

Editorial. Bienvenue sur ce nouveau projet. Comme beaucoup, j'ai pris l'habitude de consulter mes informations via mon portable et j'avoue avoir développé une forte appétence pour les newsletters et autres *morning brief*, à l'efficacité redoutable en termes de veille et d'économie de lecture. Trop vieux (!) et trop occupé pour *bloguer* efficacement, je vais donc plutôt me consacrer à la rédaction de cette petite lettre. Elle sera probablement hebdomadaire et consacrée à des sujets en lien avec l'influence dans les conflits, la propagande, l'action psychologique et l'information. L'été sera une phase expérimentale, en attendant un vrai lancement à la rentrée. Dites-moi ce que vous en pensez ! ... RM

Manipulation et action psychologique

France. La déception, sujet d'avenir pour l'armée de terre. Auditionné le 5 juin dernier par la commission Défense de l'Assemblée nationale, le chef d'état-major sortant a rappelé l'importance de la déception : « *Dans notre doctrine d'emploi, nous avons un peu oublié les actions de déception. Nous allons fêter demain le soixante-quinzième anniversaire du Débarquement. Or, l'année du Débarquement, a été conduite une opération de déception exceptionnelle, dénommée Fortitude. Si pour nos amis britanniques, la déception est restée dans la doctrine, nous l'avons un peu évacuée. C'est dommage car la déception est une capacité majeure qui va du simple camouflage jusqu'à des manœuvres de grande ampleur.* » La déception a été l'un des quatre sujets évoqués lors d'une récente rencontre avec ses homologues britanniques et allemand, avec le combat de haute intensité, l'engagement des robots et la pharmacologie. [Lire l'intégrale de son audition ici sur le site de l'Assemblée.](#)

Déception, bibliographie. On recommandera à ce sujet la lecture ou la relecture du Focus stratégique de juin 2018 de l'IFRI par Rémy Hémez. [Téléchargeable ici.](#)

Etats-Unis. Des « Deepfakes » en 2020 ? Le site *The Atlantic*, comme de nombreux médias américains, s'inquiète du risque d'émergence de *deepfakes*. Ces manipulations de vidéos d'une grande technicité pourraient en effet permettre de voir se multiplier les opérations de désinformation fabricant de toutes pièces des discours politiques de candidats, totalement crédibles sur la forme. Outre le risque de manipulation, la montée en puissance de cet outil risque de miner la

confiance du public dans les médias audiovisuels. Le journaliste rappelle cependant le risque d'une législation adoptée trop rapidement pour protéger contre ce phénomène, qui pourrait s'avérer contre-productive en limitant dans le même temps la liberté de parole. [Vidéo consultable ici.](#)

Etats-Unis. Bienvenue au barbecue. Alors qu'en France, le Centre interarmées d'actions sur l'environnement (CIAE) de Lyon se fait discret, les unités américaines spécialisées dans l'influence affichent leur vie régimentaire sur les réseaux sociaux. Le 8^{ème} groupe d'opérations psychologiques de l'armée de l'air annonce même son dernier barbecue ([ici](#)).
Choc des cultures.



Etats-Unis. L'influence de Washington dépassée par celle de Moscou. Le Pentagone a rédigé une analyse destinée à l'état-major des armées qui conclut à une domination de la Russie sur les Etats-Unis en termes d'influence politique et informationnelle. Le document, rédigé par des chercheurs militaires et civils, offre un large panorama de l'affrontement entre les deux puissances, ainsi que des pistes de réponses à mettre en œuvre. [Il est consultable ici.](#)

Royaume-Uni. Package anti-fake-news. Le gouvernement britannique a annoncé dimanche 7 juillet un budget de 18 millions de livres sterling pour lutter contre les « fausses nouvelles » en Europe de l'Est et dans les Balkans. Le « Conflict, Stability and Security Fund » (CSSF) permettra surtout de financer des médias locaux afin qu'ils déconstruisent les narratifs portés par Moscou. L'annonce fait en particulier écho à l'attaque de Salisbury et aux opérations d'influence qui l'ont accompagnée. [Le communiqué est ici.](#)

Terrorisme

Etat-islamique. Etude des liens sortants sur Twitter. Une étude de plusieurs auteurs a décortiqué les liens sortants du réseau social Twitter vers la revue de l'Etat islamique Rumiya. Les 11 520 incidences permettent aux auteurs de conclure que les djihadistes ont une stratégie de dissémination de leurs contenus en de petites briques répandues sur des plateformes diverses, relayées pour un tiers des cas par des bots. Ils estiment que la réponse de Twitter a été à la hauteur, supprimant les principaux PDF ainsi que les fichiers les relayant. [Lire ici.](#)

Bibliographie du terrorisme. Donald Holbrook s'est penché sur le contenu des bibliothèques de 57 terroristes identifiés dans des investigations au Royaume-Uni entre 2004 et 2017. Principal enseignement : ils ne collectent pas des documents particulièrement violents et extrêmes mais préfèrent une littérature idéologisée, souvent sous la forme de récits religieux. Ces narratifs sont souvent construits en opposition avec ceux des gouvernements en place. Les images d'exécutions les plus violentes et les discours justifiant les massacres de civils sont très minoritaires. Cette étude montre par ailleurs que malgré la sophistication de la propagande arrivée avec l'Etat islamique, les djihadistes étudiés n'ont que marginalement évolué dans leurs pratiques médiatiques. L'audio, notamment, reste un support privilégié. [Lire ici.](#)

