



Association des Anciens de l'Ecole de Guerre Economique

association
ege



VICTOIRE MILITAIRE ET DEFAITE INFORMATIONNELLE

17/12/2008

Auteurs :

Christian Harbulot

Sous la direction de :

Avertissement et Copyright

Ce document d'analyse, d'opinion, d'étude et/ou de recherche a été réalisé par un (ou des) membre(s) de l'Association de l'Ecole de Guerre Economique. Préalablement à leurs publications et/ou diffusions, elles ont été soumises au Conseil scientifique de l'Association. L'analyse, l'opinion et/ou la recherche reposent sur l'utilisation de sources éthiquement fiables mais l'exhaustivité et l'exactitude ne peuvent être garantie. Sauf mention contraire, les projections ou autres informations ne sont valables qu'à la date de la publication du document, et sont dès lors sujettes à évolution ou amendement dans le temps. Le contenu de ces documents et/ou études n'a, en aucune manière, vocation à indiquer ou garantir des évolutions futures.

Le contenu de cet article n'engage la responsabilité que de ses auteurs, il ne reflète pas nécessairement les opinions du(des) employeur(s), la politique ou l'opinion d'un organisme quelconque, y compris celui de gouvernements, d'administrations ou de ministères pouvant être concernés par ces informations. Et, les erreurs éventuelles relèvent de l'entière responsabilité des seuls auteurs.

Les droits patrimoniaux de ce document et/ou étude appartiennent à l'Association, voire un organisme auquel les sources auraient pu être empruntées. Toute utilisation, diffusion, citation ou reproduction, en totalité ou en partie, de ce document et/ou étude ne peut se faire sans la permission expresse du(es) rédacteur(s) et du propriétaire des droits patrimoniaux.



Introduction

La guerre militaire peut-elle être inféodée à la guerre de l'information ? Les conflits récents comme la guerre de l'été 2006 au Liban ou les affrontements militaires contre les *insurgés* en Afghanistan redonnent une dimension très actuelle à cette question soulevée déjà à propos de la guerre du Vietnam. Si l'offensive du Têt lancée en 1968 dans les villes sud-vietnamiennes par le régime communiste d'Hanoi a été un échec sur le plan militaire¹, son écho dans la presse internationale a transformé cette défaite en succès géostratégique. Dans *Vietnam, la trahison des médias*, diffusée le 1^{er} octobre 2008 sur la chaîne de télévision franco-allemande Arte, un général américain interviewé dans l'émission explique comment les dirigeants communistes Ho Chi Minh et Giap ont choisi de perdre sur le plan militaire au profit d'une victoire décisive en guerre de l'information. Ils avaient compris que les images prises par les journalistes américains dans les villes, jusque-là peu affectées par la guerre, allaient montrer une armée américaine attaquée par surprise et surtout, transformer les médias occidentaux en relais de propagande pour raconter ce qu'ils allaient eux-mêmes décrire comme une guerre d'enlèvement. La « deuxième guerre du Liban » qui a opposé Israël aux islamistes du Hezbollah intervient dans un tout autre contexte que celui de la guerre du Vietnam mais aboutit à un constat quelque peu similaire : les Israéliens n'ont pas été battus militairement par le Hezbollah mais ils sont, en revanche, sortis affaiblis de cette guerre en raison de la mauvaise image donnée par Israël dans la conduite des opérations. Une fois de plus, la guerre militaire a été inféodée aux enjeux de la guerre de l'information.

Les enseignements à tirer de la guerre du Liban

La guerre du Liban de 2006, comme la guerre du Vietnam, souligne l'importance du problème de la légitimité dans l'affichage médiatique des belligérants. Le faible, comme son nom l'indique, peut jouer sur l'inégalité du rapport de force et amplifier ce présupposé favorable en développant l'image de la victime et du résistant à l'envahisseur. Le fort est dans la position inverse car il doit faire oublier l'avantage décisif que lui offre sa puissance en

¹ Les pertes humaines du Vietcong ont été estimées à plusieurs dizaines de milliers de soldats et de miliciens.



justifiant son recours par des arguments convaincants. La guerre de l'information renverse en fait les règles de l'affrontement dans la mesure où la réalité du faible crée une posture plus favorable à l'affrontement informationnel que la réalité du fort. Lors de l'offensive du Têt, les forces du Vietcong ont exécuté sans procès plusieurs milliers de militaires et civils vietnamiens lors de la prise de la ville de Hué. Cette information n'a pas eu de résonance particulière alors que quelques années plus tard la découverte du massacre de Mi Lai² fit la Une de la presse mondiale. Ce décalage dans le traitement de l'information par les médias est aussi présent dans la guerre du Liban où une victoire militaire peut aboutir à une défaite informationnelle qui gomme les résultats chèrement acquis sur le terrain.

Le conflit de l'été 2006 a été fortement impacté par la combinaison des flux informationnels (médias, Internet) qui a été à la fois l'expression de la propagande des deux camps mais a aussi révélé un nouveau champ d'affrontement par le biais des blogs. Si bon nombre de commentateurs et d'analystes ont insisté a posteriori sur les échecs de la stratégie de communication des autorités israéliennes, il n'en reste pas moins vrai que ces dernières ont, durant l'offensive de juillet 2006, largement exploité la vaste gamme des techniques d'influence et de guerre psychologique pouvant être mises en place lors d'un conflit armé. Un choix qui n'a rien d'étonnant de la part d'un gouvernement connaissant les risques informationnels pesant sur le « fort » dans le cadre d'un conflit asymétrique comme peut l'être l'affrontement israélo-palestinien³.

Le recours des forces armées israéliennes aux techniques de persuasion, pouvant aller de la simple campagne de communication jusqu'à l'utilisation offensive de l'arme psychologique, s'est articulé autour de cinq types de cibles dont les comportements et les perceptions furent considérés comme un enjeu stratégique pour les autorités israéliennes : la presse internationale, la population libanaise (et en particulier les communautés chrétienne, druze et sunnite), les membres ou sympathisants du Hezbollah, les internautes sensibilisés par le conflit et le gouvernement libanais. L'effet

² En mars 1968, une compagnie de *GI's*, sous les ordres du lieutenant William L. Calley, investit le village sud-vietnamien de Mi Lai et y exécuta un certain nombre de civils.

