



François-Bernard Huyghe, directeur de recherche à l'Iris (Institut de Relations Internationales et Stratégiques), médiologue, spécialiste de l'influence.

Plus l'Etat se retire, plus il appartient aux collectivités de combler la fracture territoriale: le regard de François-Bernard Huyghe

Docteur d'Etat en Sciences politiques, universitaire et chercheur, François-Bernard Huyghe s'est fait connaître du grand public en 1987 par son essai devenu un classique : *La soft idéologie* (Robert Laffont). Il n'a, depuis, jamais quitté le devant de la scène intellectuelle en s'affirmant comme l'un des meilleurs théoriciens et connaisseurs des stratégies d'influence. Son dernier ouvrage, *L'art de la guerre idéologique* (Editions du Cerf), paru en novembre dernier, traite, entre autres, de la territorialisation des conflits sociaux, à la lumière de la crise des Gilets jaunes.

Nul n'était mieux indiqué que lui pour se pencher, dans un tel contexte, sur la question centrale de l'aménagement de l'espace et de ses défis. Dans l'entretien qu'il a accordé à Thierry Hory, président de SEBL Grand Est, il plaide pour une implication accrue des collectivités dans un dossier que le pouvoir central a laissé, peu à peu, se déshumaniser, par excès de confiance dans les bienfaits spontanés de la révolution numérique.

Pourquoi INTEREST

Concevoir l'aménagement du territoire avec comme perspective le développement économique, en usant du formidable levier de l'intelligence territoriale – l'intelligence économique appliquée aux territoires – tel est l'objectif stratégique que se fixe aujourd'hui SEBL Grand Est. Dans cet esprit, la lettre INTEREST – L'Intelligence territoriale Grand Est – a vocation à être une plate-forme de réflexion où des experts de premier plan, issus d'horizons différents, livrent leurs analyses et proposent des pistes d'action pour optimiser les ressources de notre région.

Plus que jamais, il s'agit d'approfondir notre réflexion, de créer de nouveaux réseaux, d'être agiles et proactifs dans une démarche stratégique sur le long terme... Dans la guerre économique planétaire, l'enracinement local et la mise en valeur des identités comme des ressources constituent des critères différenciants et positifs, à même d'optimiser nos atouts vis-à-vis de nos partenaires, sur nos territoires comme à l'international.

Votre dernier essai traite de la "guerre idéologique" sous un angle essentiellement politique et national. Ainsi de la crise des Gilets jaunes dont vous tirez les leçons, et qui a mis aux prises deux mondes : celui des "élites métropolisées" face aux habitants de la périphérie, chacun avec son imaginaire, ses représentations... Et ses stratégies pour disqualifier le camp d'en face. Or cet affrontement, avant de se muer en enjeu national, a pris naissance à l'intérieur de nos territoires, autour d'un problème très concret que les aménageurs connaissent bien – celui du coût de la mobilité. De telles crises pourraient être évitées si les décideurs nationaux se concertaient avec les acteurs locaux avant que ce type de question devienne l'objet de toutes les instrumentalizations ?

C'est évident, et c'est ce qu'on peut espérer de mieux, si l'on veut maintenir un minimum de cohésion sociale. Car c'est bien de cela qu'il est question. Certes, le face-à-face

entre ces deux France qui ont de moins de moins de choses à se dire faute d'avoir encore des références à partager – je ne parle même pas d'idéal – a pour cause directe des choix politiques pris au plus haut niveau de l'Etat par une suite de majorités qui, toutes tendances confondues, se sont bien gardées de demander leur avis aux citoyens impactés par leurs arbitrages : de la priorité donnée aux liaisons TGV (avec son corollaire : la fermeture des lignes SNCF non rentables) jusqu'à la fermeture des services publics de proximité (trésoreries, bureaux de poste etc.), en passant par une politique énergétique erratique, pour ne pas dire irresponsable (de la promotion du diesel à sa quasi criminalisation), il est clair que les acteurs locaux n'ont pas été vraiment consultés sur ces choix.

