

★  
Bel./Grèce/Port. Cont. : 7,70 € - All. : 7,80 € - Canada : 12,50 \$ - Suisse : 13 FS - Maroc : 88 MAD • DOM : 8,30 € • TOM : 1350 CFP



Numéro 111 • Février 2015

**Défense  
& Sécurité  
Internationale**



# ROBOTS DE COMBAT

## La fin des illusions ?

**CONTRE-TERRORISME**  
Ce qui nous attend...



[www.dsi-presse.com](http://www.dsi-presse.com)

**C-130J**  
Une nouvelle jeunesse  
pour le Herk

**ITALIE**  
La première armée  
de terre d'Europe ?

**RUSSIE**  
La stratégie  
d'influence

M 08434 - 111 - F: 6,85 € - RD



## Russie

# Militaires, diplomates et médias unis dans la stratégie d'influence

La Russie a une longue histoire d'opérations psychologiques et d'opérations d'information. L'utilisation de la ruse pour influencer sur la perception des réalités stratégiques fait, au moins depuis le début du XX<sup>e</sup> siècle, l'objet d'une réflexion poussée chez les Soviétiques puis leurs héritiers. Aujourd'hui encore, les stratégies d'influence sont au cœur de la géostratégie russe, avec une approche transversale qui mêle à l'action militaire, services de renseignements, diplomates et journalistes... sans qu'il soit toujours facile de comprendre qui fait quoi.

Par **Romain Mielcarek**,  
spécialiste des questions de défense

**L'**image du joueur d'échecs revient, depuis quelques mois, comme la meilleure illustration de la stratégie russe. Moscou s'impose en effet depuis quelques années comme

un acteur clé des questions de sécurité et de défense, après quelques années de morosité. En Géorgie puis en Ukraine, sans parler de l'Afghanistan ou de la Syrie, les forces armées russes ont su manœuvrer avec une efficacité certaine, chaque fois avec l'appui des autres organes participant à une stratégie d'influence globale. Toute une panoplie

d'outils d'influence a été employée pour tenter d'obtenir la victoire sans recourir à la violence, avant, pendant et après le conflit.

### Une culture stratégique imprégnée d'influence

Chez les Russes, le recours à l'information et à la psychologie comme outils



Conférence de presse annuelle de Vladimir Poutine, le 18 décembre 2014 au Kremlin. (© Xinhua/Jia Yuchen)

un mélange de manipulation et de déception. Dans son ouvrage *L'art de la déception militaire*, Mark Lloyd résume ce concept par une série d'outils incluant « l'utilisation de leurres, de pantins, de désinformation ainsi que l'exécution de manœuvres complexes. N'importe quoi qui puisse affaiblir l'ennemi<sup>(1)</sup> ». Cette logique peut répondre aussi bien à des besoins stratégiques, en matière de diplomatie ou de politique internationale, qu'à des besoins tactiques, avec des applications sur le champ de bataille, ce qui fut le cas pendant toute la Deuxième Guerre mondiale grâce à l'emploi massif de la déception radio ou sonore via des haut-parleurs.

Dans les années 1950, plongés dans la guerre froide, les Soviétiques cherchent des alternatives à la force physique. Le psychologue et mathématicien Vladimir Lefebvre va nourrir la *maskirovka* d'une logique reposant sur des matrices : « Dans la prise de décisions, l'adversaire utilise l'information dont il dispose sur la zone du conflit, sur ses propres troupes et sur les nôtres, sur sa capacité à voler, etc. Nous pouvons influencer ses canaux d'information en envoyant des messages qui fassent basculer le flux d'information dans une direction qui nous soit favorable.<sup>(2)</sup> » Il traduit ainsi le raisonnement adverse par une série de boucles interdépendantes (logistique, finance, soutien populaire, moral des troupes...) afin

de pouvoir cibler des zones d'action précises pour mener des opérations d'influence. Pour le psychologue, il ne faut pas comprendre un conflit comme l'opposition entre deux adversaires, mais comme une opposition entre leurs processus décisionnaires.

Ce raisonnement se poursuit à travers les travaux de K. V. Tarakanov. On parle dès lors de « contrôle réfléchi » (*reflexive control*). L'idée est alors que chacun construit sa décision en fonction du jugement qu'il porte sur son adversaire et sur lui-même. La logique de Tarakanov vise alors à prendre le contrôle de cette double compréhension de l'adversaire en la faussant. Depuis février 2001, une nouvelle revue russe a même pris comme nom *Reflexive processes and control*. Les auteurs y réfléchissent à la manière de pousser l'adversaire à déclencher des actions contraires à son intérêt, grâce à la construction d'une compréhension fautive de son environnement. Dans les pages de cette revue, on trouve des contributions aussi bien de militaires que de journalistes ou de diplomates.