³ L'affaire « Mohamed Al Dura », du nom du jeune garçon tué dans la bande de Gaza en 2000 et qui avait en partie contribué à la reprise de l'Intifada, est une illustration du type de risque informationnel auquel les Israéliens doivent faire face.



final recherché s'est ainsi construit autour d'un double objectif : démoraliser la milice chiite en lui ôtant le soutien massif de la population libanaise (y compris de ses propres partisans actifs) et persuader l'opinion internationale de la légitimité de l'offensive israélienne au Liban.

Rappelons les faits : le 12 juillet 2006, deux soldats israéliens sont enlevés par la branche armée du Hezbollah. En riposte à ce qu'ils considèrent comme un véritable « acte de guerre », les Israéliens effectuent dans la nuit du 12 au 13 juillet une quarantaine de raids aériens sur le Liban, raids auxquels le Hezbollah réplique rapidement par des tirs réguliers de roquettes sur les localités du nord d'Israël. Afin d'être au plus près de l'événement, les journalistes étrangers couvrant le conflit côté israélien vont chercher à se rendre dans ces localités, afin d'évaluer les dommages infligés par le « Parti de Dieu ». Afin de maîtriser au maximum le risque informationnel et pour que les envoyés spéciaux des rédactions étrangères effectuent une couverture médiatique de l'opération favorable à Israël, les autorités israéliennes vont chercher à contrôler et encadrer les journalistes. Le « Government Press Office » israélien (GPO), n'affiche pas de politique d'entrave du travail des représentants de la presse internationale. A priori, ceux-ci peuvent circuler librement, à l'exception de certaines zones interdites et dans la limite des horaires de couvre-feux⁴. Afin de satisfaire le besoin en information des correspondants, le GPO organise des « pools » de journalistes dans les zones touchées par les roquettes du Hezbollah ainsi que des conférences de presse avec notamment les familles des deux soldats capturés.

L'enjeu stratégique pour les Israéliens réside dans la maîtrise des perceptions afin de mettre en avant une situation de « légitime défense » en dénonçant l'attitude belliciste du Hezbollah afin de légitimer aux yeux de l'opinion publique internationale les raids aériens sur le Liban. Les membres du service de presse gouvernemental vont même déployer toute une logistique bénéficiant aux journalistes étrangers qu'ils ont au préalable accrédité (mise à disposition de bus, livraison de nourritures) tout en contactant ces derniers, par téléphone ou par mail, afin de leur livrer des sujets jugés intéressants à couvrir. Sur le terrain, le GPO fait en sorte que les journalistes puissent bénéficier de témoins directs parlant leurs langues respectives afin d'éviter les tourments liés à la traduction, tâche d'autant plus

⁴ Paule Gonzales, « Les médias, l'autre arme de la guerre du Liban », *Le Figaro*, 11 août 2006.



facile que l'Etat d'Israël est très largement composé d'immigrants. Les fonctionnaires israéliens s'arrangent également pour que les journalistes puissent appréhender correctement le déroulement des opérations en les mettant en contact avec des experts militaires⁵ et n'hésitent pas à leur fournir des images. En optant pour cette politique d'information, les Israéliens ont en fait cherché à concilier deux impératifs souvent contradictoires : éviter d'être accusé d'entrave à la liberté de la presse ou de pratiquer la rétention d'information, et faire en sorte de maîtriser le risque informationnel en contrôlant le travail des journalistes.

Ce souci des Israéliens de livrer une image positive d'eux-mêmes n'est pas nouveau. Les autorités israéliennes, au gré des affrontements réguliers avec les Palestiniens, ont constaté progressivement qu'il ne suffisait pas de remporter des succès militaires, mais que la véritable victoire passait nécessairement par la maîtrise des perceptions dans l'opinion publique internationale. Afin de palier aux carences passées, les autorités israéliennes soutiennent la création à Jérusalem en 2002 d'un centre professionnel diffusant de l'information aux journalistes ainsi que des initiatives privées comme *Camera*, *Palestinian Media Watch*, *Memri*⁶, et organisent des campagnes de relations publiques⁷. Les militaires israéliens ont bien conscience que dans le cadre d'un combat asymétrique, il est nécessaire pour le « fort » de toujours veiller à ce que le « faible » ne puisse mettre en scène l'affrontement à son profit⁸.

Parmi les éléments de la stratégie israélienne, la population libanaise a fait l'objet d'une attention toute particulière et d'un traitement pour le moins offensif. Le gouvernement israélien a voulu, dès les premiers raids aériens, présenter son action comme une riposte aux provocations du Hezbollah et non pas comme un conflit déclaré à la nation libanaise et à son

⁵ Au sujet du travail du GPO durant la guerre de juillet, on peut consulter l'article de Matthias Gebauer, correspondant en Israël du journal *Der Spiegel*, « News on a platter », 28 juillet 2006. <http://www.spiegel.de/international/spiegel/0,1518,429105,00.html>

⁶ Article du site terrorisme.net, « Conflit israélo-palestinien : analyse du terrorisme et guerre de la propagande », 19 août 2002. http://www.terrorisme.net/analyse/2002/003_israel_prop.htm

⁷ Le ministère des affaires étrangères israélien aurait, en 2001 notamment, fait appel aux services de l'agence de « public relation » new-yorkaise Howard J. Rubinstein. <http://www.ptb.be/scripts/article.phtml?section=A1AAABBSBB&obid=5713>

⁸ Caroline Glick, *Jerusalem Post*, « Information warfare 101 », 18 juin 2004.



gouvernement. A l'époque, le pays du Cèdre, encore marqué par les meurtrissures et les divisions de la guerre civile, connaît de très vives tensions entre un bloc composé très largement de la communauté sunnite, d'une partie des communautés chrétiennes et de la communauté druze ; et un bloc chiite dominé par le Hezbollah, le mouvement Amal et une partie non négligeable de la population chrétienne. Le premier bloc, auquel appartient le premier ministre Fouad Siniora, se veut le défenseur de la souveraineté libanaise contre les ingérences extérieures, notamment syriennes ou iraniennes. Le second bloc, bénéficiant de l'aura et du prestige du Hezbollah, n'hésite pas à mettre en avant les liens étroits unissant le Liban à la Syrie ou même à la république islamique d'Iran. Ces fractures et ces tensions, héritées des conflits précédents et ayant montré toute leur intensité depuis l'assassinat de l'ancien premier ministre sunnite Rafic Hariri en février 2005⁹, font du Liban en juillet 2006 un pays profondément divisé et en proie aux passions confessionnelles.

