.

En outre, suite à une série d'affaires dont la plus importante fut celle du Dr Kelly, les communicants du MoD se sont crispés, certains journalistes n'hésitant pas à parler de « paranoïa ». Alors que les communicants du Pentagone sont plutôt dans une phase d'ouverture, le MoD reste davantage dans une logique de contrôle.

### *Israël*

L'armée israélienne est présente en Cisjordanie et à Gaza depuis la guerre des Six jours et a également été déployée au Liban de 1982 à 2000. Au fil des années, elle a acquis une expérience certaine dans le domaine des conflits asymétriques. Les problèmes essentiels posés par ces conflits – « politisation » de l'armée<sup>268</sup>, rôle central des populations, impact des images, difficultés à segmenter les audiences, etc. – ont été identifiés par les responsables politiques et militaires.

Le problème majeur de la communication israélienne réside dans la multiplicité des voix qui s'expriment sur les sujets de sécurité et de Défense. Cela est notamment dû au niveau d'expertise élevé qui prévaut dans la sphère politique sur ces sujets-là. Nombre de députés ou de ministres ont en effet exercé des fonctions d'officiers supérieurs ou généraux et s'autorisent à commenter les actions militaires en cours. Pendant la guerre de 2006, le Premier ministre Ehoud Olmert et le ministre de la Défense Amir Peretz n'ont pas réussi à imposer une ligne de communication pour deux raisons essentielles. D'une part, leur stratégie de communication – censée découler de la stratégie générale – manquait pour le moins de clarté. D'autre part, Ehoud Olmert et Amir Peretz ne pouvaient pas faire valoir d'expertise solide dans le domaine de la Défense et de la sécurité, contrairement à plusieurs autres ministres. Dans le gouvernement présenté le 4 mai 2006 figuraient en effet pas moins de cinq spécialistes de ces questions dont trois anciens ministres de la défense (Shimon Pérès, Shaul Mofaz et Binyamin Ben Eliezer) et deux anciens hauts responsables du *Shin Bet* (Avi Dichter et Rafi Eitan). Après la guerre, Amir Peretz a été remplacé par une personnalité bien plus à même de se faire respecter par les militaires – d'active, réservistes ou retraités – et autres experts des questions de Défense et de sécurité : Ehoud Barak, ancien Premier ministre et ancien chef d'état-major de *Tsahal*.

Au niveau institutionnel, la création d'une cellule chargée d'harmoniser le discours des différents organes de communication (*Dover Tsahal, Government*

---

<sup>268</sup> Voir à ce sujet, Yoram Peri, *Generals in the Cabinet Room. How the Military Shapes Israeli Policy*, Washington, USIP, 2006.

*Press Office*, département de *hasbara* du ministère des Affaires étrangères, etc.) a été décidée. L'idée sous-jacente à la création de cette cellule n'est pas nouvelle : il s'agit, pour simplifier, de nommer un « Monsieur (ou une Madame) Communication » placé(e) sous l'autorité directe du Premier ministre. Cependant, jamais un personnage d'une envergure suffisante pour se faire respecter de tous n'a été nommé à ce poste. Et l'appui du Premier ministre n'est pas suffisant pour combler ce déficit d'envergure lorsque le Premier ministre lui-même est contesté, ce qui est le cas d'Ehoud Olmert. Un autre problème réside dans l'insuffisance des fonds alloués à la communication en général et à la cellule d'harmonisation en particulier.

Parmi tous les organismes chargés de communication, ceux qui sont liés à la Défense prennent logiquement le pas sur les autres en période de guerre. Le bureau du porte-parole du ministre de la Défense, à la tête duquel se trouve souvent un civil, est placé en retrait. Il n'est pas rare que des journalistes israéliens ne connaissent même pas le nom du porte-parole du ministère de la Défense. Ce n'est en revanche pas le cas du porte-parole des armées, chef de *Dover Tsahal*. Ce dernier a le grade de *tat aluf* (général de brigade). Bien qu'il soit nommé directement par le *Ramatkal* (chef d'état-major des armées) et qu'il bénéficie généralement de son soutien, il peut manquer d'autorité quand il s'agit d'imposer une décision à un général plus capé (*aluf*).

C'est par exemple ce qui s'est passé au début de la guerre de l'été 2006. Miri Regev, responsable de *Dover Tsahal*, a voulu mettre en place un système d'« embedded media ». Dan Haloutz, le chef d'état-major, avait donné son accord de principe – bien avant le début des hostilités – quant à l'intégration de journalistes dans des unités combattantes. Cependant, sous la pression de certains généraux, il a fini par changer d'avis et aucun journaliste n'a pu être incorporé pendant les deux premières semaines du conflit. Suite aux demandes répétées de Miri Regev, trois journalistes ont été intégrés dans des unités combattantes, après une quinzaine de jours de guerre, et ce à titre expérimental. Le résultat ayant été concluant, le nombre de journalistes incorporés a été augmenté dans la dernière partie de la guerre<sup>269</sup>. D'une manière plus générale, l'ouverture contrôlée des armées aux journalistes a fini par être identifiée comme un facteur de réussite en matière de communication.

Le responsable de *Dover Tsahal* souffre d'un certain déficit de crédibilité aux yeux du public. Ceci est lié à deux raisons essentielles. La première est héritée de l'histoire. Jusqu'à un proche passé, ce poste était régulièrement attribué à des

---

<sup>269</sup> Entretien avec Miri Regev réalisé à Tel Aviv, le 2 avril 2008.

officiers généraux ayant fait carrière dans le renseignement et qui avaient tendance, pour reprendre les termes employés par un ancien membre de l'équipe de Nachman Shai<sup>270</sup>, à « assimiler *hasbara* et guerre psychologique »<sup>271</sup>. A son arrivée au poste de responsable de *Dover Tsahal*, Ruth Yaron – une diplomate de carrière – a bien voulu marquer la différence avec certains de ses prédécesseurs en signifiant clairement que *Dover Tsahal* n'avait pas pour fonction de faire de la guerre psychologique. Les efforts déployés n'ont pourtant pas changé l'image de *Dover Tsahal* aux yeux de tous. La deuxième raison est liée à la lenteur – toute relative – de la diffusion des informations. L'expression « toute relative » est importante car la production d'un communiqué détaillé par l'équipe du porte-parole de *Tsahal* peut ne prendre que quelques heures, le temps de faire remonter l'information du terrain vers le bureau central à Tel Aviv, de la vérifier, d'écrire une réaction et de la diffuser vers les niveaux inférieurs. Le problème est que, bien souvent, les journalistes reçoivent l'information par un autre canal avant l'annonce officielle de *Dover Tsahal* et que les adversaires eux-mêmes communiquent plus promptement. A cet égard, l'attaque contre la corvette *Hanit* pendant la guerre de l'été 2006 peut faire figure de cas d'école. Ce n'est que huit heures après les faits que les plus hauts échelons de *Tsahal* ont compris ce qui s'était exactement passé et ont pu communiquer à ce sujet<sup>272</sup>. Pendant ces longues heures, les journalistes demandant des précisions étaient priés de patienter. Le problème est que dans ce genre de cas, le vide médiatique risque d'être rempli par l'adversaire. En l'occurrence, le temps de réaction d'Hassan Nasrallah, ne s'est pas compté en heures mais en minutes<sup>273</sup>. Certains sondages produits juste après la guerre ont montré un résultat étonnant : le public israélien a eu tendance, pendant le conflit, à croire davantage les informations transmises par le chef du *Hezbollah* que par les différents communicants israéliens<sup>274</sup>.

Enfin, *Dover Tsahal* et les autres structures chargées de la communication sont confrontés à un autre problème : la difficulté à contrôler les fuites. Celles-ci interviennent à tout niveau et n'épargnent pas l'armée. Les sanctions prises contre le général Zakaï en 2004 n'ont pas dissuadé les militaires – et notamment les officiers généraux – de s'exprimer sans autorisation. Pendant la guerre de l'été 2006, ce phénomène a même connu une ampleur sans précédent. En réaction, des mesures ont été prises pour limiter l'utilisation des téléphones

---

<sup>270</sup> Porte-parole de *Tsahal* pendant la guerre du Golfe de 1991.

<sup>271</sup> Entretien avec un ancien membre de l'équipe de Nachman Shai réalisé à Jérusalem le 30 mars 2008.

<sup>272</sup> Entretien avec Miri Regev réalisé à Tel Aviv le 2 avril 2008.

<sup>273</sup> Josh Brannon, "Panel : Hanit attack was preventable", *The Jerusalem Post*, 7 novembre 2006.

<sup>274</sup> Anat Breshkovsky, "Poll : Israelis believed Nasrallah over Peretz", *Yediot Abarot*, 3 septembre 2006.

portables sur le théâtre des opérations et des consignes ont été données pour qu'*a posteriori*, des informations sensibles ne soient pas divulguées sur Internet. Combinées à une plus grande responsabilisation des militaires, ces mesures permettraient peut-être de diminuer les fuites mais elles ne les empêcheraient jamais totalement.

## **Evaluation générale**

D'une manière générale, le point commun aux cas d'espèce étudiés est qu'ils mettent en œuvre des Etats démocratiques engagés dans des conflits asymétriques. Chaque terme est ici important et induit des répercussions en matière de communication.

*Le premier terme à considérer : « Etat »*

Les Etats-Unis, le Royaume-Uni et Israël sont des Etats. Ce qui nous intéresse ici n'est pas tant la définition de l'Etat – caractérisé par un territoire, une population et un gouvernement souverain – que la matérialisation de l'Etat. Un Etat s'incarne en effet dans des institutions bureaucratiques qui induisent notamment une certaine lenteur. En cas d'événement externe, l'élaboration de la réaction nécessite en effet le passage par différents échelons administratifs et parfois une validation par d'autres ministères. Des mesures ont pu, dans certains cas, être prises pour simplifier les procédures et améliorer la réactivité des différents services. Un décalage substantiel demeure toutefois entre le temps de l'Etat et le temps des médias. En janvier 2008, par exemple, le *Hamas* a accusé Israël d'avoir coupé le courant alimentant la bande de Gaza. A la nuit tombée, le *Hamas* a organisé une manifestation réunissant plusieurs milliers de personnes tenant des chandelles, en signe de protestation contre les coupures de courant. Le ministère israélien des Affaires étrangères a alors voulu envoyer une équipe de télévision dans la centrale électrique d'Ashkelon pour montrer que les générateurs alimentant la bande de Gaza fonctionnaient encore. La compagnie israélienne d'électricité a fait savoir au ministère israélien des Affaires étrangères qu'elle ne pouvait pas lui donner l'autorisation de filmer et qu'il fallait en référer au ministère des infrastructures nationales. Du côté de ce ministère, la réponse a été identique : impossible de donner l'autorisation car la centrale est considérée comme une infrastructure stratégique ; un feu vert du ministère de la Défense doit être obtenu. Finalement, le ministère des Affaires étrangères a obtenu tous les accords nécessaires pour envoyer des équipes de télévision à l'intérieur de la centrale mais plusieurs heures se sont écoulées

depuis le rassemblement organisé par le *Hamas*<sup>275</sup>. A une époque où les chaînes satellitaires diffusant en direct continuent d'occuper une place centrale dans l'offre d'information, chaque heure compte.