Avec la fin de l'Union soviétique, c'est un théoricien militaire qui reprend les travaux sur ce sujet. Le colonel S. A Komov s'imprègne à la fois de la *maskirovka* et du *reflexive control* pour reconstruire la puissance russe, ne serait-ce que dans le domaine de l'influence. Les Russes se sentent alors

de supériorité n'a rien de nouveau. Si plusieurs puissances occidentales semblent avoir redécouvert l'intérêt des opérations d'influence avec les conflits contre-insurrectionnels les plus récents, Moscou a gardé cette réflexion comme un pilier de sa doctrine stratégique depuis un bon siècle.

Du temps de Lénine, on parlait déjà de *maskirovka* (dont la traduction littérale pourrait approcher de « quelque chose de masqué »), une notion qui pourrait correspondre en français à



La *maskirovka* dans l'acception la plus tactique qui soit : un Su-27 gonflable servant d'appât. Positionné sur les bases aériennes, il doit leurrer les pilotes des appareils attaquants et ainsi faire croire à l'attrition de la force aérienne russe. (© D.R.)



Signature, le 18 mars 2014, du traité historique rattachant la Crimée à la Russie. (© AFP/Alexey Druzhinin)

menacés par l'univers informationnel globalisé et cherchent leur place en son sein. Ils comprennent qu'ils ne pourront pas vivre en marge de celui-ci et cherchent comment s'imposer face à l'influence occidentale. Komov détaille les outils indispensables dans le nouveau siècle, et parfaitement adaptés à la sphère numérique : la distraction, qui consiste dans la phase préparatoire d'un conflit à faire croire à tort qu'une menace existe sur une position de l'adversaire ; la suggestion, qui vise à diffuser de l'information ayant un impact sur les réalités idéologiques, morales ou légales de l'ennemi ; ou encore la saturation, qui doit permettre, par l'envoi massif d'informations contradictoires, de brouiller la compréhension de l'autre.

L'influence apparaît de plus en plus comme le moyen idéal pour les Russes de rétablir l'équilibre avec les États-Unis et l'OTAN. À l'approche technique de cette stratégie d'influence s'ajoute un volet idéologique fort. Les théoriciens ne cessent de répéter que l'opposition entre les deux puissances est avant tout un conflit idéologique entre le patriotisme russe et le capitalisme libéral américain, dénué par définition de toute richesse idéologique. Deux géopoliticiens ont gagné en visibilité depuis une décennie : Aleksandr Dugin et Igor Panarin<sup>(9)</sup>. Le premier

s'est illustré par des propos particulièrement hostiles aux adversaires de la Russie. Il est parvenu, notamment par l'intermédiaire des réseaux sociaux, à mobiliser d'importantes communautés russes contre l'Occident. Mais son extrémisme semble en avoir récemment fait un indésirable dans les cercles du Kremlin. Le second s'est montré plus technique dans la construction d'outils d'influence au sein des différents organes du pouvoir russe. Ce spécialiste des opérations psychologiques est l'auteur d'une vingtaine d'ouvrages envisageant l'ensemble du spectre de l'influence : relations publiques, géopolitique, diplomatie, psychologie, informatique...

## Une réflexion transversale

Pour les Russes, la question de l'influence ne réclame pas plusieurs réponses qui seraient propres à l'armée, à la diplomatie, au pouvoir politique et aux médias. À l'inverse des pays occidentaux qui tendent à distinguer les rôles et les limites, notamment éthiques, des uns et des autres, les Russes ont une approche globale de la question qui rend extrêmement difficile la lecture des organigrammes. Dans la stratégie d'influence rêvée par Aleksandr Dugin, les acteurs doivent former un « *groupe spécial* » composé d'officiels, de membres des services secrets, d'intellectuels, de scientifiques, de politologues,

de journalistes « à l'orientation patriotique ». Un « *réseau eurasien* » opposé à un « *réseau atlantiste* ».

Si la pensée de Dugin relève du fantasme néopatriotique, la réalité politico-stratégique de la Russie moderne soulève des interrogations. L'image du meeting organisé le 18 mars dernier pour intégrer officiellement la Crimée à la Fédération de Russie résonne en écho à cette logique. Autour du président Poutine se trouvaient ceux qui ont contribué à ce succès : une poignée de parlementaires triés sur le volet ; les responsables des services secrets ; quelques diplomates menés par Sergueï Lavrov, le ministre des Affaires étrangères ; Aleksandr Dugin et Igor Panarin en guise d'observateurs géopolitiques ; ainsi que des représentants des médias, tel Dmitri Kisselev, qui dirige Rossiya Segodnya (agence de presse étatique qui a absorbé l'ancienne agence Ria Novosti et l'ancien service radiophonique La Voix de la Russie).