Les autorités israéliennes, au fait de la situation interne du Liban, vont chercher à jouer sur ces divisions afin de tenter d'isoler le Hezbollah du reste de la population en le présentant comme une menace pour les Libanais eux-mêmes. Il est possible de déceler des traces de cette stratégie dans les opérations de guerre psychologique qui ont été mises en place à destination des Libanais. Dans un rapport rédigé par Herbert A. Friedman¹⁰ sont consignées les principales actions psychologiques menées par les Israéliens à destination de la population libanaise. Les Israéliens ont déversé sur le Liban plus de 17 millions de tracts en utilisant les moyens aériens – avions et hélicoptères – ou les moyens de l'artillerie terrestre ou navale. Cette technique de propagande avait déjà été appliquée par Tsahal au Liban en 1982 lors de l'opération « Paix en Galilée » et est régulièrement employée en Palestine. Sur ces tracts de propagande, figuraient de multiples caricatures d'Hassan Nasrallah, représenté sous la forme d'un serpent ou d'une marionnette manipulée par la Syrie ou l'Iran, mais aussi de petits textes réaffirmant la volonté israélienne d'éradiquer le Hezbollah, mettant en avant

⁹ Il convient de rappeler que cet assassinat, attribué pour beaucoup aux services de renseignements syriens ou à ses relais libanais, avait provoqué un vaste mouvement de protestation des communautés sunnite, chrétienne et druze. Cette série de manifestations, désignée par beaucoup comme « le printemps de Beyrouth » ou même « la révolution du Cèdre », avait abouti au retrait total des troupes syriennes positionnées au Liban prévu par la résolution 1559 du conseil de sécurité de l'O.N.U et à la création d'un tribunal spécial international destiné à faire la lumière sur l'assassinat de l'ancien premier ministre libanais.

¹⁰ SGM Herbet A. Friedman, "Psychological operations during the Israël-Lebanon war 2006".



les qualités militaires de Tsahal tout en insistant sur le fait que cette opération n'était pas dirigée contre le peuple libanais. Dans le même esprit, et toujours pour créer des perceptions négatives vis-à-vis du Hezbollah, les Israéliens ont largué sur le Liban plus de 25 000 diffuseurs de parfum pour voiture représentant également le chef du « Parti de Dieu », abrité derrière un cèdre du Liban, avec cette inscription : « *Si vous le voulez, vous pouvez retrouver le parfum des cèdres en vous débarrassant de celui qui a détruit le Liban* »¹¹. En jouant alternativement sur la peur et les divisions internes au Liban, cette utilisation de l'arme psychologique fut pensée comme une possibilité de modification des perceptions libanaises afin de limiter au maximum les perceptions négatives nées des bombardements massifs.

Les membres ou les sympathisants du Hezbollah ont constitué une cible spécifique. Début août 2006, les services de renseignement militaires israéliens piratent la chaîne de télévision du Hezbollah, Al Manar, diffusant des photos de cadavres présentés comme ceux de combattants de la milice chiite et accompagnées d'un message accusant Hassan Nasrallah de mentir sur les pertes subies par cette dernière. La station de radio du Hezbollah a également fait les frais de ce type d'action psychologique, les Israéliens ayant réussi à diffuser ce message : « *Hassan Nasrallah a envoyé sans les préparer des hommes combattre l'armée israélienne, une armée d'acier. Cessez un moment d'écouter les hymnes patriotiques, réfléchissez par vous-même, ayez les pieds sur terre* ». La pression psychologique sur le Hezbollah et ses soutiens s'est aussi exercée par l'envoi de SMS et de messages téléphoniques préenregistrés à des membres de l'appareil de la milice chiite ou même à de simples sympathisants.

Les Israéliens ont aussi eu recours à Internet. Fin juillet, de nombreuses organisations de soutien à Israël, appuyées par la direction des affaires publiques du ministère des affaires étrangères dirigé par Amir Gissin, lancent une vaste campagne d'influence sur Internet¹². Ce collectif, baptisé Giyus.org (acronyme pour *Give Israël Your United Support*), se présentait comme « *une coalition d'organisations juives et pro-israéliennes travaillant ensemble afin d'aider la communauté juive à exprimer son opinion d'une*

¹¹ AFP Jérusalem, 15 août 2006, « Poursuite de la guerre psychologique au Liban, après la fin des combats ».

¹² The Times, « Israël épaulée par une armée de cyber-soldats », par Yonit Farago, 28 juillet 2006.



manière efficace et active » notamment en améliorant « *les chaînons de communication entre les différentes organisations, leurs membres, l'Etat d'Israël et le monde extérieur* »¹³. Afin de modifier les perceptions sur la politique israélienne, Giyus.org a mis en place un logiciel baptisé « mégaphone » téléchargeable directement sur le site du collectif. Cet outil d'influence cible notamment les sondages en ligne sur Israël, les forums de discussion ou les blogs traitant d'Israël, les communiqués officiels d'autorités publiques étrangères, et donc de réagir en ligne en livrant une opinion favorable à Israël.

Il faut ajouter à ces stratégies d'influence des actions beaucoup plus offensives renvoyant à une forme de « cyberwar » très élaborée. Selon le quotidien saoudien publié à Londres *Asharq al-Awsat*, des hackers israéliens auraient, durant l'offensive, attaqué les sites du Hezbollah¹⁴.

Cet ensemble d'actions n'a pourtant pas eu l'effet escompté, Israël n'ayant pas réussi à modifier véritablement les perceptions en sa faveur, à cause de la force des images des civils tués lors des attaques contre les villages libanais, comme celui de Kafr Qana. Une faille que le Hezbollah a su particulièrement bien déceler et exploiter.