Autre caractéristique récurrente des institutions bureaucratiques : elles sont plus faciles à créer qu'à faire évoluer voire disparaître. Les évolutions structurelles des différentes institutions se font lentement et les réformes sont souvent longues et coûteuses. Par exemple, alors qu'avec l'avènement des chaînes satellitaires et d'Internet, il est de plus en plus difficile de segmenter les opinions publiques nationales, internationales et amies, la division entre *media ops* et *info ops* demeure. Des services (et des personnes) différents peuvent être chargés de ces deux domaines, ce qui n'est peut-être plus la manière optimale de fonctionner. Dans le cas israélien, l'exemple de la censure militaire illustre les difficultés d'adaptation des institutions aux changements externes. Le paysage médiatique israélien s'est métamorphosé au cours des vingt dernières années et, pourtant, la censure militaire n'a pas tant évolué. Dans une interview récente, le responsable de la censure militaire affirmait vouloir se concentrer sur les médias traditionnels et accorder une importance très réduite à Internet. L'explication avancée est que les informations produites sur le *web* ne seraient, par définition, pas fiables<sup>276</sup>. Il faut dire aussi que vouloir appliquer les mêmes procédures de censure à Internet que celles qui sont en vigueur pour les médias classiques serait sans doute impossible à mettre en œuvre. Plutôt que de se demander si la censure devrait ou non se pencher sur les sites *web* et autres *blogs*, peut-être serait-il pertinent de se demander si, à l'heure d'Internet, une réforme en profondeur du système de censure ne devrait pas être entreprise.

Enfin, un dernier point mérite d'être mentionné à propos du système bureaucratique. Les agents de l'Etat tendent à perdre de vue les objectifs stratégiques de l'Etat pour se concentrer sur des logiques de compétitions institutionnelles ou de carrière. Il est fréquent, par exemple, qu'une armée cherche à se mettre en avant par rapport aux autres armées, surtout quand des arbitrages budgétaires se préparent. Les tentatives d'unifier la communication de défense sont ainsi susceptibles de se heurter à de fortes résistances internes comme le montre, par exemple, le cas britannique. Au niveau individuel, la logique de carrière peut aussi être contre-productive à l'égard de l'effet recherché en termes de communication. Les officiers issus, par exemple, des forces terrestres et qui n'effectuent qu'un passage de quelques années dans des départements interarmées chargés de communication peuvent avoir intérêt, en

---

<sup>275</sup> Joel Leyden, "Gaza in the Dark while Israel Lacks Candles", *Israel News Agency*, 25 janvier 2008.

<sup>276</sup> Nir Noiman et Naama Peri, "The Secrets of Sima. Part One", *Bamabane*, février 2008.

termes de carrière, à suivre la ligne directrice établie par l'état-major de leur armée d'origine plutôt que de respecter les consignes émises par la structure de communication interarmées ou du ministère de la Défense (souvent dirigée, de surcroît, par un civil).

*L'importance du caractère « démocratique » des Etats*

Le caractère démocratique des Etats considérés a un triple impact en matière de communication :

a) Les dirigeants ont des comptes à rendre à leur population. Ils ont, en quelque sorte, un « devoir de communication ». Une démocratie en guerre ne peut pas totalement s'abstenir de communiquer sur des opérations en cours, hormis pour une durée limitée – la raison avancée étant généralement la sécurité opérationnelle. En Israël, pour contourner les *black outs* imposés sur certains sujets particulièrement sensibles, les journalistes emploient généralement l'expression « selon des sources étrangères » qui leur permet d'éviter de passer sous les fourches caudines de la censure. Ainsi, dans un cas comme celui du bombardement israélien en Syrie en septembre 2007<sup>277</sup>, le silence des médias n'a duré que quelques jours<sup>278</sup>.

b) En outre, les citoyens d'une démocratie attendent de leurs dirigeants qu'ils disent la vérité. Mentir n'est pas une attitude démocratique et certains responsables politiques en ont fait les frais. Après les attentats de Madrid en mars 2004, les électeurs espagnols ont eu le sentiment d'avoir été trompés par José Maria Aznar et l'ont en conséquence sanctionné. Un autre exemple a trait au Royaume-Uni. Au moment de « l'affaire Kelly », les allégations selon lesquelles le gouvernement britannique aurait pu artificiellement exagérer la menace représentée par Saddam Hussein ont considérablement terni l'image de Tony Blair et de son conseiller en communication Alastair Campbell qui démissionna d'ailleurs quelques semaines plus tard.

c) Enfin, la démocratie a pour attribut essentiel la liberté d'expression. Celle-ci entraîne non seulement des critiques du discours officiel dans certains médias mais peut également engendrer un manque d'unité du discours officiel. Les communicants peuvent avoir du mal à faire respecter une ligne, même au sein des armées. Les journalistes ne se privent pas d'appeler, sur leur téléphone portable, des militaires qui ne devraient pourtant pas communiquer sans

---

<sup>277</sup> Pierre Razoux, « Israël frappe la Syrie : un raid mystérieux », *Politique étrangère*, n°1, 2008.

<sup>278</sup> Entretien téléphonique avec le correspondant défense d'une des principales chaînes de télévision israélienne, février 2008.

autorisation. Quant aux applications du *web 2.0*, elles n'échappent pas aux jeunes soldats qui alimentent les sites d'échanges de photos et de vidéos, tiennent des « milblogs » et *postent* des messages sur différents forums.

#### *Des Etats « engagés dans des conflits »*

Cette expression signifie que les Etats dont nous parlons sont « en guerre ». Etre en guerre – que ce soit « contre le terrorisme » ou contre un ennemi classique – a des conséquences très concrètes. En période de guerre, les militaires et le personnel civil de la Défense ont une importance accrue, y compris dans le domaine de la communication. Cela signifie que des personnes ou institutions comme le ASD(PA), la DGMC, *Dover Tsahal* acquièrent une visibilité particulière, ce qui, dans certains cas, peut avoir pour vertu de clarifier des architectures de communication parfois complexes et, dans d'autres, ajouter encore à la confusion.

Autre conséquence de l'état de guerre, les journalistes – nationaux et étrangers – tendent à se focaliser sur le conflit en cours et à affluer en masse dans les zones de guerre. Pour les militaires, laisser les reporters livrés à eux-mêmes n'est généralement pas considéré comme la meilleure option. La solution alternative consiste à les recenser et à les encadrer à des degrés divers. L'afflux de journalistes nécessite donc la mise en place de mécanismes particuliers qui n'existent pas en temps de paix comme le système d'*embedded media* ou l'appel de réservistes spécialisés dans les questions de communication.

#### *La logique des « conflits asymétriques »*

Si les Etats étudiés sont en guerre, ils ont également en commun d'être engagés dans un type de conflit particulier. Ils sont en effet confrontés à des adversaires asymétriques. Cela signifie concrètement que ces adversaires ne sont pas des armées au sens classique du terme mais des belligérants non-étatiques qui optent pour des stratégies et des tactiques particulières, notamment vis-à-vis des médias. Une stratégie de communication ne peut réellement être pensée, élaborée et mise en œuvre qu'en tenant compte de la stratégie adverse. Aussi convient-il ici d'essayer d'identifier, de manière schématique et générique, la logique des belligérants non-étatiques et l'impact que cette logique peut avoir en termes de communication. En somme, il s'agit d'inverser temporairement la perspective.

a) Les acteurs non-étatiques n'ont pas les mêmes devoirs qu'un Etat envers les populations locales. Le premier devoir d'un Etat vis-à-vis de ses citoyens consiste à garantir leur sécurité. Les belligérants non-étatiques cherchent au contraire à montrer que l'Etat est incapable de garantir la sécurité.

Cela passe par des actions violentes contre les institutions étatiques, contre les forces de l'ordre et souvent aussi contre la population que l'Etat – ou les organisations internationales présentes pour consolider l'Etat – est censé protéger. Cela passe également par la médiatisation de ces actions. L'attaque contre la base de Bagram en Afghanistan au moment de la visite de Dick Cheney en février 2007 entre dans cette logique.

b) Les belligérants non-étatiques sont matériellement beaucoup plus faibles que leurs adversaires. En cas d'affrontement classique, ils n'auraient aucune chance. Leur salut réside dans l'*innovation* tactique et l'adoption de modes opératoires irréguliers. Leur force réside dans leur capacité à se fondre parmi la population, ce qui augmente le risque de « dommages collatéraux ». Or, en termes de communication, les « dommages collatéraux » sont extrêmement difficiles à expliquer pour les communicants des Etats étudiés.

c) Les adversaires irréguliers mènent une guerre d'attrition. Ils ne passent à l'attaque que lorsqu'ils disposent d'un avantage relatif, misant sur la surprise et la concentration temporaire des forces. Ils évitent à tout prix l'affrontement lorsque les forces chargées de la contre-insurrection cherchent à le leur imposer. Comme l'écrivait Mao : « l'ennemi avance, nous reculons ; l'ennemi s'immobilise, nous le harcelons ; l'ennemi s'épuise, nous le frappons ; l'ennemi recule, nous le pourchassons »<sup>279</sup>. Les belligérants non étatiques cherchent à harceler, à frustrer les armées adverses, pratiquant ce que le général Beaufre appelle la « manœuvre par la lassitude »<sup>280</sup>. La stratégie de frustration risque d'engendrer des dérapages de la part des soldats ou – pour reprendre l'expression d'un militaire français pendant la guerre d'Algérie – « un report d'activité sur les populations civiles »<sup>281</sup>. Les exactions commises par les soldats sont encore plus désastreuses en termes d'image pour les armées classiques que les « dommages collatéraux ». Elles sont en effet volontaires tandis que les « dommages collatéraux » peuvent être présentés comme accidentels.

d) La stratégie de harcèlement des adversaires irréguliers dépend non seulement de leur faculté à se fondre parmi la population mais aussi de leur

---

<sup>279</sup> Mao Tsé-Toung, « Problèmes stratégiques de la guerre révolutionnaire en Chine (décembre 1936) », in *Ecrits militaires*, Pékin, Editions en langues étrangères, 1964, p. 122.

<sup>280</sup> Général André Beaufre, *La guerre révolutionnaire. Les formes nouvelles de la guerre*, Paris, Fayard, 1972, p. 57.

<sup>281</sup> Jean-Philippe Talbo-Bernigaud, « Rouleau compresseur en petite Kabylie », *Les Temps modernes*, n°180, 1961. Un extrait de cet article peut-être lu dans Gérard Chaliand, *Stratégies de la guérilla. Guerres révolutionnaires et contre-insurrections. Anthologie historique de la longue marche à nos jours*, Paris: Gallimard, 1984, p.260.

capacité à décider d'une action rapidement et à la mettre en œuvre dans les plus brefs délais. De la rapidité découle en partie l'effet de surprise. Une des raisons de la rapidité relative des belligérants non étatiques réside dans le fait qu'ils n'ont pas le même degré d'institutionnalisation et de bureaucratisation qu'un Etat. En d'autres termes, ils sont plus flexibles et peuvent réagir plus promptement. Ceci vaut également dans le domaine de la communication. Quand des « dommages collatéraux » se produisent, les belligérants non étatiques sont extrêmement prompts à emmener les journalistes sur les lieux et à annoncer des chiffres – parfois gonflés – de morts et de blessés. Les Etats mettent quant à eux plusieurs heures à produire une réponse embarrassée.

e) La stratégie de harcèlement peut permettre aux belligérants non étatiques de ne pas perdre en évitant un affrontement de grande ampleur qui leur serait fatal. Pour l'emporter, cela ne saurait toutefois suffire. Le véritable enjeu pour les adversaires irréguliers, dans la vision maoïste de la guerre révolutionnaire, est de rassembler suffisamment de partisans pour pouvoir, à terme, défaire les forces chargées de la contre-insurrection dans une confrontation armée classique. La population – parmi laquelle se recrutent les combattants – devient donc l'enjeu central de la lutte. Sans aller jusqu'au recrutement de combattants, le but d'une insurrection étant d'établir un nouvel ordre politique, les insurgés doivent au préalable prouver à la population que l'ordre politique prévalent n'est pas légitime et qu'ils représentent une alternative crédible. La communication est un outil indispensable pour faire passer un message de ce type.

f) La notion d'*innovation* évoquée précédemment vaut également dans le domaine de la communication. Les belligérants non étatiques utilisent bien sûr les formes les plus classiques de communication directe (discours prononcés lors de manifestations, prêches à connotation politique, distribution de tracts, affiches, etc.) mais ils utilisent également des moyens bien plus modernes : radio, télévision et, bien sûr, *Internet*. Dans le monde virtuel aussi, les termes de frustration et de lassitude pourraient être employés. Les sites Internet détruits réapparaissent régulièrement sous d'autres *Url*, si bien que la traque des contenus extrémistes ressemble à un véritable travail de Sisyphe.