Mais le mal étant fait, ce sont ces derniers qui, en raison de leur proximité avec la "vraie vie", sont les plus aptes à raccommoder, fil à fil, le tissu social déchiré. Réparer par le bas ce que le haut a défait : le défi

Le fossé se creuse entre une catégorie qui se sent partout chez elle et une autre, assignée à résidence sur un territoire en dehors duquel elle ne veut ou ne peut envisager d'avenir...

n'est pas mince, mais il est proportionnel à l'étendue des dégâts.

Pour résumer ce que de bons auteurs ont abondamment décrit, qu'il s'agisse de Christophe Guilluy, de Jérôme Fourquet ou, plus récemment encore, de Jérôme Sainte-Marie, la société française s'organise,

de fait, autour de deux pôles de plus en plus irréconciliables et qu'il faut pourtant réconcilier, sauf à considérer que la politique ne sert plus à rien : une France urbaine, en phase avec la mondialisation, dont les enfants ont suivi, suivent ou suivront des études à l'étranger et passeront d'un job à l'autre sans difficulté – bref, une catégorie qui se sent partout chez elle, et parfois même davantage chez elle à l'étranger qu'en France – et ceux qui sont, en quelque sorte, assignés à résidence sur un territoire qui leur fournit (ou pas) du travail et en dehors duquel ils ne veulent ou ne peuvent envisager d'avenir. Ils sont les nouveaux "manans", au sens étymologique du terme (du latin *manens* : "qui demeure") et, plus grave encore, au sens social puisqu'ils sont bien souvent méprisés et traités comme tels par la première catégorie.

En tant que citoyen, mais aussi comme chercheur, je suis confronté à cette polarisation puisque je partage mon temps entre le VI^e arrondissement de Paris, saint des saints de la métropole boboisée, et un petit bourg de Charente où il n'est pas exagéré de dire que se développe un sentiment d'abandon, de relégation, tel que je n'en avais jamais rencontré auparavant.

Dans le VI^e, je suis entouré d'hyper-privilegiés qui, en caricaturant un peu, passent leur vie une valise à la main (Airbnb oblige), s'expriment dans tous les idiomes imaginables, font leurs courses chez les commerçants bios, circulent à vélo et pensent que la "bagnole", comme disait Pompidou, est un reliquat du passé dont les derniers tenants doivent être combattus, à tout le moins montrés du doigt ; en Charente, je vois les magasins de proximité fermer les uns après les autres au rythme des usines qui déménagent, des gares qu'on désaffecte et des services publics qui, après avoir quitté les villages, migrent désormais des petites villes vers les villes moyennes. Et pour se nourrir (mal), nos concitoyens doivent faire toujours plus de chemin vers des supermarchés qui leur vendent le carburant dont ils ont besoin pour faire leurs courses, conduire leurs enfants chez les nounous, aller au travail (quand ils en ont un) et parfois conduire un proche aux urgences puisque les médecins, au mieux ne se déplacent plus, au pire, ont disparu du paysage...

Que cette population se soit révoltée, l'an dernier, pour quelques centimes d'augmentation du litre de diesel n'a rien d'étonnant pour qui connaît les contraintes de ce biotope français. Mais pour ceux qui participent de l'autre biotope – dont les Parisiens du VI^e arrondissement sont un

précipité chimiquement pur – ce mouvement reste encore de l'ordre du mystère. Comment peut-on occuper des carrefours jour et nuit pour une histoire de quelques centimes d'euros, avec pour principal sujet de conversation, autour d'un feu de cageots, la date de son découvert bancaire? Leur unique explication : ces malheureux Gilets jaunes ont été manipulés, victimes de *fake news* et/ou d'entrisme politique... En face, la réponse n'a pas été moins simplificatrice : les gens des carrefours ont trouvé dans le macronisme (et dans les médias censés le soutenir) l'unique responsable d'une situation qui, pourtant, lui préexistait largement. Bref, l'incompréhension mutuelle qui s'est cristallisée avec l'affaire du diesel a révélé que la fracture sociale, donnée historique permanente, avait désormais une base territoriale autour de laquelle tout s'organise, tout prend forme.