Les pièges informationnels du Hezbollah

Israël s'était-il bien préparé aux pièges informationnels tendus par le Hezbollah ? C'est la question qu'on peut se poser en analysant la guerre de l'information menée par le Hezbollah. L'armée israélienne a la réputation de bien préparer ses états-majors à la connaissance de l'ennemi. Dans le cas du Hezbollah, il semblerait que la préparation ait surtout porté sur les questions strictement militaires ou sur la manière de contrer les arguments de propagande politique développés par le Hezbollah à l'encontre de l'Etat hébreu. En revanche, la volonté du Hezbollah de piéger l'ennemi par l'information n'a pas été suffisamment prise en compte. Il existait pourtant un

¹³ Site Giyus.org : http://www.giyus.org/fr_aboutus.html

¹⁴ « Moyen-Orient : la cyber-guerre est déclarée », Marianne, le 31/07/2006.



fil rouge dans la transmission du savoir entre les pratiques du Pacte de Varsovie, les *safaris* militants organisés par les groupes palestiniens dans le *Fatah land* au Sud Liban avant la guerre civile et les opérations de tirs de roquette du Hezbollah à proximité des sites onusiens ou des habitations de la population civile près de la frontière avec Israël. Les stratèges soviétiques avaient recommandé aux dirigeants de la RDA de positionner une partie de leurs stations d'essence dans des quartiers à forte densité de population afin de gêner les éventuelles frappes aériennes de l'Otan et tirer un bénéfice en termes de propagande à cause du nombre important de victimes civiles qu'elles provoqueraient parmi la population est-allemande. Au milieu des années 1970, les groupes palestiniens organisèrent des « safaris » composés de militants gauchistes d'origine européenne au sud Liban afin qu'ils puissent témoigner à leur retour sur les dégâts commis par les raids punitifs de l'aviation israélienne. Le Hezbollah a hérité de ces méthodes en les rendant encore plus performantes. Il a su utiliser les ripostes de l'ennemi (frappes aériennes et tirs de contrebatterie) en les présentant comme des crimes de guerre commis contre des civils innocents. Le Hezbollah a mis en pratique ce type de raisonnement en instrumentalisant la présence de la FINUL sur la frontière Sud du Liban, provoquant des représailles aériennes israéliennes par leur présence régulière et belliqueuse tout autour des sites de l'ONU. Il suffisait au Hezbollah d'attendre une imprécision de tirs de représailles israéliens, touchant le bâtiment des Casques bleus et offrant une exploitation médiatique mondiale. Le 27 juillet 2006, le monde retiendra la mort de quatre Casques bleus dans le village libanais de Khyam, sous les tirs des avions israéliens. Kofi Annan ira jusqu'à se déclarer « *choqué* » et dénonça une attaque « *probablement délibérée* ». Le traitement médiatique de cette affaire impactera négativement l'opinion mondiale sur l'action d'Israël. La presse n'ayant pas recoupé l'information, le traitement a été unilatéralement et durablement anti-israélien, mettant même en doute par analogie la légitimité de l'ensemble des bombardements israéliens au Liban. Pourtant il a été prouvé¹⁵ que les avions d'Israël ne visaient pas les bases de l'ONU, mais bien les activistes du Hezbollah qui entouraient le bâtiment.

Ce succès du Hezbollah a été permis par l'emballage médiatique occultant les rapports des observateurs de l'ONU sur place. Ces rapports

¹⁵ 26/07/2006 : <http://www.un.org/Depts/dpko/missions/unifil/pr010.pdf>
<http://www.un.org/Depts/dpko/missions/unifil/pr011.pdf>
<http://www.un.org/Depts/dpko/missions/unifil/pr012.pdf>



(disponibles sur le site de l'ONU) décrivaient régulièrement les activités de combats du Hezbollah à partir de positions extrêmement proches de leurs postes d'observation, les mettant en danger lors des représailles israéliennes. Cette information contextuelle a été inaudible tellement l'impact de l'information de la mort des Casques bleus sous le feu israélien a été fort dans la presse mondiale. Elle a d'ailleurs joué un rôle décisif dans le retournement de l'opinion publique internationale et dans la création du doute entretenu autour de la légitimité de la riposte militaire israélienne.

Les pièges informationnels du Hezbollah ont été articulés autour d'une véritable mise en scène de la guerre de l'information. Dans un premier temps, le Hezbollah a d'abord cherché à se construire une légitimité en se positionnant comme le sauveur du Liban (posture positive) face à l'agresseur (posture négative). Tout l'argumentaire est par ailleurs développé dans une optique de rapport du faible au fort que le leader du Hezbollah rappelle explicitement de manière constante dans ses discours. Les éléments relatifs aux allocutions d'Hassan Nasrallah présentés dans cet article ont été analysés à partir de quatre de ses interventions : un discours un an avant le conflit (7 mars 2005 à Beyrouth), et trois prononcés durant le conflit (29 juillet, 3 et 9 août 2006, dont deux ont été diffusés sur Al Manar). Les éléments récurrents qui se dégagent de ces discours sont les suivants :

- Le thème de l'agression « états-uno-sioniste ».
- L'appel à l'unité libanaise.
- La légitimation de l'action de la résistance.
- La diabolisation de l'ennemi.

Hassan Nasrallah utilise des arguments classiques de légitimation pour justifier les actions de la résistance contre les troupes israéliennes. Certains de ses arguments ont une analogie avec la liste des dix commandements pour mobiliser l'opinion en cas de conflit, établie par Lord Arthur Ponsonby¹⁶ à l'issue de la Première Guerre Mondiale :

- Le Hezbollah ne veut pas la guerre : la résistance se bat uniquement parce que le Liban est attaqué. Dans le discours du 3 août, le leader du Hezbollah le dit

¹⁶ Anne Morelli, *Principes élémentaires de propagande*, Editions Labor, 2001.



clairement : « *je m'adresse aujourd'hui de nouveau à vous, alors que nous entamons la quatrième semaine de cette guerre d'agression imposée au Liban* ».

- Le camp adverse est le seul responsable de la guerre : il est avoué à demi-mot que le point de départ du conflit est l'enlèvement de deux soldats israéliens. Mais en permanence Israël est présenté comme étant l'agresseur.

- L'ennemi a le visage du diable. Nasrallah dénonce plusieurs fois par discours les meurtres de civils, l'exode des populations.

- La résistance subit très peu de pertes, les pertes de l'ennemi sont énormes. Il est dit dans le discours du 29 juillet qu' « *en raison de ses échecs et incapacités, l'ennemi tente de cacher ses pertes. Ce n'est pas nous qui cachons nos pertes* ».

- La cause défendue par le Hezbollah a un caractère sacré : la référence au divin est continuelle, avec une référence au châtiment pour ceux qui agissent mal et à la grâce pour ceux qui résistent. On peut d'ailleurs relever ici qu'il prend soin de rassembler toutes les confessions dans ses discours (« *tous les prophètes de Dieu* », Jésus, Muhammad).