#### *Des adversaires non démocratiques*

Les insurgés annoncent généralement un projet d'établissement d'un ordre politique plus égalitaire et plus juste, censé répondre aux aspirations de la population. Dans les faits, une insurrection n'est jamais – ne serait-ce que pour des raisons d'efficacité opérationnelle – un mouvement démocratique. Une des caractéristiques des régimes démocratiques réside dans la prédominance des

autorités politiques civiles sur les responsables militaires. Dans un mouvement insurrectionnel, la distinction politique / militaire est tenue. A la tête des mouvements non étatiques se trouve habituellement un personnage charismatique qui fait figure à la fois de chef militaire et de leader politique. Ce chef est prédominant en matière de communication et la discipline est suffisamment stricte pour que les échelons inférieurs n'émettent pas un discours dissonant. Pendant la guerre de l'été 2006, par exemple, alors que les responsables politiques israéliens peinaient à développer un discours clair et unifié, Hassan Nasrallah dominait quant à lui sans conteste la communication du *Hezbollah*. Parlant d'une seule voix et de manière très habile, le parti de Dieu a réussi à remporter la bataille de la communication face à des responsables politiques israéliens s'exprimant en ordre dispersé et émettant sporadiquement des opinions divergentes.

En outre, le caractère non démocratique des belligérants concernés fait qu'ils n'entretiennent pas le même rapport à la morale – qui occupe une place centrale dans la démocratie<sup>282</sup>. Du moins ont-ils une autre conception de la morale. Cela se traduit dans le domaine de la communication par une capacité à choquer le public des Etats démocratiques en diffusant des images de pratiques intolérables pour les démocraties, à l'instar des attentats-suicides ou des décapitations. Certains indices montrent toutefois que les belligérants non étatiques se posent eux-mêmes des questions sur l'usage de telles méthodes. En 2005, par exemple, le numéro 2 d'*Al Qaïda*, Ayman al-Zawahiri, a envoyé une lettre au chef d'*Al Qaïda en Mésopotamie*, Abou Moussab al-Zarqaoui. Dans cette lettre, il critiquait notamment la pratique des décapitations, contre-productive d'après lui en matière de communication.

Ces cinq points généraux tendent à accréditer l'idée selon laquelle la communication est, dans un conflit irrégulier, un facteur de contre-balancement relatif de l'asymétrie matérielle initiale. Les Etats engagés dans ce type de conflit pourront toujours marginalement améliorer leur communication en accélérant, notamment, les processus de production d'information pour ne pas laisser le temps à l'adversaire de combler le vide médiatique. Le problème essentiel n'est pas là. Il réside dans la nature même du conflit et dans l'extrême réticence des opinions publiques des Etats modernes à accepter le fait que la guerre au milieu des populations induit nécessairement des pertes parmi les civils. La marge de manœuvre de certains Etats est à cet égard plus élevée. La variable d'ajustement est ici la perception de l'enjeu du conflit. Pour faire simple, plus l'enjeu du conflit apparaît vital, plus la communication est aisée par rapport à l'audience nationale. Cette dernière comprend en effet, si l'enjeu du conflit semble élevé,

---

<sup>282</sup> Marc Hecker, « Du bon usage de la terreur », *Focus stratégique*, Ifri, Paris, avril 2008.

pourquoi les forces armées sont employées. Elle est alors prête à tolérer plus de pertes à la fois au sein de sa propre armée (« c'est le prix à payer ») et de la population adverse (« c'est eux ou nous »).

Le problème est que les audiences sont de plus en plus difficiles à segmenter du fait de la portée globale des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Or, ce qui peut être compris par l'audience nationale ne le sera pas forcément par l'audience internationale qui, elle, ne ressent pas l'enjeu du conflit avec la même intensité. Des pressions venant de l'étranger risquent alors d'émerger dans le but de faire baisser le niveau de violence. La difficulté à segmenter les audiences vaut aussi pour le public adverse. D'une part, la population adverse peut avoir accès aux mêmes sources d'information que le reste du monde et d'autre part, différencier, au sein de la population adverse, les « neutres », les « pro-insurrection » et les « anti-insurrection » est une gageure. Quand des militaires (communicants ou non) affirment qu'il faut « gagner les cœurs et les esprits » des « neutres » et terroriser (à des fins de dissuasion) les insurgés, cela fait sens au niveau théorique mais demeure extrêmement compliqué à réaliser en pratique.

Les considérations d'enjeu et de segmentation d'audience conduisent à une double observation. Tout d'abord, le message ne peut plus être fondamentalement différent pour chaque audience. Il peut, tout au plus, être ajusté. Ensuite, quelle que soit l'audience, l'élément décisif est la compréhension de l'enjeu. Parmi l'audience adverse, les « neutres » auront plus tendance à faire confiance aux forces chargées de la contre-insurrection s'ils ont le sentiment qu'ils ne seront pas abandonnés du jour au lendemain. Quant aux partisans de l'insurrection, l'effet dissuasif sera plus efficace s'ils comprennent qu'ils ont affaire à un adversaire réellement déterminé et par conséquent prêt à tenir voire même à escalader (escalader ne signifiant pas nécessairement agir de manière indiscriminée). Les capacités d'escalade des adversaires asymétriques sont limitées car elles les renvoient à leur faiblesse matérielle initiale. Les capacités d'escalade des armées classiques sont quant à elles limitées, dans un conflit asymétrique, mais pour une raison bien différente, qui renvoie aux développements précédents : le fait que la hausse de l'intensité militaire augmente le risque de « dommages collatéraux ».



## Recommandations

### *Recommandations générales*

a) La première recommandation n'a pas uniquement trait à la communication mais est fondamentale.

Avant de s'engager dans une opération extérieure, sa nature et son enjeu doivent être correctement évalués. Les troupes ne doivent pas être déployées pour de simples raisons de prestige. Si la population domestique ne perçoit pas l'opération comme importante, il y a de fortes chances pour que les premières pertes conséquentes (que ce soit parmi les troupes nationales ou parmi les civils sur le théâtre) engendrent une réaction épidermique de la population et encouragent les responsables politiques à mettre fin à l'opération dans des conditions sous optimales. Cette remarque s'applique plus particulièrement aux conflits asymétriques où le risque de médiatisation des « dommages collatéraux » – particulièrement impopulaires – est accru.

Si les responsables politiques perçoivent réellement la nécessité d'employer des troupes dans un conflit asymétrique, leur premier objectif de communication doit donc être de faire comprendre pourquoi il est nécessaire de prendre part aux opérations. Si la population ne perçoit pas l'enjeu réel de la guerre, les chances de réussite se trouvent diminuées. Il convient de noter à ce sujet qu'au début de l'année 2008, quand la question de l'augmentation éventuelle des troupes françaises en Afghanistan a été évoquée, les raisons de la présence française en Afghanistan sont passées au second plan du débat.

b) La stratégie de communication découle de la stratégie générale. Si cette dernière n'est pas clairement définie, la stratégie de communication sera elle aussi chancelante. Elaborer une stratégie précise et intégrer la communication aux opérations dès la phase de planification sont donc essentiels.

c) Si les objectifs stratégiques annoncés dès le départ sont trop ambitieux, un fossé risque d'apparaître rapidement entre le discours et la réalité. Les Américains ont commis cette erreur en Afghanistan et en Irak en annonçant d'emblée un objectif aussi élevé que l'instauration de la démocratie. Autrement dit, afficher des objectifs très ambitieux et utiliser des méthodes particulièrement brutales relèvent davantage de la guerre totale que de la guerre

limitée. Un pays engagé dans une guerre limitée devra s'en tenir à des objectifs et des méthodes en rapport avec les intérêts en jeu : il aura donc d'autant moins de chances d'atteindre des objectifs élevés, que les méthodes employées, rentrant en contradiction avec les principes affichés, contribueront à ruiner la légitimité de son action<sup>283</sup>.

#### *Recommandations institutionnelles*

a) L'architecture institutionnelle de communication doit rester simple. Plus il y a de structures chargées de communication, plus le message risque d'être brouillé. La simplicité devrait également permettre de communiquer plus rapidement. En France, la possibilité de regrouper les différentes structures existantes en une grande plateforme s'occupant à la fois de communication de défense et de communication opérationnelle pourrait être étudiée plus en avant.

b) Les différentes structures doivent être coordonnées. Pour imposer une ligne de communication, le coordinateur doit être une figure respectée.

c) Avoir un coordinateur respecté ne doit pas être synonyme de centralisation excessive. Au contraire, dans les conflits asymétriques, la décentralisation, gage de flexibilité, peut être une clé de la réussite. Trouver le juste équilibre entre la centralisation – qui permet une certaine unification du message – et la décentralisation – qui permet de communiquer plus vite – n'est pas évident. Une bonne formule pourrait consister à pratiquer une forme d'*Auftragstaktik* dans le domaine de la communication.

d) Le chef d'un organe de communication ne doit pas nécessairement être un porte-parole. Elaborer une stratégie de communication et communiquer sont deux choses différentes.

e) Bien souvent, les démocraties ont tendance à confier la fonction de porte-parole de la Défense à un civil, l'idée étant qu'un civil « passera » mieux auprès de la population. Le problème est que, institutionnellement, le porte-parole est souvent, aussi, le responsable du département de communication du ministère de la Défense voire des armées. Or, il est difficile pour un civil de se faire respecter par les militaires. Seul un militaire d'envergure – un « combattant » plutôt qu'un « communicant » – peut avoir le poids suffisant

---

<sup>283</sup> “We had to destroy the village in order to save it” demeure une des phrases les plus célèbres prononcées pendant la guerre du Vietnam.

pour obtenir les informations dont il a besoin de la part de l'état-major des armées<sup>284</sup> et mettre bon ordre dans les luttes intestines opposant les différentes armées. Pour éviter que, dans un département de communication, les représentants de l'armée de Terre, de l'armée de l'Air ou de la Marine suivent davantage les consignes du chef d'état-major de leur armée que celles du responsable de la communication, ce dernier pourrait être un officier général respecté en interarmées. Conformément à la recommandation précédente, le poste de responsable du service de communication serait dissocié de celui de porte-parole. Ce dernier serait un civil – spécialiste de la communication – et travaillerait en étroite collaboration avec l'officier général responsable du service de communication.

f) Le poste de responsable du service de communication du ministère de la Défense et/ou des armées doit être revalorisé. La communication externe a acquis – du fait du nouvel environnement médiatique et de la prédominance des conflits asymétriques – une importance qu'elle n'avait pas auparavant. La communication ne sera toutefois pas prise davantage en considération par les officiers des forces si les communicants eux-mêmes ne sont pas pris au sérieux.

g) Si le message diffusé par les organes de communication ne peut pas être fondamentalement différent selon les audiences ciblées, il doit en revanche être adapté. La maîtrise de la langue et de la culture des différents publics ciblés sont des éléments essentiels pour bien faire passer un message. Un porte-parole amené à s'exprimer, par exemple, devant les télévisions américaines ne parlera pas tout à fait de la même manière devant les caméras de CNN et de *Fox News*. Pendant la deuxième *Intifada*, le service de communication des armées israéliennes disposait de dix-neuf bureaux géographiques, dont un dédié au public arabophone<sup>285</sup>. Les porte-parole travaillant dans ces bureaux étaient spécialistes à la fois des questions militaires, de la communication et de la zone couverte. Un tel degré de spécialisation découle de l'idée suivante : plus le téléspectateur se sent proche du porte-parole, plus il a de chances d'adhérer à son discours. S'il n'est pas possible de disposer de spécialistes nationaux d'une langue et d'une culture, il est alors envisageable de faire appel à des porte-parole locaux. La France l'a déjà fait au cours de précédentes opérations extérieures. Elle devrait continuer dans cette voie à condition, tout de même, d'avoir des moyens de traduction suffisants pour pouvoir contrôler ce que ces porte-parole disent.