C'est la carte des lumières visibles la nuit par satellite, dont vous parlez dans votre livre...

... Carte qui a donné l'occasion à la Fondation Jean-Jaurès d'une magnifique étude sur la territorialisation des comportements électoraux. Tout ou presque se superpose. La dichotomie entre la France éclairée et la France invisible qui correspond à celle des métropoles et à celle des périphéries, recoupe ainsi d'autres oppositions géographiques : celle du vote LREM et du vote RN ; celle du chômage et des plus hauts revenus ; celle des zones connectées et des enclaves où se concentrent les laissés pour compte de la digitalisation.

Il est vrai que l'aménagement du territoire et l'idée même de solidarité nationale reculent – de même que les péréquations financières qui allaient avec. Au point qu'un analyste comme Claude Rochet, ancien directeur du laboratoire d'intelligence économique à Bercy, dit qu'il existait plus de mixité sociale dans les villes de l'Italie médiévale que dans les Smart cities d'aujourd'hui (voir Interest n°8, juin 2019). Qu'en pense le médiologue que vous êtes, rompu à étudier les interactions entre la culture et le progrès technique ?

C'est justement tout le sujet de mon livre : pour la première fois depuis longtemps l'idéologie dominante – celle des élites, reconnues comme telles ou autoproclamées – ne parvient plus à diriger la société. Sa capacité de séduction ("d'aliénation" diraient les marxistes) a vécu. Pour faire court, la France d'en haut a perdu sa crédibilité en ne parvenant pas à convaincre la France d'en bas des bienfaits de la "société ouverte", celle du tout numérique, de la déprogrammation de l'individu, de la disparition des frontières et de la planète comme terrain de jeu... pour ceux qui en comprennent les règles !

Mieux : la civilisation des réseaux sociaux, censée incarner cette société rêvée, émancipée des déterminismes hérités du passé (liés à la culture, à la religion etc.) s'est retournée contre ses promoteurs puisque

L'incompréhension mutuelle qui s'est cristallisée avec l'affaire du diesel a révélé que la fracture sociale, donnée historique permanente, avait désormais une base territoriale autour de laquelle tout s'organise...

Facebook – davantage que Twitter – fut le principal medium utilisé par le "peuple des carrefours" pour se mobiliser. Les réseaux sont devenus, dans chaque camp, un moyen de se renforcer dans ses propres convictions, bref, un outil "d'archipellisation", pour parler comme Jérôme Fourquet, au lieu d'être l'instance de dialogue tant vantée ! En un mot comme en cent, les deux France ne se comprennent plus faute d'alphabet commun. Quand les uns parlent "dématérialisation" (grâce à l'économie digitale), les autres répondent : "déshumanisation". Et pas seulement les seniors qui ne sont pas tous à l'aise avec un ordinateur ! Il y a des moments où, pour résoudre un problème personnel d'ordre administratif, fiscal, juridique, peu importe, on a besoin d'un interlocuteur en chair et en os et pas seulement d'une interface. Dans des petites villes où, les uns après les autres, les services publics baissent le rideau, cette proximité humaine devient un besoin prégnant. Et c'est là, comme je le disais, que les territoires doivent jouer un rôle essentiel. Puisque l'Etat se retire, c'est aux collectivités de prendre le relais des aménageurs nationaux. Il n'existe pas d'autre solution.