En appui de tous ces aspects vient se greffer une utilisation minutieuse de la rhétorique qui démontre *in fine* que ces discours entrent dans le cadre d'un véritable combat informationnel. Ainsi le leader du Hezbollah a recours fréquemment à l'ironie, celle-ci lui servant à défaire l'argumentation adverse, à minimiser les victoires de l'ennemi. Il prend également le soin de démonter des arguments adverses pris isolément. Les discours ne sont pas construits sur un rejet en bloc ou sur une attaque frontale massive. Au contraire, point par point, cas pas cas, l'argumentaire de l'adversaire est démonté, et souvent tourné en dérision.

La stratégie du Hezbollah vis-à-vis des journalistes étrangers a été particulièrement efficace, peu d'images négatives du Hezbollah ayant été diffusées par les médias mondiaux. Après avoir établi un contrôle sur la presse étrangère sur son territoire, le Hezbollah a su et pu monopoliser la couverture médiatique libanaise, évitant ainsi des contre-feux médiatiques de la part du gouvernement libanais ou de coalitions de minorités. La mise hors d'usage de l'aéroport de Beyrouth ainsi que le blocus maritime ont forcé la presse mondiale à entrer dans le Liban par les deux voies restantes, par la ligne de front au Sud, et par la frontière Syrienne (privilégiée). Ces deux voies étant sous surveillance et contrôle particulier du Hezbollah, la presse n'a pas pu se défaire des chaperons visibles ou non du « Parti de Dieu ». En amont de l'organisation de *safaris* journalistiques, la simple restriction



physique de l'accès aux lieux sensibles par les membres d'Al-Shabab¹⁷, est un acte créant une asymétrie informationnelle entre le Hezbollah et Israël. Les couvre-feux imposés par Israël constituent une seconde barrière forte au travail des journalistes sur les terres du Hezbollah, barrière due à l'exercice du métier sur une ligne de front soumise aux frappes aériennes. Les équipes de la télévision du Hezbollah, la chaîne Al-Manar, ont exercé également une pression vive¹⁸ sur leurs confrères étrangers afin de prendre connaissance du contenu des scènes filmées et dissuader de diffuser celles défavorables au Hezbollah (attaques, morts et blessés du Hezbollah, lieux sensibles). L'ambivalence de ces personnes, au croisement du journaliste, du sympathisant et du combattant a été ressentie comme un fort moyen de pression par les journalistes étrangers, basé sur le doute quant à leur capacité de nuisance à l'exercice du métier, ou à l'intégrité physique du reporter tout en s'arguant d'une proximité corporatiste.

La réaction médiatique libanaise aux propositions de résolution de l'ONU a été monopolisée par le Hezbollah dans le but que seule sa voix soit audible. Un homme a été le vecteur privilégié de cette action, Lin Noueihed, qui a écrit une dépêche Reuters intitulée « Le Liban rejette la proposition de résolution », exprimant avec une rapidité imparable la position du Hezbollah en lieu et place de la réaction officielle du gouvernement libanais. Cette dépêche a fait croire à la communauté internationale que la réponse du peuple libanais au projet de résolution du Conseil de sécurité était négative, alors que le contenu n'exprimait que la position personnelle de Nabih Berri, pro-syrien et leader du mouvement chiite Amal. Les médias ont relayé mondialement cette dépêche, rendant peu efficiente la communication du gouvernement légitime prenant position dans le sens contraire de la dite dépêche. Le journaliste Lin Noueihed, à l'origine de cette dépêche avait écrit précédemment des articles controversés et participait au contenu de plusieurs sites radicaux. Sa partialité était donc identifiable par les responsables de l'agence Reuters.

Le Hezbollah a tout fait pour occuper le terrain de l'information en s'appuyant sur la chaîne de télévision Al Manar et une galaxie de sites Web autoproclamée « *chaîne de guerre psychologique contre l'ennemi sioniste* ».

¹⁷ Groupe du Hezbollah constitué de jeunes gens motorisés chargés de surveiller les déplacements des journalistes étrangers.

¹⁸ <http://www.checkpoint-online.ch/CheckPoint/Forum/For0080-ABCGuerreInformation-T.html>



Al Manar a été un réel acteur du conflit en diffusant la propagande et les appels à l'islamisation du conflit du Hezbollah, et créant un véritable culte d'Hassan Nasrallah. Les reportages jouent sur les amalgames afin de créer un élan de haine envers Israël, couplant des images du conflit avec des images d'archive des massacres de Sabra et Chatila, accusant Israël de vouloir faire un génocide anti-arabe et antimusulman au Liban. En tant que média du Hezbollah diffusant dans toute la région moyen-orientale, les locaux d'Al Manar (même bâtiment que le siège officiel du Hezbollah) ont été bombardés dès les premiers jours du conflit. Néanmoins la chaîne a pu émettre quasiment en continu durant toute la guerre, depuis des sites tenus secrets au Liban, conservant ses capacités techniques et humaines intactes. Al Manar représenta un véritable enjeu dans le conflit, car de nombreux Israéliens (arabes ou juifs) se sont informés via Al Manar afin d'avoir une version autre que la version officielle israélienne. L'outil de propagande a eu un impact mondial, car la chaîne diffuse en arabe, anglais, et français. Elle est devenue avec et depuis ce conflit une véritable vitrine du Hezbollah dans le monde, donc à la fois un outil de sensibilisation et de pré-recrutement. Le Hezbollah a également utilisé Internet, à travers des sites d'affiliation directe ou non. L'ensemble des sites de cette mouvance a été hébergé sur des serveurs moyen-orientaux (Syrie, Iran, Liban, Koweït, Qatar) et ailleurs en Malaisie et en Tanzanie. Ils ont montré une uniformité dans le déroulé de la propagande, rythmes, symboles, idées. Plusieurs sites Web semblent avoir été hébergés temporairement aux Etats-Unis et en Suède. Le développement de l'infrastructure Internet nécessaire à la création, à l'alimentation et au maintien de cette force de frappe informationnelle, semble une des traces du soutien indirect apporté par l'Iran au Hezbollah. Certains marqueurs idéologiques de Téhéran apparaissant sur ces sites dont la gestion implique des moyens supérieurs aux capacités du Hezbollah.