---

<sup>284</sup> Plusieurs anecdotes racontées lors d'entretiens informels réalisés en France témoignent du fait qu'il est parfois difficile pour le personnel civil de la Dicom d'obtenir les informations nécessaires de la part de l'état-major des armées.

<sup>285</sup> Entretien avec Ruth Yaron, Jérusalem, 30 mars 2008.

h) L'équipement des unités combattantes avec des mini-caméras devrait être étendu. La plupart du temps, les images tournées ne seront pas utilisées. Mais si un incident survient et si les communicants ont besoin d'images pour appuyer leur discours, celles-ci seront disponibles.

i) Les capacités de déploiement rapides des communicants du ministère de la Défense et des armées devraient être renforcées.

#### *Recommandations relatives aux relations défense / médias*

a) La combinaison du nouvel environnement médiatique et de la prédominance des conflits asymétriques augmente considérablement les chances qu'une information sorte. Plutôt que de vouloir « cacher » le théâtre des opérations aux journalistes, mieux vaut opter pour l'ouverture. Ouverture ne signifie pas anarchie. Des règles précises doivent être établies. Le programme d'*embedded media* a produit des résultats convaincants. Tant les militaires que les journalistes semblent s'en être accommodés, ce qui n'était pas le cas avec le système des *pools* pendant la première guerre du Golfe. Le public paraît également y trouver son compte. Le système d'*embedded media* devrait donc servir, si ce n'est de modèle, au moins de source d'inspiration.

b) La principale limite apportée à l'ouverture doit être la sécurité opérationnelle. A partir du moment où la sécurité opérationnelle n'est pas mise en danger, il n'y a pas, *a priori*, de raison de ne pas diffuser des informations produites par des journalistes embarqués.

c) Les relations militaires / journalistes doivent être basées sur la confiance et la responsabilisation plutôt que sur le contrôle. Un journaliste embarqué n'a aucun intérêt à compromettre la sécurité opérationnelle pour la simple raison qu'il ne mettrait pas uniquement la vie des autres en danger mais également la sienne. Des mécanismes pourraient être imaginés pour créer plus de confiance entre militaires et journalistes : l'association des journalistes de défense pourrait être redynamisée et renforcée ; davantage de journalistes pourraient prendre part aux sessions de l'IHEDN ; une « Defense Fellowship » pourrait être créée pour les meilleurs jeunes journalistes afin de permettre à ces derniers de rencontrer des militaires de haut niveau.

d) Dans un conflit asymétrique, l'audience adverse est au moins aussi importante que l'audience nationale. Le principe de l'ouverture doit s'appliquer, dans une certaine mesure, aux journalistes étrangers. Quand, au début de la

deuxième *Intifada*, la branche de communication de *Tsahal* a souhaité inviter les journalistes de différents médias arabes à un exercice de *Tsahal*, certaines voix dissonantes se sont fait entendre. Finalement, l'expérience a été jugée positive et renouvelée<sup>286</sup>.

e) Les cours de sensibilisation et d'entraînement aux médias devraient être renforcés à tous les niveaux de l'armée. Quand l'opération extérieure inclut une mission de formation des forces armées locales, les problématiques de communication devraient aussi être abordées. Un acte commis au niveau le plus bas pouvant avoir des répercussions stratégiques – c'est le fameux « caporal stratégique » du général Krulak<sup>287</sup> –, même les militaires du rang devraient faire l'objet d'une sensibilisation accrue.

f) Si des journalistes peuvent être « embedded » avec succès au sein d'unités combattantes, pourquoi des militaires ne pourraient pas eux aussi être « embedded » au sein de rédactions ? La possibilité d'intégrer quelques jeunes officiers, à titre expérimental, dans la rédaction de grands médias – sur le modèle des partenariats civilo-militaires montés entre les armées et certains *think tanks* – pourrait être étudiée.

g) Les communicants du ministère de la Défense et des armées ne devraient pas hésiter à dire quand ils ne savent pas quelque chose et à reconnaître quand ils se sont trompés. Ces deux points contribuent à créer de la crédibilité auprès des journalistes et du public.

#### *Recommandations relatives aux nouveaux médias*

a) Il est illusoire de vouloir contrôler les nouveaux médias. Il est impossible, par exemple, d'empêcher des soldats de *poster* des commentaires ou des images sur des *blogs*. De fait, la responsabilisation devrait primer sur l'interdiction.

b) Il est étonnant de constater que quand des insurgés *postent* des vidéos sur *YouTube* ou échangent des informations sur un forum, les officiels tendent à considérer cela comme un avantage pour l'insurrection alors que quand des soldats font de même, ceci est parfois considéré comme un danger pour l'armée. Les exemples de *CompanyCommand*, *PlatoonLeader* et du *SmallWarsJournal*

---

<sup>286</sup> Entretien avec Ruth Yaron, Jérusalem, 30 mars 2008.

<sup>287</sup> Charles C. Krulak, «The Strategic Corporal : Leadership in the Three Block War», *Marines Magazine*, janvier 1999.

montrent que les « communautés de pratique virtuelles » peuvent avoir des effets très positifs.

c) Les « communautés de pratique » virtuelles devraient en conséquence être au moins tolérées voire encouragées. Dans des conflits où la rapidité de l'apprentissage est une des clés du succès, ces « communautés de pratique » peuvent contribuer à l'accélération des processus d'apprentissage.

d) Le ministère de la Défense ne doit pas se priver d'intervenir officiellement sur les plateformes de discussion et, plus largement, sur Internet. Le MoD dispose par exemple d'un identifiant sur *ARRSE* et sur *YouTube*. De même la *Multi National Force – Iraq* « poste » des vidéos sur le *web*. A ce propos, soulignons à nouveau qu'une vidéo officielle sera beaucoup plus téléchargée sur *YouTube* que sur le site du ministère de la Défense.

e) Le phénomène des « milblogs » n'est pas plus contrôlable que le reste des activités qui se déroulent sur le *web*. Plutôt que de le voir comme une menace, autant essayer d'en tirer profit. Certains officiers motivés pourraient être encouragés à lancer un « milblog ». Le site du ministère de la Défense pourrait insérer, à titre expérimental, des liens vers les « milblogs » perçus favorablement. Il est possible que cette mesure se révèle contre-productive et que les « milblogs » en question soient délaissés par les internautes car perçus comme des vecteurs du discours officiel. Dans tous les cas, il convient de faire preuve de flexibilité à l'égard des nouveaux médias et de ne pas hésiter à faire des expérimentations et à revenir en arrière si celles-ci se révèlent négatives.

f) Tous les sites *web* et tous les *blogs* ne se valent pas. Certains ont une vraie influence. Si leurs auteurs sont identifiés, ils devraient se voir réserver le même traitement que les journalistes influents. Incorporer un *blogueur* au sein d'une unité pourrait être judicieux. La même remarque vaut pour la version électronique des grands journaux dont la rédaction est parfois différente de celle de la version papier.

g) Le *web* évolue extrêmement rapidement. Pour tirer le meilleur des nouvelles technologies de l'information et de la communication, il peut être profitable de surveiller les usages qui sont faits d'Internet dans des milieux très différents des forces armées que ce soit dans des domaines commerciaux (édition, recherche et développement, etc.) ou non (utilisation d'Internet pour les loisirs, notamment par les adolescents).

h) La recherche sur l'impact des nouvelles technologies de l'information et de la communication devrait être renforcée, notamment en ce qui concerne des zones instables où le taux de pénétration d'Internet et du téléphone portable ne cesse d'augmenter. Au cours du dernier trimestre de l'année 2007, les quatre pays où le nombre d'utilisateurs de téléphones portables a le plus augmenté ont été l'Ouzbekistan avec une hausse de 96%, l'Iran (94,5%), l'Afghanistan (92,9%) et la Sierra Leone (89%)<sup>288</sup>. Au Pakistan, rien que durant ces trois mois, le nombre de détenteurs de téléphones portables a augmenté de 5,5 millions, pratiquement deux fois plus qu'en Allemagne<sup>289</sup>. Nous ne disposons pas, pour l'heure, de données suffisantes pour connaître les conséquences d'une telle augmentation du taux de pénétration des nouvelles technologies.

---

<sup>288</sup> GSMA Press Release, 16 April 2008, London, UK. The GSM Association (GSMA) is a trade association representing more than 700 GSM mobile phone operators world wide.

<sup>289</sup> GSMA fact sheet, Wireless Intelligence, <http://www.gsmworld.com/news/statistics/index.shtml>.



## BIBLIOGRAPHIE

### *Sur la contre-insurrection*

#### *Ouvrages*

- Barberot, Roger, *Malaventure en Algérie*, Plon, Paris, 1957.
- Chaliand, Gérard, *Stratégies de la guérilla. Guerres révolutionnaires et contre-insurrections. Anthologie historique de la longue marche à nos jours*, Paris, Gallimard, 1984.
- Frederick, Ian ; Beckett, William, *Modern Insurgencies and Counter-Insurgencies*, London, Routledge, 2001.
- Gallieni, Joseph Simon, *Gallieni au Tonkin (1892-1896)*, Paris, Berger-Levrault, 1948 (1941).
- Galula, David, *Pacification in Algeria (1956-1958)*, Santa Monica, Rand Corporation, 2006 (1963).
- Kitson, Frank, *Bunch fo Five*, London, Faber and Faber, 1977.
- Kitson, Frank, *Low Intensity Operations: Subversion, Insurgency and Peacekeeping*, London, Faber and Faber, 1971.
- Lyautey, Hubert, *Du rôle colonial de l'armée*, Paris, Armand Colin, 1900.
- Lyautey, Hubert, *Lettres du Tonkin et de Madagascar (1894-1899)*, Paris, Armand Colin, 1946 (1920).
- Nagl, John A., *Counterinsurgency Lessons from Malaya and Vietnam: Learning to Eat Soup with a Knife*, New York, Praeger, 2002.
- Ramakrishna, Kum, *Emergency propaganda: the winning of Malayan hearts and minds, 1948-1958*, Richmond, Routledge Curzon, 2001.
- Smith, Rupert, *The Utility of Force : The Art of War in the Modern World*, London, Allen Lane, 2005.
- Stubbs, Richard, *Hearts and minds in guerrilla warfare: the Malayan emergency, 1948-1960*, Singapour, Oxford University Press, 1986.