Le sociologue Michel Maffesoli rappelait ici-même que l'imaginaire collectif structure plus qu'on ne le pense la vie des territoires. Vous-même insistez beaucoup, dans le sillage de Régis Debray, sur l'importance des référentiels communs pour souder une communauté. Sur quelles lignes de force historiques et culturelles peut s'appuyer une région comme le Grand Est pour légitimer son identité territoriale ? A l'échelon régional, le *soft power* est-il aussi important que pour les Etats ?

D'abord, et contrairement à ce qu'on entend parfois, j'estime que le Grand Est ne manque ni d'identité, ni de consistance historique. Celles-ci sont inséparables du passé austrasien et carolingien commun aux trois anciennes régions qui composent le Grand Est, qu'il s'agisse de la Champagne, de la Lorraine et de l'Alsace. Trois territoires bien différenciés, certes, mais qui ont en commun d'avoir toujours fait partie de l'axe rhéno-mosellan et lotharingien autour duquel s'est structurée une partie de la civilisation européenne - cette "avenue des imprimeurs" dont parlait Pierre Chaunu pour souligner son rôle dans la diffusion de l'humanisme au début de la Renaissance. Voilà tout de même un passé qui n'est pas rien et qui donne du sens à la formule, trop souvent répétée sans réfléchir : "Le Grand Est est un carrefour européen". Parce qu'il jouxte quatre pays voisins ? Bien sûr, mais d'abord pour la raison que j'ai dite : parce qu'il a joué un rôle essentiel dans la constitution même de l'identité européenne.

Vous parlez de *soft power*. Or vous savez bien qu'il n'en existe pas d'efficace sans une base solide. Quand on cherche à vendre du vent, cela ne va jamais très loin. Sans la réussite économique des Etats-Unis après-guerre, le *soft power* américain n'aurait pas

L'analyse du Président de SEBL Grand Est La force de l'exemple



Comme tous les *vrais* intellectuels, François-Bernard Huyghe n'oublie jamais de garder les pieds sur terre. Et autant que possible, les yeux rivés sur ses concitoyens. D'où l'intérêt de l'entretien qu'il a bien voulu nous accorder et qui révèle, autant qu'un grand esprit libre, un authentique homme de coeur. On y découvre un diagnostic inspiré par sa double vie de Parisien et d'homme de terroir, autant que par son métier de chercheur, responsable, entre autres, de l'Observatoire Géostratégique de l'Information de l'Iris : les Français des métropoles et ceux vivant dans les espaces périphériques sont en passe de ne plus se comprendre, comme en témoigne la récente crise des Gilets jaunes.

Certains stéréotypes sont lourds à assumer. Mais quand ils sont positifs, comme c'est le cas pour le Grand Est, pourquoi ne pas les utiliser au service d'une vraie stratégie d'influence ?

Mais là où d'autres se contenteraient de pointer des responsabilités, lui va à l'essentiel, en même temps qu'au plus pressé : il appartient, dit-il, aux aménageurs de retisser "fil à fil" les liens que l'Etat a distendus en se désengageant. Voici un an, le professeur Michel Maffesoli ne disait pas autre chose, ici même, quand il nous enjoignait à ne jamais oublier que "le lieu fait lien", tout comme, en avril dernier, le politologue Jérôme Fourquet. Mission impossible ? A ceux qui le croiraient, François-Bernard Huyghe fait cette magnifique réponse : "*Quand on a été, comme les régions du Grand Est, capable de se relever de tant de tragédies, depuis les Grandes invasions jusqu'aux hécatombes de 1914-1918 en passant par la Guerre de Trente ans, on possède, en quelque sorte, une vocation à la résilience*". Et puis le Grand-Est est tout sauf désarmé pour réussir. "Sérieux, fiables, solides", tels sont, rappelle-t-il, les trois adjectifs qu'on assigne spontanément aux habitants de notre région. Les stéréotypes sont parfois lourds à assumer quand ils sont péjoratifs. Mais quand ils sont positifs, pourquoi se priver de les exploiter à fond dans le cadre d'une stratégie d'influence au service de nos territoires ?