Outre ces stratégies classiques de guerre de l'information par le confinement des journalistes, la monopolisation de l'information dans son camp et la diffusion de sa propagande par tous les moyens, le Hezbollah a su développer de manière innovante une stratégie de manipulation du système de presse mondial sur la base d'une compréhension de ses failles structurelles. En effet les agences de presse, les chaînes de télévision et les radios d'information continue sont aujourd'hui, et dans un mouvement continu depuis les années 1990, soumises à une concurrence économique forte dont les enjeux sont les notions de rapidité de captation de l'information, de capacité à diffuser massivement et dans un format très court cette information. Cette course à l'audimat par l'information captée et diffusée en



premier, a engendré dans ce contexte concurrentiel l'abandon du critère qualitatif de l'information (l'analyse a cédé la place à l'image du fait et à la vérification de l'information par les journalistes). Le Hezbollah a exploité le mécanisme pervers d'une information constituée par l'image-fait que la presse préfère ne pas vérifier pour rendre sa diffusion massive le plus rapidement possible et donc la plus exploitable possible sur le plan concurrentiel. L'organisation libanaise a ciblé ses actions de propagande afin qu'elles rentrent dans ce cadre et échappent aux procédures de vérification de l'information. Le Hezbollah a ainsi piégé le système de presse mondial en instrumentalisant ses contradictions internes.

Les journalistes étrangers qui couvraient le conflit ont retransmis à leur rédaction des images issues parfois de mises en scènes montées de toutes pièces par le Hezbollah. Les journalistes, dans l'incapacité relative d'exercer librement leur métier ont accepté cette solution sans rappeler lors de leur diffusion les conditions particulières de ces prises de vue. En offrant aux journalistes ce qu'ils étaient venus filmer, le Hezbollah a atteint trois objectifs majeurs dans sa guerre de l'information : nourrir la thèse de la victimisation du peuple libanais, remettre en cause la légitimité des bombardements israéliens, occulter le *modus operandi* des combattants du Hezbollah qui tiraient des roquettes en utilisant certains membres de la population comme des boucliers humains. Force est de constater que cette forme de manipulation a été occultée d'une manière assez comparable à celle qui fit passer au second plan de l'information en continu sur la guerre du Vietnam l'exécution de milliers de civils par le Vietcong à Hué.

La première bloguerre mondiale

Vecteurs autant que créateurs d'informations, les blogs ont, durant la guerre de juillet, joué un rôle considérable en matière de perception et d'influence. La guerre de juillet fut perçue par de nombreux commentateurs et journalistes comme « la première bloguerre mondiale »¹⁹, préfigurant de nouvelles formes d'affrontements ou de stratégies d'influence sur un échiquier informationnel marqué fortement par le fait que le réseau Internet constitue à l'évidence un nouveau théâtre d'opérations tendant à créer,

¹⁹ « Première bloguerre mondiale », article de *Libération*, 29 juillet 2006.
<http://www.liberation.fr/actualite/monde/196252.FR.php>



façonner ou modifier les diverses représentations ou perceptions que les individus peuvent avoir d'un conflit. Bien que les premiers « blogs de guerre » soient apparus lors de l'intervention américano-britannique en Irak²⁰, c'est la dernière guerre du Liban qui a mis en évidence le rôle d'une blogosphère dans un conflit armé.

La spécificité et la résonance souvent importante du média que constitue le blog résultent en grande partie de son caractère personnalisé voire même intimiste ou narcissique. Témoin direct d'un événement marquant, soucieux de restituer son propre vécu face à la situation exceptionnelle autant que dramatique que constitue la guerre, le *blogger de guerre* adopte généralement une ligne éditoriale jouant sur toute la gamme des émotions (colère, révolte, enthousiasme, espérance, empathie, altruisme, etc.). Cette « guerre des blogs » a créé une situation assez inédite dans la guerre de l'information : les « cibles » - amies, ennemies ou neutres - que sont les témoins directs d'un conflit armé, peuvent devenir de véritables acteurs sur l'échiquier informationnel, disposant d'une résonance et d'une capacité de modification des perceptions non-négligeables. Les blogs libanais ou israéliens qui, par la rédaction à la première personne de chroniques de guerre quotidiennes ou la diffusion de photos très dures ou marquantes, ont clairement contribué à la « mise en scène » de la guerre, tout en poursuivant bien souvent des objectifs idéologique précis.

Cette force de frappe médiatique et psychologique dont ont disposé les blogs libanais ou israéliens, caractérise un échiquier informationnel de plus en plus atomisé et diffus. Lorsque de simples individus prennent des photos très dures des victimes des raids aériens israéliens au Liban, et que ces mêmes photos sont publiées sur les blogs libanais les plus consultés, elles suscitent immédiatement une forte réaction émotionnelle sur le Web. Le coût de cette résonance est lourd pour Israël. Et il est d'autant plus élevé quand, dans le même temps, les journalistes utilisent ces mêmes informations livrées par les bloggers, pour coller au plus près de l'actualité à laquelle ils n'ont pas toujours accès. Malgré la diversité des lignes éditoriales des différents blogs, il semble qu'Israël ait fait les frais de cette « bloguerre », impuissante face à la profusion d'images et de récits accréditant la thèse

²⁰ En 2003, le blog de *Salam Pax* (pseudonyme d'un blogger irakien) commentant l'avancée des troupes américaines en Irak et s'interrogeant sur la légitimité de l'intervention américaine, avait suscité une attention particulière.



d'une offensive israélienne menée sans considérations pour les civils libanais. Cette situation a profité au Hezbollah car les images et les témoignages crédibilisaient ses opérations de guérilla comme une résistance légitime face aux agissements « barbares » de « l'agresseur » israélien. Certains blogs libanais ont, durant la guerre de juillet, adopté une tonalité radicalement anti-israélienne²¹. Ces blogs ont souvent eu en commun un élément précis : la présence de nombreuses photos de victimes ensanglantées, parfois des enfants, ou même des images et des caricatures dénonçant les pertes humaines causées par les raids israéliens. Mais certains bloggers libanais, bien que dénonçant les raids israéliens, ont cherché à établir une forme de dialogue entre Libanais, plaidant pour un retour à la paix, parfois même pour certains avec le voisin israélien. Ces blogs, se voulant non partisans et insistant sur le devoir d'entraide et de soutien entre Libanais, ont, en quelque sorte, assuré un traitement informationnel du conflit venant perturber les stratégies de persuasion des deux belligérants²². D'autres blogs libanais²³ ont formulé de vives critiques à l'endroit du Hezbollah, l'accusant d'avoir contribué à l'escalade de la violence et rejetant dans le même temps la propagande israélienne et celle émanant du Parti de Dieu.