#### *Articles de revues*

- Abrahms, Max, « Why Terrorism Does Not Work », *International Security*, vol. 31, n° 2, automne 2006, pp. 42-78.
- Arquilla, John, « The End of War as We Knew It? Insurgency, counterinsurgency and lessons from the forgotten history of early

- terror networks », *Third World Quarterly*, vol. 28, n° 2, 2007, pp. 369-386.
- Baker, Jim, « Systems Thinking and Counterinsurgencies », *Parameters*, hiver 2006, pp. 26-43.
- Boyd, John, « Patterns of Conflict », Unpublished Presentation, décembre 1986.
- Bugeaud, Thomas Robert, « 1845 La bataille d'Isly », *La revue des deux mondes*, vol. 9, n° 2, 1845.
- Bureau, Jean-François, « Communiquer la défense », *Défense Nationale*, n° 5, 2003, pp. 156-167.
- Corum, James S., « Rethinking US Army Counter-insurgency Doctrine », *Contemporary Security Policy*, vol. 28, n° 1, avril 2007, pp. 127-142.
- Hammes, Thomas X., « Countering Evolved Insurgent Networks », *Military Review*, July-August 2006, pp. 18-26.
- Hoffman, Bruce, « From the War on Terror to Global Counterinsurgency », *Current History*, décembre 2007, pp. 423-429.
- IISS, « Complex irregular warfare the psychological component », *The Military Balance*, vol. 107, n° 1, 2007, pp. 415-420.
- Jones, Seth G., « Fighting Networked Terrorist Groups: Lessons from Israel », *Studies in Conflict & Terrorism*, vol. 30, n° 4, 2007, pp. 281-302.
- Kilcullen, David, « Counter-Insurgency Redux », *Survival*, vol. 48, n° 4, 2006, pp. 111-130.
- Kilcullen, David, « Twenty-Eight Articles. Fundamentals of Company-level Counterinsurgency », *smallwarsjournal.com*, 2006.
- Luttwak, Edward, « Les impasses de la contre-insurrection », *Politique étrangère*, n° 4, hiver 2006.
- Lyautey, Hubert, « Du rôle social de l'officier », *La revue des deux mondes*, vol. 104, n° 3, 1891.
- Mack, Andrew, « Why Big Nations Lose Small Wars: The Politics of Asymmetric Conflict », *World Politics*, n° 27, janvier 1975.
- Mahnken, Thomas G., « The British Approach to Counter-Insurgency: An American View », *Defense & Security Analysis*, vol. 23, n° 2, juin 2007, pp. 227-232.
- Metz, Steven, « Insurgency and Counterinsurgency in Iraq », *The Washington Quarterly*, vol. 27, n° 1, hiver 2003-04, pp. 25-36.
- Metz, Steven, « La guerre asymétrique et l'avenir de l'Occident », *Politique étrangère*, n° 1, 2003.
- Mills, Greg ; McNamee, Terence, « God, History and Countering Insurgency », *Defense & Security Analysis*, vol. 23, n° 1, mars 2007, pp. 101-106.
- Murden, Simon, « Staying the Course in "Fourth-Generation Warfare": Persuasion and Perseverance in the Era of the Asymmetric Bargaining War », *Contemporary Security Policy*, vol. 28, n° 1, avril 2007, pp. 197-211.

Reed, Brian, « A Social Network Approach to Understanding an Insurgency », *Parameters*, été 2007, pp. 19-30.

*Articles de presse*

Brannon, Josh, « Panel : “Hanit attack was preventable” », *The Jerusalem Post*, 7 novembre 2006.

Maass, Peter, « Professor Nagl's War », *New York Times*, 1<sup>er</sup> novembre 2004.

Ricks, Thomas, « Soldiers Record Lessons from Iraq », *Washington Post*, 2 août 2007.

***Sur les médias***

*Ouvrages*

Abramson A., *The History of Television, 1942 to 2000*, Jefferson, McFarland & Co Inc Pub, 2003.

Allan, Stuart ; Zelizer, Barbie, *Reporting War: Journalism in Wartime*, London, Routledge, 2004.

Carruthers, Susan, *The media at war : communication and conflict in the twentieth century*, New York, St. Martin's Press, 2002.

Charon, Jean-Marie ; Mercier, Arnaud, *Armes de communication massive. Informations de guerre en Irak 1991-2003*, Paris, CNRS Editions, 2004.

Durandin, Guy, *L'information, la désinformation et la réalité*, Paris, Presses Universitaires de France, 1993.

El-Nawaway, Mohammed ; Iskandar, Adel, *Al Jazeera : How the free Arab news network scooped the world and changed the Middle East*, Boulder, Westview, 2002.

Ferro, Marc, *L'information en uniforme*, Paris, Ramsay, 1991.

Hammond, Philip ; Herman, Edward S., *Degraded Capability: the Media and the Kosovo Crisis*, London, Pluto Press, 2000.

Huurdeman, Anton A., *The Worldwide History of Telecommunications*, New York, J. Wiley, 2003

Jowett, Garth S. ; O'Donnell, Victoria, *Propaganda and Persuasion*, London, Sage Publications, 1999.

Kamalipour, Yahya R. ; Snow, Nancy, *War, Media, and Propaganda : A Global Perspective*, Rowman & Littlefield Publishers, 2004.

Knightley, Phillip, *The First Casualty. From the Crimea to Vietnam: The War Correspondent as Hero, Propagandist and Myth Maker*, New York, Harcourt Brace Jovanovich, 1975.

Lamloum, Olfa, *Al-Jazira, miroir rebelle et ambigu du monde arabe*, Paris, La Découverte, 2004.

- Lamloum, Olfa, *Irak. Les médias en guerre*, Paris, Actes Sud, 2003.
- Mathien, Michel, *L'information dans les conflits armés. Du Golfe au Kosovo*, Paris, L'Harmattan, 2003.
- Miles, Hugh, *Al-Jazira, la chaîne qui défie l'Occident*, Paris, Buchet-Chastel, 2005.
- Moltke, Helmuth von, *Militärische Werke*, ed. Grossen Generalstab, Kriegsgeschichtliche Abteilung I (13 vols. In 4; Berlin, 1892-1912).
- Moore, Molly, *A Woman at War*, New York, Scribner's, 1993.
- Neuman, Johanna, *Lights, Camera, War*, New York, St. Martin's Press, 1996.
- Oslin, George P., *The Story of Telecommunications*, Macon, Mercer University Press, 1992.
- Rid, Thomas, *War and Media Operations. The US Military and the Press from Vietnam to Iraq*, London, Routledge, 2007.
- Tatham, Steve, *Losing Arab hearts and minds : the coalition, Al-Jazeera and Muslim public opinion*, London, C. Hurst & Co, 2004.
- Urbain, Ignace ; Chappe, Jean, *Histoire de la télégraphie*, Paris, 1824.
- Wolton, Dominique, *War game. L'information à la guerre*, Paris, Flammarion, 1991.
- Young, Peter, *Defence and the media in time of limited wars*, London, Frank Cass, 1992.

*Articles de revues*

- Allen, Tim, « Civil War, Ethnicity and the Media », *Anthropology Today*, vol. 11, n° 6, décembre 1995, pp. 16-18.
- Al-Marashi, Ibrahim, « Iraq's Hostage Crisis: Kidnappings, Mass Media and the Iraqi Insurgency », *Middle East Review of International Affairs*, vol. 8, n° 4, 2004.
- Alterman, Jon B., « New Media, New Politics? From Satellite Television to the Internet in the Arab World », *Policy Papers*, The Washington Institute for Near East Policy, 1998.
- Belknap, Margaret, « The CNN Effect : Strategic Enabler or Operational Risk? », *Parameters*, automne 2002, pp. 100-114.
- Brown, Robin, « Clausewitz in the Age of Al-Jazeera : Rethinking the Military-Media Relationship », Paper Prepared for the Shorenstein Center/APSA Political Communications Division Workshop, *The Restless Searchlight: Terrorism, The Media and Public Life*, Harvard, 28 août 2002.
- Combelles Siegel, Pascale, « Opérations militaires et relations armées-médias : essai de typologie », *Champs de Mars*, printemps-été 1997, pp. 63-81.
- Da Lage, Olivier, « La communication, enjeu stratégique », *La revue internationale et stratégique*, n° 56, hiver 2004.
- Darley, William M., « War Policy, Public Support, and the Media », *Parameters*, été 2005, pp. 121-134.

- Fachot, Morand, *The media dimension in foreign interventions*, BBC World Service, Draft conference paper prepared for the “Challenges to Governance: Military Interventions Abroad and Consensus at Home”, organisé par l’Institute for Research on Public Policy (IRPP), Montréal, 17-18 novembre 2000.
- Giroud, Emmanuel, « Journalistes et militaires : une cohabitation difficile », *Médiaspouvoirs*, juillet-septembre 1991, pp. 153-161.
- Henderson, Simon, « The ‘Al-Jazeera Effect’ : Arab satellite television and public opinion », *The Washington Institute for Near East Policy*, Policy Watch, 2000.
- Kent, Gregory ; Palmer, Jerry, « Mondes arabophones et médias », *Questions de communication*, n° 8, 2005, pp. 5-112.
- Laity, Mark, « The military and the media », *Brassey’s Defence Yearbook*, 1997, pp. 37-52.
- Laurence, John, « Embedding: A Military View », *Columbia Journalism Review*, mai-juin 2003.
- Limor, Yehiel, Nossek, Hillel, « The Military and the Media in the Twenty-First Century : Towards a New Model of Relations », *Israel Affairs*, vol. 12, n° 3, 2006.
- Mathien, Michel, « Crise du modèle anglo-saxon de l’information avec la guerre en Irak ? Les médias face à la propagande et au mensonge en démocratie », *Annuaire français des relations internationales*, Centre Thucydide, n° 5, 2004, pp. 922-942.
- Mercier, Arnaud, « Guerres et médias : permanences et mutations », *Raisons Politiques*, n° 13, 2004, pp. 97-109.
- Miracle, Tammy, « The Army and Embedded Media », *Military Review*, octobre 2003, pp. 41-45.
- Morrison, David, « Journalists and the social construction of war », *Contemporary Record*, n° 8, 1994, pp. 305-320.
- Payne, Kenneth, « The Media as an Instrument of War », *Parameters*, printemps 2005.
- Rid, Thomas, « War 2.0 », *Policy Review*, février 2007.
- Robinson, Piers, « The CNN Effect: Can the News Media Drive Foreign Policy? » *Review of International Studies*, vol. 25, 1999, pp. 301-309.
- Shea, Jamie ; Bayle, Pierre, « La dimension médiatique des crises », *Défense Nationale*, n° 11, 2001, pp. 145-155.
- Slone, Michelle, « Responses to Media Coverage of Terrorism », *The Journal of Conflict Resolution*, vol. 44, n° 4, août 2000, pp. 508-522.
- Speier, Hans, « International Political Communication : Elite vs. Mass », *World Politics*, vol. 4, n° 3, avril 1952, pp. 305-317.
- Stech, Frank J., « Winning CNN Wars », *Parameters*, automne 1994, pp. 37-56

Trainor, Bernhard, « The Military and the Media : A Troubled Embrace », *Parameters*, décembre 1990, pp. 2-11  
Yalem, Ronald, « Controlled Communication and Conflict Resolution », *Journal of Peace Research*, n° 8, 1971, pp. 263-272.

