

Industrie du mensonge et guerre impérialiste

par Domenico Losurdo

Joseph Goebbels aimait à dire qu'il est plus simple de faire croire en un énorme mensonge qu'en un petit, c'est ce que la CIA a mis en application au cours des dernières années en inventant de faux massacres pour justifier de guerres. Le philosophe Domenico Losurdo revient sur la facilité avec laquelle nous nous faisons berner.

RÉSEAU VOLTAIRE | URBIN (ITALIE) | 12 SEPTEMBRE 2013



Vraie photographie du faux massacre de Timisoara

Dans l'histoire de l'industrie du mensonge comme partie intégrante de l'appareil militaro-industriel de l'impérialisme, l'année 1989 est un tournant. Nicolae Ceausescu est encore au pouvoir en Roumanie. Comment le renverser ? Les médias occidentaux diffusent massivement dans la population roumaine les informations et les images du « *génocide* » opéré à Timisoara par la police précisément de Ceausescu.

Les cadavres mutilés

Qu'était-il arrivé en réalité ? Se prévalant de l'analyse de Guy Debord sur la « société du spectacle », un illustre philosophe italien, Giorgio Agamben, a magistralement synthétisé l'affaire dont il s'agit :

« Pour la première fois dans l'histoire de l'humanité, des cadavres enterrés depuis peu ou alignés sur les tables des morgues ont été déterrés à la hâte et torturés pour simuler devant les caméras de télévision le génocide qui devait légitimer le nouveau régime. Ce que le monde entier avait sous les yeux en direct comme la vérité vraie sur les écrans de télévision, était l'absolue non-vérité ; et, bien que la falsification fût parfois évidente, elle était de toute façon authentifiée comme vraie par le système mondial des médias, pour qu'il fût clair que le vrai n'était désormais qu'un moment du mouvement nécessaire du faux. Ainsi vérité et fausseté devenaient indiscernables et le spectacle se légitimait uniquement au moyen du spectacle.

Timisoara, à cet égard, est l'Auschwitz de la société du spectacle : et de même qu'il a été dit que, après Auschwitz, il est impossible d'écrire et de penser comme avant, ainsi, après Timisoara, il ne sera plus possible de regarder un écran de télévision de la même manière » [1].

L'année 1989 est celle où le passage de la société du spectacle au spectacle comme technique de guerre se manifestait à l'échelle planétaire. Quelques semaines avant le coup d'État c'est-à-dire de la « révolution de Cinecittà » en Roumanie [2], le 17 novembre 1989 la « révolution de velours » triomphait à Prague avec un mot d'ordre d'inspiration gandhienne : « *Amour et Vérité* ». En réalité, un rôle décisif était joué par la diffusion de la fausse information selon laquelle un étudiant avait été « *brutalement tué* » par la police. C'est ce que révèle vingt ans plus tard, avec satisfaction, « *un journaliste et leader de la dissidence, Jan Urban* », protagoniste de la manipulation : son « *mensonge* » avait eu le mérite de susciter l'indignation de masse et l'écroulement du régime déjà périliclitant [3]. Quelque chose de similaire se produit en Chine : le 8 avril 1989 Hu Yaobang, secrétaire du PCC jusqu'au

mois de janvier 1987, a un infarctus au cours d'une réunion du Bureau politique et meurt une semaine plus tard. Son décès est corrélé, par la foule de la Place Tienanmen, au dur conflit politique qui avait aussi émergé au cours de cette réunion [4] ; cet homme devient en quelque sorte la victime du système qu'il s'agit de renverser. Dans les trois cas, l'invention et la dénonciation du crime sont appelées à susciter la vague d'indignation dont le mouvement de révolte a besoin. S'il rencontre un plein succès en Tchécoslovaquie et en Roumanie (où le régime socialiste avait émergé de l'avancée de l'Armée Rouge), cette stratégie échoue dans la République populaire chinoise issue d'une grande révolution nationale et sociale. Et cet échec devient alors le point de départ d'une nouvelle guerre médiatique plus massive, déclenchée par une superpuissance qui ne tolère pas de rivaux ou de potentiels rivaux, et qui est toujours pleinement en cours. Mais il n'en demeure pas moins que ce qui définit le tournant historique est en premier lieu Timisoara, « *l'Auschwitz de la société du spectacle* ».

« Publiciser les nouveaux-nés » et le cormoran

Deux ans après, en 1991, survenait la première guerre du Golfe. Un journaliste étasunien courageux a mis en lumière de quelle façon s'est déroulée « *la victoire du Pentagone sur les médias* » c'est-à-dire la « *colossale défaite des médias opérée par le gouvernement des États-Unis* » [5].