Du côté israélien, le blog *Live from an Israeli bunker* a bénéficié d'une audience particulièrement importante. Conçu par un jeune israélien de 17 ans depuis un bunker de Haïfa, le blog adopte une posture plutôt pro-israélienne²⁴, alternant prises de position et récits « vécus » de la vie dans le bunker, au rythme des sirènes et des tirs de roquettes du Hezbollah. Lors de la mise en ligne du blog le 16 juillet 2006, le jeune homme écrit : « je préférerais ne pas dire où nous sommes exactement, mais c'est proche de l'endroit où les fusées frappent Haïfa. [...] Nous avons été dirigés vers un bunker et c'est là où je me trouve. Avec un ordinateur portable et un très faible signal wi-fi ». ²⁵ Rapidement le blog, régulièrement actualisé, attire

²¹ *The Perpetual refugee, Loubnan Ya Loubnan, My Lebanon, Hiroshima in Lebanon, Lebanonesque, Peace4lebanon* et *Lebanon Under Attack*.

²² On peut citer quelques blogs correspondant à cette approche informationnelle : *Bloggingbeirut, Letters Apart, Pamela Chrabieh Badine, Chroniques Beyroulines, Pour que le Liban vive*.

²³ *Lebanese Political Journal, Coups de cœur coups de gueule, The Beirut Spring*.

²⁴ *Israpundit* est un blog que l'on peut citer comme ayant adopté une posture radicalement pro-israélienne et accusant même CNN d'avoir fait le jeu de la propagande du Hezbollah. <http://israpundit.com/2006/?p=1878>

²⁵ http://arnaudsanchez.blog.lemonde.fr/2006/08/10/2006_08_les_nouveaux_cr/



l'attention des grands médias internationaux comme CNN, la BBC ou The Washington Post. Ce blog, axé sur le témoignage d'un jeune garçon terré dans un bunker avec les siens du fait de la menace des roquettes de la milice chiite, a permis de créer des perceptions positives pour Israël. En effet, *Live from an Israeli Bunker* scénarise le conflit à partir d'une perception précise : les habitants du Nord d'Israël sous le feu du Hezbollah. Dans cette optique, Israël passe de la situation d'« agresseur », profitant de sa force militaire écrasante, à celle d'« agressé » subissant les attaques meurtrières d'un voisin belliqueux. Le blog de ce jeune israélien réussit à appréhender Israël, non pas seulement au travers de sa puissance militaire, mais également par la mise en évidence de la fragilité de sa population civile. Ce blog israélien a remarquablement réussi à s'engouffrer dans l'une des failles principales de la stratégie de persuasion du Hezbollah, montrant que la qualité de « victime » ne pouvait pas être réservée aux seuls civils libanais. Il faut également citer le blog *On the face* de Lisa Goldman, journaliste israélo-canadienne vivant à Tel-Aviv, et qui cherche à établir un dialogue entre les différents acteurs du conflit. Sur son blog, on pouvait trouver de nombreux liens vers des commentaires trouvés sur différents forums, comme celui d'un soldat israélien laissé sur un forum libanais : « *Salut, je suis un soldat israélien stationné à la frontière [...]. Je ne veux pas argumenter sur qui a tort ou raison mais le dernier mot, c'est que ce n'est pas normal que des civils soient touchés des deux côtés* »²⁶. Là encore, ce sont les perceptions qui deviennent un objet de discussion, élément qui vient s'ajouter aux propagandes des deux belligérants.

S'il peut être un instrument de dialogue intéressant, le blog n'en reste pas moins un formidable vecteur de rumeurs ou de polémiques en tous genres. Cet aspect est particulièrement prégnant en ce qui concerne le blog de guerre, comme l'illustrent certains cas observés durant la guerre entre Israël et la milice chiite du Hezbollah. La première polémique sur le traitement informationnel de la guerre du Liban, et qui trouve son origine autant que ses caisses de résonance dans la blogosphère, concerne l'affaire des photographies truquées d'Adnan Hajj, pigiste de l'agence Reuters. L'information est d'abord révélée par *Little green footballs*, un blog américain conservateur et finit par prendre une ampleur considérable dans la blogosphère. Ainsi, selon le journal Le Monde, « *Le "reutergate" devient le point de départ d'une cabale sur Internet : des dizaines de blogueurs, pour la*

²⁶ Cité in « Première bloguerre mondiale », Libération, 29 juillet 2006.

<http://www.liberation.fr/actualite/monde/196252.FR.php>



plupart américains ou israéliens, de droite ou d'extrême droite, se proclament "citoyens journalistes" et se mettent à enquêter depuis leur salon. A les croire, les cas de "fauxtographie", selon un néologisme typique d'Internet, éclaboussent l'ensemble de la profession au Liban : les photographes, manipulés ou manipulateurs, se livreraient à des retouches voire à des mises en scène pour donner une vision tronquée, pro-Hezbollah, voire antisémite, du conflit »²⁷.

Certains journalistes israéliens relaieront cette idée de « mise en scène » des miliciens chiïtes, comme Caroline Glyck, rédactrice en chef du Jerusalem Post, qui saluera le rôle de blogs ayant permis de contrer « les falsifications systématiques des événements, le montage de fausses attaques contre les bénévoles, la fabrication d'images par le Hezbollah, aidés par les médias officiels et les ONG »²⁸. L'affaire « Salem Daher » illustre également cet aspect rumoral de la bloguerie israélo-libanaise. Les faits concernent les bombardements de la ville de Cana par l'aviation israélienne et les photos des victimes largement diffusées dans les médias internationaux. Salem Daher apparaît à de nombreuses reprises sur les photographies comme un sauveteur de la défense civile libanaise dégageant des décombres les corps des victimes – et parmi elles beaucoup d'enfants – des bombardements israéliens sur ce village du Liban Sud. Certains bloggers ²⁹ vont mettre en doute le fait que celui que les internautes ont déjà baptisé « Green Helmet » appartient réellement à la défense civile, insinuant l'idée que l'individu serait en fait un membre du Hezbollah qui aurait contribué à mettre en scène les victimes du bombardement israélien afin d'influencer l'opinion internationale. Bien que le principal intéressé ait nié toute appartenance au « Parti de Dieu » et que ses propos seront corroborés par certains journalistes, la rumeur ne s'estompa pas et suscita des interrogations jusque dans les rédactions de la presse internationale. Ces deux exemples illustrent clairement comment un blog peut devenir une arme informationnelle redoutable, en jouant notamment sur la polémique et la rumeur. L'enjeu restant toujours la maîtrise des perceptions, notamment par la possibilité de « scénariser » le conflit à son profit.