*Articles de presse*

Mercazi, Inian, « IDF spokeswoman : I thought of resigning after Dan Halutz gave me false information », *Yediot Abaronot*, 8 mars 2005.  
Grossman, Lev, « Time's Person of the Year : You », *Time*, 13 décembre 2006.  
Labi, Nadya, « Jihad 2.0 », *The Atlantic Monthly*, juillet-août 2006.

***Sur les opérations psychologiques***

*Documents officiels*

*Joint Doctrine for Information Operations*, JP 3-13, U.S. Department of Defense, 2006.  
*Report of the Defense Science Board Task Force on The Creation and Dissemination of All Forms of Information in Support of Psychological Operations (PSYOP) in Time of Military Conflict*, Office of the Under Secretary of Defense For Acquisition, Technology and Logistics, mai 2000.  
*Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication*, Office of the Under Secretary of Defense For Acquisition, Technology and Logistics, septembre 2006.

*Ouvrages*

Lungu, Angela Maria, *War.com : The Internet and Psychological Operations*, Newport, Naval War College, 2001.  
McClahan, Jack, *America's Information War on Terror : Winning Hearts and Minds in the Muslim World*, US Army War College, 2002.

*Articles de revues*

Bowdish, Randall, « Information-Age Psychological Operations », *Military Review*, décembre-février 1998-1999, pp. 28-36.

### ***Sur le Royaume-Uni***

#### *Documents officiels*

- Defence Public Relations (Army), *Relaunch of the British Army's Public facing Website*, Ministry of Defence, Army Information Note 12/4/2007.
- Gurr, Nick, *The Defence Communications Strategy*, London, Ministry of Defence, 2007.
- Hall, Tony, *Review of Media Access to Personnel*, London, Ministry of Defence, 2007.
- Howard, Martin, *Managing Media: the MOD view after September 11*, Ministry of Defence, Rolls Royce Lecture, 2002.
- Jackson, Mike, *Operation Banner, Vol. Army Code 71842*, London, British Army, 2006.
- Lord Hutton, *Report of the Inquiry into the Circumstances Surrounding the Death of Dr David Kelly C.M.G.*, London, House of Commons, 2004.
- Ministry of Defence, *Chapter 6: Key Defence Capability Issues and Joint Lessons Kosovo: Lessons from the Crisis*, Ministry of Defence, Report Presented to Parliament, June 2000.
- Ministry of Defence, *Contact with the Media and Communicating in Public*, Ministry of Defence, Defence Instructions and Notices, August 2007.
- Ministry of Defence, *Media Operations*, Ministry of Defence, Joint Warfare Publication, November 2001.
- Ministry of Defence, *MoD Greenbook MoD Working Arrangements with the Media for Use throughout the Full Spectrum of Military Operations*, Ministry of Defence, official instructions.
- Ministry of Defence, *The Defence Communications Strategy*, Ministry of Defence, internal document, 2007.
- Ministry of Defence, *Defence Instructions and Notices*, 2007DIN03-006, 2007.
- Ministry of Defence, *The Green Book*, 2007.

#### *Ouvrages*

- Badsey, Stephen, *The Media and International Security*, London, Routledge, 2000.
- Freedman, Lawrence, *The Official History of the Falklands Campaign, Vol. II*, 2005.
- Keeble, Richard, *Secret State, Silent Press. New Militarism, the Gulf and the Modern Image of Warfare*, University Of Luton Press, Luton, 1998.
- Maguire, Maria, *To Take Arms*, London, Macmillan, 1973.
- Moorcroft, Paul, *Reporting Conflict*, Vauxhall Lecture, 1999.
- Stewart, Ian ; Carruthers, Susan Lisa, *War, Culture, and the Media Representations of the Military in 20th Century*, Fairleigh Dickinson, University Press, 1996.

*Articles de revues*

- Blackwell, Stephen, « A Spirit of Mutual Antagonism? Military-Media Relations and the Defence Establishment in Britain », Geneva, Centre for the Democratic Control of Armed Forces (DCAF), Paper presented at the conference on *The Role of the Media in Public Scrutiny and Democratic Oversight of the Security Sector*, Budapest, 6-9 février 2003.
- Clarke, Harold D. ; Mishler, William ; Whiteley, Paul, « Recapturing the Falklands: Models of Conservative Popularity 1979-83 », *British Journal of Political Science*, vol. 20, n° 1, pp. 63-81.
- Nohrstedt, Stig A. ; Kaitatzi-Whitlock, Sophia, « From the Persian Gulf to Kosovo — War Journalism and Propaganda », *European Journal of Communication*, vol. 15, n° 3, 2000, pp. 383-404.
- Sanders, David ; Hugh, Ward ; Marsh, David ; Fletcher, Tony, « Government Popularity and the Falklands War: A Reassessment », *British Journal of Political Science*, juillet 1987, pp. 281-313.

*Articles de presse*

- Burke, Jason, « Rebels' Defiance Makes Sierra Leone Rescue Mission More Likely », *The Observer*, 3 septembre 2000.
- Hickley, Matthew, « "General Hyporite" », *Daily Mail*, 8 décembre 2006.
- Judd, Terri, « Forces round on Jackson for failing to criticise MoD earlier », *The Independent*, 8 décembre 2006.
- Rayment, Sean, « Missing: MoD's army of 1,000 press officers », *Sunday Telegraph*, 23 juillet 2007.
- Sabbagh, Dan, « It was an outrage, that Faye Turney was allowed to sell her story », *The Times*, 13 avril 2007.
- Sands, Sarah, « Sir Richard Dannatt : A very honest General », *Daily Mail*, 12 octobre 2006.

***Sur les Etats-Unis***

*Documents officiels*

- Chilton, Kevin P., *Statement before the House Armed Services Committee*, 27 février 2008.
- McCreary, Terry, « Command Support of Public Affairs Activities in Potential Future Military Operations », SECDEF-CJCS P4 Message, 2003.
- Ministry of Defence, *Contact with the Media and Communicating in Public*, Defence Instruction and Notices, 2007.

- Mullen, Mike, « Strategic Communication », Department of Defense Memorandum CM-0087-07, 14 décembre 2007.
- US Air Force, *Cornerstones of Information Warfare*, 1995.
- US Army, *Operations, FM 3-0*, 2008.
- US Army/US Marine Corps, *Counterinsurgency, FM 3-24*, 2006.
- US Department of Defense, *Doctrine for the Armed Forces of the United States, JP 1*, 2007.
- US Department of Defense, *Joint Doctrine for Information Operations, JP 3-13*, 1998.
- US Department of Defense, *Quadrennial Defense Review (QDR)*, 2006.

*Ouvrages*

- Arboit, Gérald, Mathien, Michel Emile, *La guerre en Irak : les médias et les conflits armés*, Bruxelles, Bruylant, 2006.
- Collings, Deirdre ; Rohozinski, Rafal, *Shifting Fire. Information effects in Counterinsurgency and Stability Operation*, Carlisle, U.S. Army War College, 2006.
- Coram, Robert, *Boyd : The Fighter Pilot who Changed the Art of War*, New York, Back Bay Books, 2002.
- Gibbon, William, *Neuromancer*, New York, Ace Books, 1984.
- Hallin, Grant T., *The 'Uncensored War'. The Media and Vietnam*, Oxford, Oxford University Press, 1986.
- Hammond, Grant T., *The Mind of War: John Boyd and American Security*, Washington DC, Smithsonian Books, 2004.
- Hammond, William M., *Reporting Vietnam: Media and Military at War*, Lawrence, University Press of Kansas, 2000.
- Katovsky, Bill, Carlson, Timothy, *Embedded: The Media at War in Iraq, An Oral History*, The Lyons Press, 2004.
- Kimmage, Daniel, « The al-Qaeda Media Nexus », RFE/RL Special Report, 2008.
- Kimmage, Daniel, Ridolfo, Kathleen, « Iraqi Insurgent Media », RFE/RL Special Report, 2007.
- Knightley, Phillip, *The First Casualty. From the Crimea to Vietnam : The War Correspondent as Hero, Propagandist and Myth Maker*, New York, Harcourt Brace Jovanovich, 1975.
- London, Jack, *The Shrinkage of the Planet*, New York, Mondial, 2006 (1905).
- Nasiri, Omar, *Au coeur du djihad. Mémoire d'un espion infiltré dans les filières d'Al-Qaida*, Paris, Flammarion, 2006.
- Tumber, Howard, Palmer, Jerry, *Media at War : The Iraq Crisis*, Sage Publications London, 2004.

*Articles de revues*

- Belknap, Margaret, « The CNN Effect: Strategic Enabler or Operational Risk? », *Parameters*, n° 3, 2002, pp. 100-114.
- Combelles Siegel, Pascale, « Le Pentagone, les médias, l'opinion publique et le système d'embedding pendant la guerre en Irak », *Défense Nationale*, n° 7, 2004.
- Erwin, Sandra I., « Washington Pulse », *National Defense*, vol. 90, n° 627, 2006.
- Fulghum, David, « Digits of Doom », *Aviation Week*, vol. 167, n° 12.
- Gole, Henry G., « Don't Kill the Messenger: Vietnam War Reporting in Context », *Parameters*, hiver 1996, pp. 148-153.
- Hallin, Daniel C., « The Media, the War in Vietnam, and Political Support: A Critique of the Thesis of an Oppositional Media », *The Journal of Politics*, vol. 46, n° 1, février 1984, pp. 2-24.
- Hickey, Neil, « Access Denied, the Pentagon's War Reporting Rules are the toughest ever », *Columbia Journalism Review*, n° 1, janvier-février 2002.
- Hockenberry, John, « The Blogs of War », *Wired Magazine*, 2005.
- Krulak, Charles C., « The Strategic Corporal: Leadership in the Three Block War », *Marines Magazine*, janvier 1999.
- Kull, Steven, Ramsay, Clay, « Misperceptions, the media and the Iraq war », *Political Science Quarterly*, vol. 118, n° 4, hiver 2003, pp. 569-598.
- Miracle, Tammy, « The Army and Embedded Media », *Military Review*, septembre-octobre 2003, pp. 41-45.
- Pounder, Gary, « Opportunity Lost: Public Affairs, Information Operations and the Air War against Serbia », *Aerospace Power Journal*, été 2000, pp. 46-77.
- Rumsfeld, Donald, « Transforming the Military », *Foreign Affairs*, vol. 81, n° 3, 2002, p. 20.
- Schilling, Andrew P., « Peers », *Marine Corps Gazette*, vol. 90, n° 5, 2006, p. 56.
- Spinney, Franklin C., « Genghis John (Boyd) », *U.S. Naval Institute Proceedings*, July 1197, pp. 42-47.
- Steinberg, Guido, « The Return of Al Qaida », *SWP Comments*, décembre 2007.
- Westmoreland, William C., « Vietnam in Perspective », *Military Review*, vol. 59, n° 1, 1979, pp. 34-43.

*Articles de presse*

- Baum Dan, « What the Generals don't know », *The New Yorker*, vol. 80, 17 janvier 2005, pp. 43-42.
- Boxer, Sarah, « Blogs », *The New York Review of Books*, vol. 55, n° 2, 2008.
- Cloud, David S., « U.S. sees a surge in cross-border attacks in Afghanistan », *International Herald Tribune*, 17 janvier 2007.