En 1991 la situation n'était pas facile pour le Pentagone (et pour la Maison-Blanche). Il s'agissait de convaincre de la nécessité de la guerre une population sur laquelle pesait encore le souvenir du Vietnam. Alors ? Divers expédients vont réduire drastiquement la possibilité pour les journalistes de parler directement avec les soldats ou de chroniquer directement du front. Dans la mesure du possible tout doit être filtré : la puanteur de la mort et surtout le sang, les souffrances et les larmes de la population civile ne doivent pas faire irruption dans les maisons des citoyens des USA (et des habitants du monde entier) comme à l'époque de la guerre

du Vietnam. Mais le problème central, et plus difficile à résoudre, est ailleurs : comment diaboliser l'Irak de Saddam Hussein, qui quelques années auparavant encore s'était rendu méritant, aux yeux des USA, en agressant l'Iran issu de la révolution islamique et anti-étasunienne de 1979, et enclin à faire des prosélytes au Proche-Orient. La diabolisation se serait avérée d'autant plus efficace qu'on aurait en même temps rendu la victime plus angélique. Opération rien moins qu'aisée, et pas seulement du fait que la répression contre toute forme d'opposition sévissait durement et impitoyablement au Koweït. Il y avait quelque chose de pire. Les travaux les plus humbles étaient pour les immigrés, soumis à un « *esclavage de fait* », et un esclavage de fait qui prenait souvent des formes de sadisme : les cas de « *Serbes défenestrés, brûlés ou aveuglés ou bien tabassés à mort* » ne suscitaient pas d'émotion particulière [6].

Et pourtant... Généreusement ou fabuleusement récompensée, une agence publicitaire trouvait remède à tout. Elle dénonçait le fait que les soldats irakiens coupaient les « *oreilles* » aux Koweïtiens qui résistaient. Mais le coup de théâtre de cette campagne était ailleurs : les envahisseurs avaient fait irruption dans un hôpital « *en sortant 312 nouveaux-nés de leurs couveuses et en les laissant mourir de froid sur la pavement de l'hôpital de Koweït City* » [7]. Brandie à l'envi par le président Bush junior, réaffirmée au Congrès, avalisée par la presse la plus autorisée et jusque par Amnesty international, cette information si horrible, mais si circonstanciée aussi, au point d'indiquer avec une précision absolue le nombre de morts, ne pouvait pas ne pas provoquer une bouleversante vague d'indignation : Saddam Hussein était le nouvel Hitler, la guerre contre lui était non seulement nécessaire mais urgente même et ceux qui s'y opposaient ou étaient récalcitrants devaient être considérés comme des complices, plus ou moins conscients, du nouvel Hitler ! L'information était évidemment une invention savamment produite et diffusée, et pour cela justement l'agence publicitaire avait-elle bien mérité son argent.

La reconstruction de cet épisode se trouve dans un chapitre du livre cité ici, avec un titre approprié : « *Publiciser les nouveaux-nés* » [8]. À la vérité, ceux qui furent « *publicisés* » ne

furent pas seulement les nouveaux-nés. Au tout début des opérations guerrières on avait diffusé dans le monde entier l'image d'un cormoran qui se noyait dans le pétrole dégorgeant des puits que l'Irak avait fait sauter. Vérité ou manipulation ? Était-ce Saddam qui avait provoqué la catastrophe écologique ? Et y a-t-il vraiment des cormorans dans cette région du globe et en cette saison de l'année ? La vague d'indignation, authentique et savamment manipulée, engloutissait les dernières résistances rationnelles.

La production du faux, le terrorisme de l'indignation et le déchaînement de la guerre

Faisons un nouveau bond en avant de quelques années, jusqu'à la dissolution ou, plutôt, le démembrement de la Yougoslavie. Contre la Serbie qui, historiquement avait été le protagoniste du processus d'unification de ce pays multiethnique, se déchaînent une après l'autre, pendant les mois qui précèdent les bombardements véritables, des vagues de bombardements médiatiques. En août 1998, deux journalistes, l'un étasunien et l'autre allemand, « *rapportent l'existence de fosses communes avec 500 cadavres d'Albanais parmi lesquels 430 enfants, aux alentours d'Orahovac, où d'après combats ont eu lieu. La nouvelle est reprise par d'autres journaux occidentaux qui lui donnent un grand écho. Mais tout est faux, comme le démontre une mission d'observation de l'Union européenne* » [9].

Mais cela ne provoque pas pour autant une crise dans la fabrique du faux. Aux débuts de l'année 1999 les médias occidentaux commençaient à harceler l'opinion publique internationale avec les photos de cadavres entassés au fond d'un ravin et parfois décapités et mutilés ; les légendes et les articles qui accompagnaient ces images proclamaient qu'il s'agissait de civils albanais désarmés massacrés par les Serbes. Mais :

« *Le massacre de Racak est terrifiant, avec des mutilations et des têtes coupées. C'est une scène idéale pour susciter l'indignation de*

l'opinion publique internationale. Quelque chose semble étrange dans les modalités de la tuerie. Les Serbes habituellement tuent sans procéder à des mutilations [...] Comme l'enseigne la guerre de Bosnie, les dénonciations d'exactions sur les corps, signes de torture, décapitations, sont une arme de propagande bien répandue [...] Peut-être ne sont-ce pas les Serbes mais les guérilleros albanais qui ont mutilé les corps » [10].