La définition des stratégies d'influence repose principalement entre les mains du pouvoir exécutif, de la diplomatie et des services secrets. L'armée semble surtout destinée à jouer, tout comme les organes médiatiques, un rôle d'exécutant. Elle doit aussi décliner ce vaste plan en applications tactiques, sur le théâtre d'opérations. On trouvera ainsi des officiers impliqués dans la

planification, au sein du renseignement militaire, et dans la conduite des opérations au sein des forces spéciales.

### Le militaire et l'arme psychologique

Sans en être le principal chef d'orchestre, le militaire est, en Russie, l'un des acteurs clés des stratégies d'influence. L'arme psychologique est perçue comme une arme peu coûteuse, universelle, avec une portée illimitée, facilement accessible et capable de franchir les frontières sans restrictions. La guerre de l'information, pendant militaire de la stratégie d'influence, est principalement dérivée de la *spetspropaganda* (propagande spéciale), enseignée depuis 1942 à l'Institut militaire des langues étrangères.

Si cette discipline a été abandonnée en 1990, elle est réintroduite en 2000 comme une matière à part entière, lors de la réforme de l'Institut. Les stagiaires suivant cette formation sont destinés à devenir des spécialistes du renseignement, de la communication, de l'analyse de l'information et du traitement de l'information. L'Institut

poursuit également un travail de recherche, mené par des militaires et des journalistes. La réforme en matière de formation dans le domaine de l'influence en général a touché une bonne dizaine d'organismes animés par le FSB, le ministère des Affaires étrangères et le ministère de la Défense, dans des disciplines allant de la captation du renseignement jusqu'à l'émission de la propagande. Les observateurs voient dans ces formations multiples et diverses la preuve d'un regain d'intérêt pour les stratégies d'influence : en tout, 74 organismes différents poursuivent un effort de recherche dans ce domaine, à des fins d'influence politique, militaire ou économique.

Dans la logique russe, obtenir la supériorité dans le domaine de l'information est un moyen d'assurer la victoire militaire. La guerre de l'information se mène aussi bien en temps de paix qu'en temps de guerre. Elle revêt un important volet renseignement : récolte et protection de l'information, y compris sur les réseaux de transmission, pour dégager un avantage. Elle intègre des déclinaisons tactiques, notamment

sur le champ de bataille, avec la mise en œuvre de leurre, de manipulations et d'offensives psychologiques.

L'armée russe s'est également beaucoup intéressée à l'impact des stratégies d'influence... sur sa propre population. Elle passe pour la plus en pointe dans ce domaine, avec de nombreuses études visant à déterminer les effets des flux d'information<sup>(4)</sup>, notamment en provenance de l'Ouest, sur l'idéologie et la morale collective. Il s'agit d'éviter à tout prix une intoxication à long terme qui pourrait nuire au rempart idéologique construit depuis un siècle et permettre l'apparition d'un ennemi intérieur.

Les militaires, tout comme les services secrets, se sont historiquement intéressés à des techniques de lavage de cerveau et d'interrogatoire : messages subliminaux, introduction de données dans le cerveau d'un soldat par ondes électromagnétiques ou encore... astrologie. Ces domaines de recherche parfois marginaux semblent toutefois avoir disparu du paysage depuis une quinzaine d'années, remplacés par une nouvelle obsession : l'utilisation du cyberspace.

### Le cyber, simple application de la guerre psychologique

Tout comme la Russie a pris conscience de faire partie d'une information globale, elle a vite intégré que cette information avait été largement informatisée. Alors que les Russes voient l'information comme « *un type important de ressources nationales stratégiques*<sup>(5)</sup> », ils cherchent comment protéger leurs marchés financiers, leurs entreprises et leurs capacités militaires tout en travaillant à la mise en œuvre de moyens d'influer sur ceux de l'adversaire.

L'espace virtuel est, comme pour tous les autres flux d'information, un moyen de dégager un avantage stratégique. Les Russes y déclinent les applications qu'ils ont historiquement employées depuis la définition de la *maskirovka*. Une multitude de leurre sont dispersés sur la Toile ; les médias sont utilisés pour



(© Tudor Catalin George/Shutterstock)



toucher et convaincre massivement les différentes populations cibles (alliées, neutres, ennemies) ; des opérations de pression psychologiques, notamment à l'aide d'attaques par déni de service, sont utilisées contre des adversaires ; de faux sites d'information et de faux témoignages sont montés de toutes pièces pour affaiblir l'ennemi.