Outils de contrôle

Chine. Application espionne. Le New York Times raconte comment les gardes-frontières installent une application espionne sur les téléphones des visiteurs du Xinjiang. L'un des journalistes a été invité à éteindre son téléphone lors de sa visite de cette région musulmane, tandis que le logiciel récolte données et informations sur son voyage. L'application vérifie si elle reconnaît dans le téléphone l'un des 73 000 documents mémorisés. Certains sont en lien avec l'Etat islamique... D'autres avec les droits de l'homme. [Lire l'enquête ici.](#)

Etats-Unis. Algorithmes et tueries de masse. Un ingénieur de Google, Pandu Nayak, a révélé que le moteur de recherche avait fait évoluer son algorithme sur le sujet des tueries de masse. Pour faire face à l'important volume de fausses informations qui suit chacun de ces drames, la société américaine a décidé de favoriser les critères d'autorité dans la fourniture de liens au public. [Un article du Guardian assez complet ici.](#)

Médias

Etude. Méfiance envers les médias. Ipsos a publié une étude sur la confiance accordée par 18 000 sondés dans 27 pays envers les médias d'information. Les résultats varient beaucoup d'un pays à l'autre même si l'on peut noter que plusieurs pays européens font face à une méfiance massive (France, Espagne, Royaume-Uni, Pologne, Hongrie, Italie, mais aussi Russie et Turquie). L'Allemagne et la Suède s'en sortent un tout petit peu mieux. Une seconde série de questions portant sur l'évolution de ce sentiment montre comment les personnes interrogées ont l'impression que leur confiance n'a cessé de diminuer au fil du temps. Les sondés estiment majoritairement que leurs médias sont bourrés de fausses informations, en particulier les Russes, les Hongrois et les Serbes. Sans grande surprise, ce dernier résultat empire pour les médias audiovisuels et en ligne. Une source d'information est notable en termes de confiance : les sondés accordent globalement beaucoup plus de crédit aux gens qu'ils connaissent personnellement. Et cela sans que leur compétence ne semble être un critère spécialement décisif. [Les résultats sont consultables ici.](#)

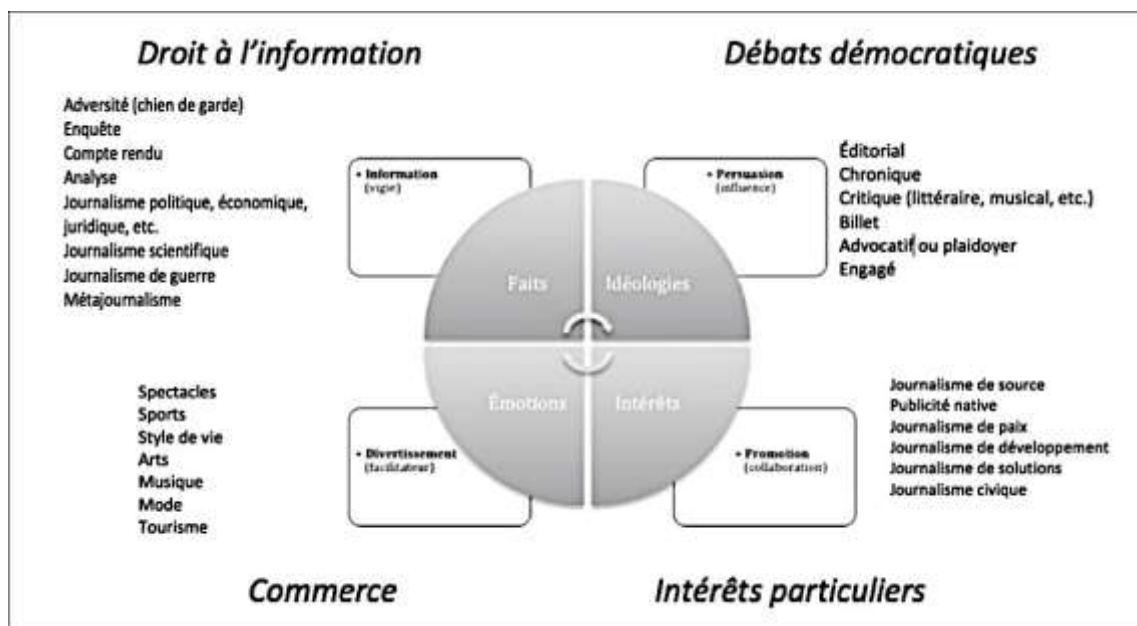
NET TRUST SCORES BY COUNTRY AND SOURCE

Net trust scores indicate, whether overall trust or distrust prevails in a given country. A **positive value** indicates that trust prevails, while a **negative value** indicates the opposite.