- Constable, Pamela, « Sources of Insurgents Killed in Afghan Border Area: NATO Forces Tracked Groups from Pakistan », *The Washington Post*, 11 janvier 2007.
- Gertz, Biller, « General forces 'generational war' against terrorism ; Worries over sustaining U.S. 'will' », *The Washington Times*, 13 décembre 2006.
- Johnson, Bobbie, « Nato says cyber warfare poses as great a threat as a missile attack », *The Guardian*, 6 mars 2008.
- Kruzel, John J., « Cyber Warfare a Major Challenge, Deputy Secretary Says », American Forces Press Service, 3 mars 2008.
- Laster, John, « U.S. Military's Elite Hacker Crew », *Wired*, 18 avril 2008.
- Loeb, Vernon, « "Guerilla" War Acknowledged », *The Washington Post*, 17 juillet 2003.
- Neuman, Johanna, « Pentagon Plans to Deploy Journalists in Iraq », *Los Angeles Times*, 4 December 2002.
- Schmitt, Eric ; Shanker, Thom, « U.S. Adapts Cold-War Idea to Fight Terrorists », *The New York Times*, 18 mars 2008.
- Tilghman, Andrew, « The Army's Other Crisis. Why the Best and the Brightest Young Officers are Leaving », *The Washington Monthly*, 2007.
- Tyson, Ann Scott, « Rumsfeld Urges Using Media to Fight Terror », *The Washington Post*, 18 février 2006.
- Vanden Brook, Tom « Air Force trains warriors to defend cyberspace from terror », *USA Today*, 29 février 2008.
- Wilkinson, Isambard, « Taliban invaders ambushed in the mountains », *The Daily Telegraph*, 12 janvier 2007.

### ***Sur Israël***

#### *Ouvrages*

- Cohen, Stuart, *Democratic Societies and Their Armed Forces. Israel in Comparative Context*, London, Taylor & Francis, 2000.
- Creed, Richard D., *Eighteen Years in Lebanon and Two Intifadas : The Israeli Defense Force and the U.S. Army Operational Environment*, School of Advanced Military Studies, United States Army Command and General Staff College (monograph, online paper).
- Cromer, Gerald, *A War Of Words Political Violence And Public Debate In Israel*, London, Routledge, 2004.
- Gutmann, Stéphanie, *The Other War. Israelis, Palestinians and the Struggle for Media Supremacy*, San Francisco, Encounter Books, 2005.

- Meyers, Oren, *Israeli journalists as an interpretive community. A case studies of 1950s mainstream journalistic attitudes towards Haolam Hazeh*, Université de Haïfa 2004.
- Ohana, Noam, *Journal de guerre : De Sciences Po aux unité d'élite de Tsahal*, Paris, Denoël, 2007
- Peri, Yoram, *Generals in the Cabinet Room. How the Military Shapes Israeli Policy*, Washington DC, U.S. Institute of Peace, 2006
- Razoux, Pierre, *Tsahal. Nouvelle histoire de l'armée israélienne*, Paris, Perrin, 2006.
- Schleifer, Ron, *Psychological warfare in the Intifada : Israeli and Palestinian media politics and military strategies*, Brighton, Sussex Academic Press, 2006.
- Scoratow, Leon B., *Breaking Consensus: The Occupation and the Employment of the Israel Defense Forces*, Naval Postgraduate School M.A. thesis, 2002.

*Articles de revues*

- Baudot, Martial ; Delcroix, Etienne; Guiot, Benoit ; le Gouvello, Bricc ; Osada, Matthieu, *Une illustration de la guerre de l'information : Le conflit entre Israël et le Hezbollah de l'été 2006*, Ecole de guerre économique, février 2007.
- Bedein, David, « Why the Palestinians Are Winning the Media War », *Reform Judaism Online*, vol. 31, n° 1, automne 2002.
- Ben-Dor, Gabriel, « Israel's national security doctrine under strain : the crisis of the reserve army », *Armed Forces and Society*, vol. 28, n° 2, hiver 2002, pp. 233-255.
- Ben-Eliezer, Uri ; Feinstein, Yuval, « “The Battle Over Our Homes”: Reconstructing/Deconstructing Sovereign Practices Around Israel’s Separation Barrier on the West Bank », *Israel Studies*, vol. 12, n° 1, 2007, pp. 171-192.
- Ben-Eliezer, Uri, « Post-modern Armies and the Question of Peace and War: The Israeli Defense Forces in the “New Times” », *International Journal of Middle East Studies*, n° 36, 2004, pp. 49-70.
- Catignani, Sergio, « Motivating Soldiers: The Example of the Israeli Defense Forces », *Parameters*, automne 2005, pp. 108-121.
- Catignani, Sergio, « The strategic impasse in low-intensity conflicts : the gap between Israeli counter-insurgency strategy and tactics during the Al Aqsa intifada », *Journal of Strategic Studies*, vol. 28, n° 1, 2005, pp. 57-75.
- Cohen, Stuart A., « Changing civil military relations in Israel : towards an over-subordinate IDF? », *Israel Affairs*, vol. 12, n° 4, 2006, pp. 769-788.
- Cohen, Yael, « Nuclear Ambiguity and the Media : The Israeli Case », *Israel Affairs*, vol. 12, n° 3, juillet 2006, pp. 529-545.
- Cooper, Stephen D. « A Concise History of the Fauxtography Blogstorm in the 2006 Lebanon War », *American Communication Journal*, vol. 9, n° 2, été 2007.

- Diker, Dan, « Why Are Israel's Public Relations So Poor? », *Jerusalem Letter*, Jerusalem Center for Public Affairs, 487, octobre 2002.
- Doron, Gideon, « Three 'Travelling' Models of Politics and the Mass Media in the Context of Israeli National Security », *Israel Affairs*, vol. 12, n° 3, juillet 2006, pp. 511-528.
- Dror, Yehezkel, « A breakout political security grand-strategy for Israel », *Israel Affairs*, vol. 12, n° 4, 2006, pp. 843-879.
- Encel, Frédéric, « L'armée israélienne et ses spécificités géopolitiques », *Hérodote*, n° 116, 2005, pp. 138-149.
- Eyal, Gil, « Dangerous Liaisons between Military Intelligence and Middle Eastern Studies in Israel », *Theory and Society*, vol. 31, n° 5, octobre 2002, pp. 653-693.
- Furst, Zey, « The Second Lebanon War : Military Strategy and the Battle for Public Opinion », *The Israel Journal of Foreign Affairs*, vol. 1, n° 2, 2007.
- Galloway, Chris, « Hot bullets, cool media: The Middle East's high stakes media war », *Journal of Communication Management*, vol. 9, n° 3, 2005, pp. 233-245.
- Galloway, Chris, *Public Relations War between Israel and the Palestinians*, ANZCA04 Conference, Sydney, juillet 2004.
- Gilboa, Eytan, « Public Diplomacy: The Missing Component in Israel's Foreign Policy », *Israel Affairs*, vol. 12, n° 4, octobre 2006, pp. 715-747.
- Goodman, Hirsch, « The Disengagement and Israel's Media Strategy », *Strategic Assessment*, Jaffee Center for Strategic Studies, vol. 8, n° 3, novembre 2005.
- Goya, Michel, « La guerre de juillet. Analyse à chaud de la guerre israélo-Hezbollah », *Cahier du Retex*, octobre 2006.
- Inbar, Efraim, « How Israel bungled the second Lebanon war », *Middle East Quarterly*, vol. 14, n° 3, été 2007, pp. 57-65.
- Kalb, Marvin, *The Israeli-Hezbollah War of 2006 : The Media As A Weapon in Asymmetrical Conflict*, Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy, Research Paper Series #R-29, février 2007.
- Kanaaneh, Rhoda, « Embattled identities: Palestinian soldiers in the Israeli military », *Journal of Palestine Studies*, vol. 32, n° 3, printemps 2003 pp. 5-20.
- Kivisto, Peter, « Reviewed Work: The Making of Israeli Militarism by Uri Ben-Eliezer », *Contemporary Sociology*, vol. 30, n° 1, janvier 2001, pp. 81-82.
- Kober, Avi, « Israel's war of attrition: operational and moral dilemmas », *Israel Affairs*, vol. 12, n° 4, 2006, pp. 801-822.
- Kober, Avi, « The Intellectual and Modern Focus in Israeli Military Thinking as Reflected in Ma'arachot Articles, 1948-2000 », *Armed Forces & Society*, vol. 30, n° 1, automne 2003, pp. 141-160.

- Kobi, Michael, « Military knowledge and weak civilian control in the reality of low intensity conflict: the Israeli case », *Israel Studies*, vol. 12, n° 1, printemps 2007, pp. 28-52.
- Kobi, Michael, « The Israel Defense Forces as an epistemic authority: an intellectual challenge in the reality of the Israeli-Palestinian conflict », *Journal of Strategic Studies*, vol. 30, n° 3, 2007, pp. 421-446.
- Koch, Stéphane, « Les “guerres modernes” se gagnent d’abord dans les opinions », *Défense nationale et sécurité collective*, octobre 2006, pp. 175-180.
- Korn, Alina, « Israeli press and the war against terrorism : the construction of the “liquidation policy” », *Crime, Law and Social Change*, vol. 41, n° 3, 2004, pp. 209-234.
- Kuperman, Ranan D., « Who should authorize the IDF to initiate a military operation? : a brief history of an unresolved debate », *Israel Affairs*, vol. 11, n° 4, 2005, pp. 672-694.
- Lebel, Udi, « “Communicating security”: civil military relations in Israel », *Israel Affairs*, vol. 12, n° 3, 2006, pp. 361-364.
- Levy, Yagil, « The embedded military: why did the IDF perform effectively in executing the disengagement plan? », *Security Studies*, vol. 16, n° 3, 2007, pp. 382-408.
- Levy, Yagil, « The War of the Peripheries: A Social Mapping of IDF Casualties in the Al-Aqsa Intifada », *Social Identities*, vol. 12, n° 3, mai 2006, pp. 309-324.
- Limor, Yehiel ; Nossek, Hillel, « The Military and the Media in the Twenty-First Century: Towards a New Model of Relations », *Israel Affairs*, vol. 12, n° 3, juillet 2006, pp. 484-510.
- Makki, Sami, « La démocratie israélienne face à la guerre asymétrique de l’été 2006 : les enjeux d’une défaite militaire », *Maghreb-Machrek*, n° 193, automne 2007, pp. 47-54.
- Medzini, Meron, « Hasbara in the Second Lebanon War: a Rebuttal », *The Israel Journal of Foreign Affairs*, vol. 1, n° 3, 2007.
- Meir, Gideon, « Israel and the Media Challenge », meeting summary, Chattam House, 9 octobre 2002.
- Navon, Emmanuel, « Soft Powerlessness : Arab Propaganda and the Erosion of Israel's International Standing Lauder School of Government », Working Paper, Submitted for the Herzliya Conference, 21-24 janvier 2006.
- Nossek, Hillel ; Limor, Yehiel, « Fifty Years in a “Marriage of Convenience”: News Media and Military Censorship in Israel », *Communication Law and Policy*, vol. 6, n° 1, 2001, pp. 1-35.
- Pappé, Ilan, « Donning the Uniform : The Military and the Media in Israel » *Middle East Report* 223, été 2002, pp. 46-51.

- Peri, Yoram, *The Israeli Military and Israel's Palestinian Policy*, United States Institute of Peace Peaceworks, n° 47, novembre 2002.
- Razoux, Pierre, « Israël frappe la Syrie : un raid mystérieux », *Politique étrangère*, n°1, 2008.
- Sela, Avraham, « Civil society, the military and security : the case of Israel security zone in South Lebanon », *Israel Studies*, vol. 12, n° 1, printemps 2007, pp. 53-78.
- Shlaim, Avi, « Interview with Abba Eban, 11 March 1976 », *Israel Studies*, vol. 8, n° 1, printemps 2003, pp. 153-177.
- Steinberg, Gerald M., « Soft powers play hardball: NGOs wage war against Israel », *Israel Affairs*, vol. 12, n° 4, 2006 pp. 748-768.
- Thomas, Timothy L., « Hezbollah, Israel, and Cyber PSYOP », *IOSphere*, hiver 2007, pp. 30-35.