²⁷ Le Monde, « Guerre du Liban et "fauxtographies" », 16 septembre 2006.

<http://www.lemonde.fr/web/article/0,1-0@2-3218,36-813676@51-797291,0.html>

²⁸ Caroline Glick (2006), « Column one : terrorist theater tricks », The Jerusalem Post, 29 août.

<http://www.jpost.com/servlet/Satellite?cid=1154525961870&pagename=JPost%2FJPArticle%2FShowFull>

²⁹ Blog EU referendum, 31 juillet 2006, « Who is this man ? », <http://eureferendum.blogspot.com/2006/07/who-is-this-man.html>



Cette « bloguerre » israélo-libanaise constitue une véritable innovation dans le champ de la guerre de l'information, dans le cadre spécifique des conflits armés. Si l'enjeu reste toujours le même - la maîtrise des perceptions - il n'en reste pas moins que c'est la structure même de l'échiquier informationnel qui se trouve modifié, voire même révolutionné, par l'irruption de ces nouveaux acteurs que sont les bloggers ; acteurs rencontrant une forte résonance du fait parfois de leur qualité de témoins directs et de leur manière très personnalisée de diffuser ou de créer de l'information. L'irruption d'une blogosphère de la guerre augmente très nettement le risque informationnel, les possibles menaces d'attaques informationnelle par le vecteur du blog présentant un caractère très diffus et donc difficilement maîtrisable. S'ajoute à cela le fait que le blog, du fait de la conception à la fois collaborative et personnalisée de l'information qu'il véhicule, favorise l'émergence de rumeurs et de polémiques qui, dans le cadre d'un conflit armé comme celui de la guerre de juillet, peuvent avoir des conséquences importantes sur la perception que l'on se fait de tel ou tel belligérant. La mise en ligne de nombreuses photos de victimes civiles des bombardements par des bloggers libanais, a constitué une arme informationnelle redoutable, dont ont fait les frais des autorités israéliennes peinant à légitimer leur action au Liban autrement que par un discours mettant en évidence des nécessités sécuritaires. Les responsables israéliens parlaient le langage du « fort » soucieux de sa sécurité, les bloggers libanais parlaient, eux, le langage du « faible », dont la souffrance exposée sur tous les écrans ne pouvaient que susciter l'émotion et l'indignation.

Conclusion

Les événements de l'été 2006 au Liban constituent une illustration très didactique de l'importance de l'échiquier informationnel dans le cadre d'un conflit armé. Cette guerre entre la Hezbollah et Israël s'est jouée à trois dimensions : la première dimension se résume à une série d'affrontements militaires limités au Sud du Liban, la seconde dimension est d'ordre géopolitique et recouvre les affrontements diplomatiques ainsi que les bombardements qui ont détruit l'infrastructure industrielle du pays, la troisième dimension est de nature informationnelle et d'amplitude mondiale. De ces trois dimensions, la troisième est devenue au cours des événements la plus décisive. Sur le point crucial de la maîtrise des perceptions, le



Hezbollah a su parfaitement mettre en scène la guerre à son profit, notamment en axant ses stratégies de persuasion sur la mise en évidence des victimes civiles des bombardements israéliens. Dans ce contexte, les opérations psychologiques israéliennes ciblant la population libanaise ou les opinions internationales, n'ont pas eu l'effet escompté. Pourtant, cette perception de l'issue du conflit ne reflète que partiellement la situation militaire au Liban Sud après ces deux mois de combats. En effet, bien qu'Israël ait échoué à détruire entièrement le potentiel de nuisance du Hezbollah, le positionnement stratégique de l'Etat hébreu sur sa frontière Nord semble avoir été renforcé : l'armée libanaise a été déployée au Liban Sud, la FINUL a vu élargir son mandat notamment sur le plan crucial du contrôle des armes, et les pertes de la branche armée du Hezbollah ont affecté sa capacité militaire. Le bilan coûts-avantages pour les Israéliens est ainsi peut-être beaucoup plus nuancé qu'il n'y paraît. Pour autant, il est évident que le Hezbollah est politiquement sorti plus fort de ce conflit et que le sentiment qui ressort de l'opinion israélienne, et mêmes des diverses opinions internationales, est celui d'une guerre ratée³⁰ par l'Etat hébreu. Le seul fait que cette perception soit généralement admise illustre l'échec relatif de la stratégie de guerre de l'information israélienne dont la priorité semble avoir été la mobilisation de la communauté nationale et des diasporas pour soutenir Tsahal.

Les enseignements à tirer de la guerre du Liban de l'été 2006 comme ceux de la guerre du Vietnam peuvent s'appliquer à d'autres cadres de conflit. On pense bien évidemment à l'Afghanistan qui est un nouveau terrain d'expérimentation de la stratégie informationnelle du faible au fort, qui a permis aux insurgés de reprendre l'initiative alors que leur image était fortement et durablement affectée par leurs comportements passés durant leur période au pouvoir à Kaboul³¹. Une fois de plus, les préoccupations des états-majors occidentaux se concentrent sur les réalités purement militaires, sans tenir compte des leçons du passé. Si les talibans et les milieux proches d'Al Qaida n'ont pas su pour l'instant se hisser au niveau du Hezbollah dans cet art spécifique qu'est la guerre de l'information, ils ont quand même

³⁰ R. Girard, *La guerre ratée d'Israël contre le Hezbollah*, Perrin, 2006.

³¹ Lapidations de femmes adultères, assassinats politiques, destruction de vestiges culturels, éducation interdite aux filles, censure.



remporté un premier succès en faisant dire à la plupart de nos journalistes que cette guerre ne pouvait pas être gagnée³².

Christian HARBULOT

Co-fondateur et directeur de l'École de Guerre Économique (www.ege.fr)

Directeur associé du cabinet Spin Partners (www.spinpartners.fr)

Cet article a été rédigé à partir d'une étude réalisée par Martial Baudot, Etienne Delcroix, Benoit Guiot, Briec le Gouvello, Matthieu Osada en février 2007 à l'École de guerre économique à Paris et intitulée « Une illustration de la guerre de l'information : le conflit entre Israël et le Hezbollah de l'été 2006 ». Cette étude est disponible sur le site de l'AGE : <http://www.ege.fr/download/liban2007.pdf>

³² Jean-Dominique Merchet, *Mourir pour l'Afghanistan*, éditions Jacob Duvernet, 2008.