## De Khalkhin Gol à la Crimée

En 1939, Gueorgui Joukov, alors commandant, offre un bel exemple de ce qu'est la *maskirovka* sur le champ de bataille. Son armée fait alors face aux Japonais à Khalkhin Gol. Convaincu par l'intérêt de la guerre de l'information, il met en place – comme d'autres officiers soviétiques lors de batailles majeures – un commandement spécifique à cet aspect. L'objectif est de faire croire à l'ennemi que les Russes vont continuer de s'enterrer dans une position défensive alors qu'ils préparent une offensive. Pour masquer ses mouvements de troupes, il multiplie les leurres sonores : des blindés roulent en permanence d'un bout à l'autre du front pour habituer les Japonais au bruit, des haut-parleurs diffusent des bruits de terrassement pour faire croire à des travaux majeurs du génie. Enfin, comme à de nombreuses reprises lors de ce conflit, les radios sont saturées de faux messages.

Approche très différente, puisqu'en temps de paix, mais plus proche de

nous : les pays baltes. Les militaires de Lettonie surveillent ainsi toute une série d'actions concertées dans le domaine de l'influence visant à décrédibiliser l'idée d'une identité nationale. Ces actions sont menées par des Russes dans le domaine de la culture, de la télévision ou encore du sport. L'objectif est de démontrer que les États baltes, en tant que tels, n'existent pas et qu'ils devraient faire partie de la Fédération de Russie. L'une des actions menées vise à mettre en avant le rapprochement de ces pays avec l'OTAN, dans une logique de confrontation : les opérations menées en Afghanistan par les forces spéciales lituaniennes ont par exemple été largement commentées dans les médias russes<sup>(6)</sup>.

Encore plus proche de nous, et toujours d'actualité, le conflit ukrainien est un bel exemple de l'application globale d'une stratégie d'influence intégrant tous les acteurs russes. Une stratégie qui est directement et personnellement coordonnée par Vladimir Poutine, si l'on en croit les propos d'Igor Panarin. On y retrouve toute la palette des outils disponibles. Citons-en deux. Le premier est l'application, purement militaire, du brouillage informationnel sur le terrain. Comme les hommes de Joukov, ceux qui ont pénétré les premiers en Crimée avaient pour rôle de faire perdre le contrôle de l'information à l'adversaire. Cagoulés, dépourvus d'insignes, les soldats se sont exhibés devant les objectifs des caméras et des

appareils photo, rendant particulièrement difficile la détermination du nombre exact d'hommes : un même groupe pouvait ainsi se faire photographier à différents endroits pour donner l'impression de mouvements massifs. Sur le plan de la propagande, les Russes ont également développé toute une palette de médias en ligne, visant les différents publics. *Kharkov News Agency*<sup>(7)</sup>, par exemple, s'est longuement présenté comme un site d'information ukrainien. Focalisé sur une information intégralement prorusse, la rédaction est en réalité installée en Russie, dans un bâtiment discret de Saint-Petersbourg. Ce type de plate-forme, dont le nombre a explosé, permet de désinformer les populations pour les amener à adopter un comportement conforme aux objectifs politiques et militaires. Une stratégie qui a particulièrement bien fonctionné sur les habitants russophones de l'Est ukrainien, « soignés » par ces outils depuis de nombreuses années. ■ R. M.

## Notes

- (1) Mark Lloyd, *The art of military deception*, Pen and Sword, Londres, 1997.
- (2) Cité dans Briand D. Dailey et Patrick J. Parker (dir.), *Soviet Strategic Deception*, The Free Press, Londres, 1987.
- (3) Jolanta Darczewska, *The Anatomy of Russian Information Warfare. The Crimean Operation, a Case Study*, Centre for eastern studies, Point of View n° 42, Varsovie, mai 2014.
- (4) Timothy L. Thomas, *The Russian View of Information War*, Foreign Military Studies Office, Fort Leavenworth, 2000.
- (5) Steve Tatham, *U. S. Governmental Information Operations and Strategic Communications: a Discredited Tool or User Failure? Implications for Futures Conflicts*, Strategic Studies Institute, Carlisle Barracks, 2013.
- (6) Exemples présentés par des militaires lituaniens et lettons, lors de la NATO PsyOps Conference tenue à Vilnius en 2012.
- (7) Aric Toler, « Fake "Ukrainian" News Websites Run by Russian "Troll Army" Offshoots », [Globalvoicesonline.org](http://Globalvoicesonline.org), 19 novembre 2014.