*Articles de presse*

- « Israel's "malicious propaganda" endangers UN staff », *UNRWA Press Release*, 4 octobre 2004.
- « Israel: More evidence on beach killings implicates IDF », *Human Rights Watch*, 15 juin 2006.
- « Israel Supreme Court orders GPO to accredit Palestinian journalists », *Associated Press*, 6 août 2004.
- « Sealing leaks », *The Jerusalem Post*, 11 novembre 2004.
- « Senior Israeli commander resigns following leaks to media », *Associated Press*, 4 novembre 2004.
- « The fight for world public opinion », *Mideast Mirror*, 20 juin 2001.
- « The media is not to blame », *Haaretz*, 20 avril 2007.
- « War and hasbara », *Mideast Mirror*, 4 janvier 2003.
- « Israel vs. Hezbollah : Who Is Winning the Media Battle? », Fox News Edition of *Fox News Watch*, 5 août 2006.
- Response by Commissioner-General Peter Hansen to Allegations Regarding Misuse of a UN Vehicle*, UNRWA Press Release, UNRWA, 2 octobre 2004.
- « Seaman lets it slip. Israel's bully has nothing to boast about », *The Guardian*, 17 octobre 2002.
- Abadi, Yossi, « Who is Responsible for Israel's Hasbara? », *Omedia*, 1<sup>er</sup> novembre 2007.
- Alon, Gideon, « Ex-IDF chief : Lebanon war was fought without clear objective », *Haaretz*, 16 janvier 2007.
- Asa-El, Amotz, « The IDF's PR : What went wrong ? », *The Jerusalem Post*, 15 février 2007.
- Balint, Anat, « At the IDF Spokesman's Office, trial by fire, lessons in openness », *Haaretz*, 28 août 2005.

- Balint, Anat, « Let the journalists suffer », *Haaretz*, 21 juillet 2003.
- Ban-David, Calev, « Caught in the Mohammad al-Dura crossfire », *The Jerusalem Post*, 12 octobre 2007.
- Ban-David, Calev, « Comptroller to gov't: "What we have here is a failure to communicate" », *The Jerusalem Post*, 23 novembre 2007.
- Barthe, Benjamin, « En Israël, les pro et les anti-armée s'affrontent sur le web », *Le Monde*, 27 février 2008.
- BBC Monitoring, « Israeli Foreign Ministry Official Calls For Action To Change Image », *BBC Monitoring International Reports*, 31 octobre 2001.
- Benn, Aluf, « How Israel created another PR disaster », *Haaretz*, 6 octobre 2004.
- Benn, Aluf, « Image-maker for the IDF », *Haaretz*, 12 juin 2002.
- Benn, Aluf, « PM meets with spokespeople to sharpen PR message », *Haaretz*, 7 août 2006.
- Blau, Uri, « Kill, Then Shoot », *Kol Ha'Ir*, 5 octobre 2001.
- Blau, Uri, « This article has been approved by the censor », *Haaretz*, 21 mars 2008.
- Breshkovsky, Anat, « Poll: Israelis believed Nasrallah over Peretz », *Yediot Abaronot*, 3 septembre 2006.
- Conger, George, « Study: Hizbullah won propaganda war », *The Jerusalem Post*, 30 avril 2007.
- Contenta, Sandro, « Israel bans TV crews from filming army raids », *The Toronto Star*, 21 mars 2002.
- Dallal, Jacob, « Bad Information. The Lesson of Jenin », *The New Republic*, 30 août 2005.
- Densch, Liran, « Relations Between the Mossad and the Media », *Omedia*, 7 juin 2007.
- Derfner, Larry, « The hype that failed », *The Jerusalem Post*, 7 décembre 2006.
- Ephron, Dan ; Ghazali, Saïd, « Troops raid Ramallah ; 7 more hurt », *The Boston Globe*, 22 octobre 2003.
- Fallows, James, « Who Shot Mohammed al-Dura ? », *The Atlantic Monthly*, juin 2003.
- Feuilherade, Peter, « Israel steps up "psy-ops" in Lebanon », *BBC News*, 27 juin 2006.
- Fishman, Alex, « The admiral of failure », *Yediot Abaronot*, 7 octobre 2007.
- Friedman, Herbert A., « Psychological Operations during the Israel-Lebanon War 2006 », *psynwar.org*, 14 août 2006.
- Gebauer, Matthias, « All-inclusive-Paket für Kriegsberichterstatter », *Spiegel Online*, 28 juillet 2006.
- Gissin, Raanan, « Sharon's former adviser in a report for the Jerusalem Center for Public Affairs. Gissin: Gear public diplomacy toward global scene », *The Jerusalem Post*, 24 août 2006.

- Harel, Amos ; Ravid, Barak, « IDF worried Lebanon war probe report will damage its image », *Haaretz*, 29 janvier 2008.
- Harel, Amos, « Chief IDF lawyers orders probe into possible leaks during Lebanon war », *Haaretz*, 19 octobre 2006.
- Harel, Amos, « IDF officers to get polygraphs over war leaks », *Haaretz*, 22 octobre 2006.
- Harel, Amos, « Spinning past the point », *Haaretz*, 5 octobre 2004.
- Harel, Amos, « Stretcher Case », *Haaretz*, 7 octobre 2004.
- Hoffman, Gil, « Israel calls up media “reserves” to get its message to the world », *The Jerusalem Post*, 17 juillet 2006.
- Karniel, Yuval, « The committee against freedom of expression », *Haaretz*, 7 février 2008.
- Katz, Yaacov « IDF not responsible for Gaza blast », *The Jerusalem Post*, 13 juin 2006.
- Katz, Yaacov, « IDF learns media lesson of Kana strike », *The Jerusalem Post*, 30 juillet 2007.
- Lahmi, David, « Tous sous les drapeaux... d'Israël », *Guyesen Israel News*, 15 juillet 2002.
- Lavie, Aviv, « Beyond the hills of darkness », *Haaretz*, 8 avril 2002.
- Lavie, Aviv, « Trying to buck the news blackout », *Haaretz*, 18 mars 2002.
- Leibovich-Dar, Sara, « In the eye of the beholder », *Haaretz*, 24 février 2002.
- Levy, Amnon, « La trahison des médias », *Yediot Abaronot*, traduit par *Courrier international*, 10 mai 2007.
- Levy-Barzilai, Vered, « The high and the mighty », *Haaretz*, 21 août 2002.
- Leyden, Joel, « Israel Defense Forces PR Lacks professionals for Gaza disengagement », *Israel News Agency Spinwatch*, 21 août 2005.
- Leyden, Joel, « Israel Public Relations Directory », *Israel News Agency*, 18 mai 2007.
- Leyden, Joel, « Israel's PR improves during Gulf War 2 », *Israelinsider*, 24 mars 2003.
- Leyden, Joel, « Gaza in the Dark while Israel Lacks Candles », *Israel News Agency*, 25 janvier 2008.
- Leyden, Joel, « Sharon Appoints Committee to Upgrade Israel's PR », *Israel News Agency*, 8 décembre 2003.
- Mc Greal, Chris, « The battle of Huda Ghalia – who really killed girl's family on Gaza beach? », *The Guardian*, 17 juin 2006.
- McClellan, Anthony, « Israel on the back foot in war of words », *The Australian*, 24 août 2006.
- Meir, Gideon, « What “Hasbara” Is Really All About? » site du ministère israélien des affaires étrangères.
- Mendel, Roee, « Want to win media game? Don't apologize », *Yediot Abaronot*, 9 novembre 2006.

- Mizroch, Amir, « Classified IDF information on Facebook », *The Jerusalem Post*, 13 avril 2008.
- Noiman, Nir ; Peri, Naama, « The Secrets of Sima. Part One », *Bamahane*, février 2008.
- O'Sullivan, Arieh ; Gilbert, Nina, « Mofaz : No more polygraphs in IDF », *The Jerusalem Post*, 10 novembre 2004.
- O'Sullivan, Arieh, « Colonel Miri Regev to be chief censor », *The Jerusalem Post*, 7 janvier 2004.
- O'Sullivan, Arieh, « Gaza Division commander resigns », *The Jerusalem Post*, 5 novembre 2004.
- O'Sullivan, Arieh, « The thankless task of the IDF Spokesman. Ruth Yaron steps down, warning her successor it won't be “a rose garden” », *The Jerusalem Post*, 2 juin 2005.
- Pfeffer, Anshel, « Advice to the new hasbara czar », *The Jerusalem Post*, 13 juillet 2007.
- Pfeffer, Anshel, « Analysis: Losing the propaganda war », *The Jerusalem Post*, 11 juin 2006.
- Pfeffer, Anshel, « Behind the lines », *The Jerusalem Post*, 12 novembre 2004.
- Pfeffer, Anshel, « Fighting under the media glare », *The Jerusalem Post*, 26 juillet 2006.
- Pfeffer, Anshel, « Sultan of spin », *Jerusalem Post*, 15 décembre 2006.
- Pollak, Noah, « Video Made the Terrorist Star », *National Review*, 4 août 2006.
- Regan, Tom, « Israel's Abu Ghraib? », *Christian Science Monitor*, 22 novembre 2004.
- Schiff, Ze'ev, « The scoop is all », *Haaretz*, 28 avril 2007.
- Schwartz, Adi, « In the footsteps of the al-Dura controversy », *Haaretz*, 4 novembre 2007.
- Schwartz, Jonathan, « Israel Defense Forces Spokesperson Regev To Leave IDF PR », *Israel News Agency*, 11 mai 2007.
- Shai, Nachman, « Bye-bye hasbara, say hello to public diplomacy », *The Jerusalem Post*, 5 mars 2008.
- Silver, James, « Media: Unfriendly fire from all sides : A war is raging over perceived bias in the media's coverage of the crisis in the Middle East, with the BBC apparently both pro and anti Israel », *The Guardian*, 31 juillet 2006.
- Sofer, Ronny, « Foreign Ministry's latest brand: Israel », *Yediot Abaronot*, 24 octobre 2006.
- Sofer, Ronny, « How can killing of innocents be explained? », *Yediot Abaronot*, 21 juin 2006.
- Stephens, Bret, « Why Israel is losing PR war », *Chicago Sun-Times*, 9 juin 2002.

- Stoil, Rebecca Anna, « The IDF's "Arabic Voice" fights alone on the media battlefield ; Army spokesman Avichay Adraee: "Not everybody is al-Jazeera" », *The Jerusalem Post*, 4 mars 2008.
- Sweet, Lynn, « American pols teach Israelis the art of spin », *Chicago Sun-Times*, 15 mai 2002.
- Yoaz, Yuval, « Halutz battles in court for his new IDF post », *Haaretz*, 29 décembre 2004.
- Zrahiya, Zyi, « All in favor / Selling the war », *Haaretz*, 7 février 2008.



## **REMERCIEMENTS**

Les auteurs tiennent à remercier les chercheurs et le personnel administratif du Centre de Recherche Français de Jérusalem. Sont également remerciés pour leur aide et leurs précieux conseils : Nicolas Buchon, Aurélie Cerisot, Meriam Daadouche, Eric Sangar, Elie Tenenbaum et Katrin Wittig.