Ou, peut-être, les cadavres des victimes d'un des innombrables affrontements avaient-ils été soumis à un traitement ultérieur, de façon à faire croire à une exécution à froid et à un déchaînement de furie bestiale, dont était immédiatement accusé le pays que l'OTAN s'apprêtait à bombarder [11].

La mise en scène de Racak n'était que le sommet d'une campagne de désinformation obstinée et sans pitié. Quelques années plus tôt, le bombardement du marché de Sarajevo avait permis à l'OTAN de s'ériger en instance morale suprême, qui ne pouvait pas se permettre de laisser les « atrocités » serbes impunies. De nos jours, on peut lire jusque dans le *Corriere della Sera* que « ce fut une bombe à la paternité assez douteuse qui provoqua le massacre de Sarajevo, faisant éclater l'intervention de l'OTAN » [12]. Avec ce précédent, Racak nous apparaît désormais comme une sorte de réédition de Timisoara, une réédition qui s'est prolongée plusieurs années. Et pourtant, même dans ce cas, le succès ne faisait pas défaut. L'illustre philosophe qui en 1990 avait dénoncé « *l'Auschwitz de la société du spectacle* » qui avait eu lieu à Timisoara, rejoignait cinq ans après les rangs du chœur dominant, tonnait de façon manichéenne contre « *le subit glissement des classes dirigeantes ex-communistes dans le racisme le plus extrême (comme en Serbie, avec le programme de "purification ethnique")* » [13]. Après avoir analysé avec acuité la tragique indiscernabilité de « *vérité et fausseté* » dans le cadre de la société du spectacle, Agamben finissait par la confirmer involontairement, en accueillant de façon expéditive la version (c'est-à-dire la propagande de guerre) diffusée par le « *système mondial des médias* », qu'il avait précédemment désigné comme source principale de la manipulation ; après avoir dénoncé la réduction du « *vrai* » à « *un moment du mouvement nécessaire du*

faux », opérée par la société du spectacle, il se limitait à conférer une apparence de profondeur philosophique à ce « *vrai* » réduit justement à « *un moment du mouvement nécessaire du faux* ».

Par ailleurs, un élément de la guerre contre la Yougoslavie, plus qu'à Timisoara nous ramène à la première guerre du Golfe. C'est le rôle des *public relations* : « *Milosevic est un homme qui s'esquive, il n'aime pas la publicité, il n'aime pas se montrer ou tenir des discours en public. Il semble qu'aux premières annonces de désagrégation de la Yougoslavie, Ruder&Finn, la compagnie de relations publiques qui travaillait pour le Koweït en 1991, alla le trouver pour lui présenter ses services. Elle fut congédiée. Ruder&Finn fut par contre immédiatement embauchée par la Croatie, par les musulmans de Bosnie et par les Albanais du Kosovo pour 17 millions de dollars par an, afin de protéger et encourager l'image des trois groupes. Et elle fit un excellent travail ! James Harf, directeur de Ruder&Finn Global Public Affairs, affirmait [...] dans une interview : "Nous avons pu faire coïncider, dans l'opinion publique, Serbes et nazis [...] Nous sommes des professionnels. Nous avons un travail à faire et nous le faisons. Nous sommes payés pour faire la morale" » [14].*

Venons en maintenant à la seconde guerre du Golfe : dans les premiers jours de février 2003 le secrétaire d'État étasunien, Colin Powell, montrait au parterre du Conseil de sécurité de l'ONU les images des laboratoires mobiles de production d'armes chimiques et biologiques, que l'Irak aurait eues en sa possession. Quelques temps après, le premier ministre anglais, Tony Blair, augmentait la dose : non seulement Saddam Hussein avait ces armes, mais il avait déjà élaboré des plans pour les utiliser et était en mesure de les activer « *en 45 minutes* ». Et à nouveau le spectacle, plus encore que prélude à la guerre, constituait le premier acte de guerre, en mettant en garde contre un ennemi dont le genre humain devait absolument se débarrasser.