	Global Average	Argentina	Australia	Belgium	Brazil	Canada	China	France	Germany	Great Britain	Hungary	India	Italy	Japan	Malaysia	Mexico	Persia	Poland	Russia	Saudi Arabia	Serbia	South Africa	South Korea	Spain	Sweden	Turkey	United States	
Newspapers and magazines	-1%	-29%	12%	7%	35%	29%	-33%	39%	-12%	36%	1%	58%	55%	0%	11%	25%	-16%	-18%	-37%	-21%	19%	77%	30%	-10%	-18%	5%	-12%	9%
Television and radio	4%	13%	19%	-21%	33%	36%	-25%	42%	-15%	38%	32%	-37%	41%	4%	5%	38%	-26%	-5%	-39%	-21%	26%	-64%	38%	-4%	-13%	17%	-6%	7%
Online news websites and platforms	-5%	-19%	14%	-19%	20%	-5%	-29%	26%	-26%	26%	6%	-44%	34%	-4%	-27%	8%	-10%	-10%	-32%	11%	22%	-41%	26%	-27%	-29%	-17%	12%	-13%
People I know predominantly through the internet	-38%	-61%	-15%	-48%	-19%	-37%	-69%	-33%	-47%	-10%	-22%	51%	7%	-46%	-51%	-29%	-56%	-65%	-54%	-29%	4%	59%	-25%	-53%	-61%	-57%	-4%	-31%
People I know predominantly in person	49%	45%	77%	51%	51%	68%	8%	48%	40%	77%	67%	54%	58%	38%	27%	43%	33%	25%	52%	80%	44%	44%	49%	20%	50%	58%	49%	63%

France. Factchecking et polémique. L'échange de boules puantes entre le journal *Libération* et le journal *L'Opinion* n'en finit plus. A l'origine de l'affaire : des journalistes s'écharpent sur la dangerosité du glyphosate et la bonne manière de traiter le sujet. Accusée par ses opposants investigateurs télévisuels, la spécialiste de l'agriculture Emmanuelle Ducros s'est vue accusée de « faire des ménages ». La journaliste a-t-elle été rémunérée par des lobbys de l'industrie agro-alimentaire ? [s'interroge la plateforme de fact checking de Libération](#) à propos de la journaliste de *L'Opinion*. Oui : le lobby des boulangers l'aurait rémunérée pour animer une conférence. Plus besoin de débattre, tout est dit. Si elle a mangé de ce pain-là, son travail ne vaut rien. Arguments d'autorité, mépris, dénégations et enfin, arrivée dans l'arène des directeurs des rédactions. Pas sûr qu'on n'en a appris plus sur le glyphosate avec tout ça. Ceux qui se plaignaient des factcheckers s'en donnent à cœur joie, même si on ne comprend pas toujours bien en quoi cette affaire valide leurs autres thèses.

Journalisme. Classification. Marc-François Bernier et Thierry Watine ont publié dans *Les Cahiers du journalisme* une intéressante communication pour aider à « Penser les journalismes ». Entre journalisme de combat, commentaire sportif et grande investigation, il est parfois difficile de s'y retrouver : qu'est-ce que le journalisme ? « Qu'arriverait-il si on posait la question autrement ? Si, au lieu de faire du journalisme un concept fourre-tout qui embrouille bien plus qu'il n'éclaire, on admettait la pluralité et la dispersion de cette activité à la fois sociale, politique, idéologique, culturelle et économique ? Si on envisageait, sur le mode hypothétique de parler des journalismes afin mieux tenir compte de l'éventail de leurs déclinaisons, de leurs visées et fonctions, de leurs pratiques, de leurs motivations et modes de narration ? » [Leur travail est à lire ici.](#)



Minute détente. Frédéric Taddeï nous a offert mardi dernier un débat grandiose sur l'antenne de RT France, sur le thème « Information ou propagande ». D'un côté, Olivier Berruyer, animateur du blog Les Crises, actuaire de son métier et chantre du « les médias, tous propagandistes puisqu'ils ne partagent pas mes analyses et ne m'invitent pas assez ». De l'autre, Jean-Michel Apathie, éditorialiste multi-médias souvent pris pour cible par les critiques anti-système, qui rappelle ne représenter que lui. Berruyer nous propose son concept de « propagande involontaire », selon lequel un journaliste qui ne défend pas ses idées est l'exécutant d'une stratégie gouvernementale, malgré lui si il le faut. Apathie admet faire sa « propagande personnelle » à lui, tout seul. On ne sait pas bien quel objectif politique il poursuit puisqu'il affirme n'en avoir aucun. Bref, ambiance café du commerce avec une absence totale de maîtrise des concepts. Mais que fou Orwell ?! Pour rire un coup, [vous pouvez visionner ici.](#)

L'auteur : Romain Mielcarek



Journaliste indépendant, je collabore sur des questions de défense et de relations internationales avec RFI, Le Monde Diplomatique, DSI et Bruxelles 2.

Docteur en sciences de l'information et de la communication, j'étudie les stratégies militaires d'influence.

Contact : romain.mielcarek@gmail.com // 06 70 83 79 69