Mais l'arsenal des armes du mensonge mises en acte ou prêtes à l'usage allait bien au-delà. Afin de « *discréditer le leader irakien aux yeux de son propre peuple* » la CIA se proposait de « *diffuser à Bagdad un document filmé dans lequel on révélait que Saddam*

était gay. La vidéo aurait dû montrer le dictateur irakien en train d'avoir un rapport sexuel avec un jeune garçon. Il devait avoir l'air d'être filmé par une caméra cachée, comme s'il s'agissait d'un enregistrement clandestin ». On étudiait aussi « l'hypothèse d'interrompre les retransmissions de la télévision irakienne avec une édition —fictive— extraordinaire du journal télévisé contenant l'annonce que Saddam avait démissionné et que tout le pouvoir avait été pris par son fils redouté et haï, Uday » [15].

Si le Mal devait être montré et stigmatisé dans toute son horreur, le Bien devait apparaître dans tout son éclat. En décembre 1992, les Marines étasuniens débarquaient sur la plage de Mogadiscio. Plus exactement ils y débarquaient deux fois et la répétition de l'opération n'était pas due à d'imprévues difficultés militaires ou logistiques. Il fallait démontrer au monde entier que, avant même d'être un corps d'élite militaire, les Marines étaient une organisation bénéfique et charitable qui ramenait l'espoir et le sourire au peuple somalien dévasté par la misère et par la faim. La répétition du débarquement-spectacle devait l'amender de ses détails erronés ou défectueux. Un journaliste et témoin expliquait : *« Tout ce qui est en train d'arriver en Somalie et qui va se produire dans les semaines prochaines est un show militaro-diplomatique [...] Une nouvelle époque dans l'histoire de la politique et de la guerre a vraiment commencé, dans la nuit bizarre de Mogadiscio [...] L' "Opération Espoir" a été la première opération militaire non seulement filmée en direct par les caméras de télévision, mais pensée, construite et organisée comme un show télévisé » [16].*

Mogadiscio était le pendant de Timisoara. À quelques années de distance de la représentation du Mal (le communisme qui s'écroulait enfin) faisait suite la représentation du Bien (l'Empire étasunien qui émergeait du triomphe obtenu dans la Guerre froide). Les éléments constitutifs de la guerre-spectacle et de son succès sont désormais clairs.

Certains thèmes abordés dans ce texte ont été traités dans le dernier chapitre de *Le langage de l'empire. Lexique de l'idéologie étasunienne*. A paraître le 13 septembre 2013 aux Editions Delga.

Domenico Losurdo

Traduction
Marie-Ange Patrizio

-
- [1] *Mezzi senza fine. Note sulla politica*, par Giorgio Agamben, Bollati Boringhieri, Turin, 1996, p. 67, et cité in *Le langage de l'Empire. Lexique de l'idéologie étasunienne*, par Domenico Losurdo, Delga, Paris, 2013, p. 313
- [2] *La fine delle democrazie popolari. L'Europa orientale dopo la rivoluzione del 1989*, par François Fejtö, Mondadori, Milan, 1994, p. 263.
- [3] « A rumor that set off the Velvet Revolution », par Dan Bilefsky, in *International Herald Tribune* du 18 novembre 2009, pp. 1 e 4., cité in Losurdo 2013, p. 313.
- [4] *La Chine*, par Jean-Luc Domenach et Philippe Richer, Seuil, Paris. 1995, p. 550.
- [5] *Second Front. Censorship and Propaganda in the Gulf War*, par John R. Macarthur, Hill and Wang, New York, 1992, p. 208 et 22.
- [6] Macarthur 1992, p. 44-45.
- [7] Macarthur 1992, p. 54.
- [8] *Selling Babies*.
- [9] « La via verso la guerra », par Roberto Morozzo Della Rocca, in Supplément au n. 1 (Quaderni Speciali) de *Limes. Rivista Italiana di Geopolitica*, 1999, pp. 11-26.
- [10] Morozzo della Rocca, 1999, p. 24, et cité in Losurdo 2013, p. 314.
- [11] *Racak. De l'utilité des massacres*, tome II, par Frédéric Saillot, L'Harmattan, Paris, 2010, p. 11-18
- [12] « Le vittime e il potere atroce delle immagini », par Franco Venturini, in *Corriere della Sera* du 22 août 2013, pp. 1 et 11.
- [13] Agamben 1995, p. 134-35.
- [14] « Milosevic visto da vicino », par Jean Toschi Marazzani Visconti, Supplément au n. 1 (Quaderni Speciali) de *Limes. Rivista Italiana di Geopolitica*, 1999, pp. 27- 34.
- [15] « La Cia girò un video gay per far cadere Saddam », par Enrico Franceschini, in *La Repubblica*, 28 mai 2010, p. 23.
- [16] « Quello sbarco da farsa sotto i riflettori TV », par Vittorio Zucconi, in *la Repubblica* du 10 décembre 1992.

Source : « Industrie du mensonge et guerre impérialiste », par Domenico Losurdo, Traduction Marie-Ange Patrizio, *Réseau Voltaire*, 12 septembre 2013, www.voltairenet.org/article180153.html