Thierry HORY

fonctionné avec la pérennité que l'on sait. Or de ce point de vue, le Grand-Est a plus d'un atout en main. Interrogez n'importe qui dans la rue et parlez-lui des gens de l'Est. Qu'il s'agisse du peuple de la vigne ou de celui des usines, les premiers mots qui viennent sont : sérieux, fiable, solide. Trois concepts qui se sont imposés à l'épreuve des faits, et que la région devrait relayer par une vraie stratégie d'influence.

Par quel moyen ?

Le meilleur vecteur de communication est toujours culturel. L'université, par exemple, a un rôle essentiel à jouer dans la promotion de l'image régionale. Non seulement par la valeur des diplômes qu'elle délivre, mais aussi par la politique d'échanges qu'elle met en place avec l'étranger. Cet investissement n'est jamais perdu. Enfin et surtout, la meilleure image de marque réside dans l'exemple qu'on donne. Pour finir par où nous avons commencé, l'urgence des urgences pour les collectivités locales est de renouer les liens qui se sont peu à peu rompus entre les habitants des métropoles et ceux de la périphérie. Quand on a été, comme les régions du Grand Est, capable de se relever de tant de tragédies, depuis les Grandes invasions jusqu'aux hécatombes de 1914-1918 en passant par la Guerre de Trente ans, on possède, en quelque sorte, une vocation à la résilience. Ce don n'est pas de trop dans la crise que nous traversons. ■

Sécession territoriale, sécession morale.

"Si les élites font sécession géographiquement et moralement, loin de la France assignée à résidence (celle de Johnny), il y a aussi scission de la croyance comme le montrent les Gilets jaunes.

Colère plus auto-organisation sur les réseaux sociaux, aux ronds-points et dans la rue, refus des représentations dominantes, agressivité contre les médias complices, remise en cause du contrat social (consentement à l'impôt ou représentation directe) sans oublier la fraternité qui naît dans l'action.

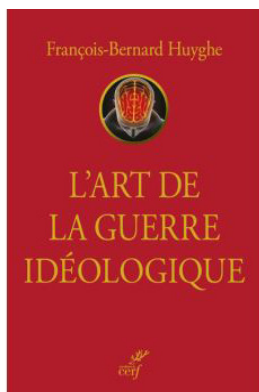
Depuis quand n'avions-nous pas vu une pareille conjonction ? Le monde d'en bas est devenu rétif aux injonctions du monde d'en haut. Injonction de réalisme sur la question du pouvoir d'achat ou des revendications matérielles (attendez que nous ayons réformé). Injonction morale de retenue, avec paternelles mises en garde : ne devenez pas factieux, fachos, haineux, etc.

Au contraire, la conscience d'une hégémonie politique, sociale, économique, culturelle, médiatique, internationale, etc. est devenue prégnante dans une partie de la population devenue anti-système."

François-Bernard Huyghe, *L'art de la guerre idéologique*, Les éditions du Cerf, novembre 2019, p. 70.

Biographie

Né en 1951, François-Bernard Huyghe est docteur d'État en Sciences politiques et habilité à diriger des recherches en Sciences de l'information et de la communication. Il a enseigné la sociologie des médias et l'infostratégie au CELSA, université de Paris IV-Sorbonne, et intervient régulièrement à l'École de Guerre Économique, à HEC et à l'ENA. Conseiller scientifique et membre du CSFRS (Conseil Supérieur de la Formation et de la Recherche Stratégique), il est également chercheur associé à l'IRIS (Institut des Relations Internationales et Stratégiques) et dirige des recherches à l'IR2I (Institut de Recherche en Intelligence Informationnelle). Avant d'embrasser cette carrière d'universitaire et de chercheur, François-Bernard Huyghe a été réalisateur de télévision, fonctionnaire international pour l'UNESCO de 1984 à 1987, et délégué culturel à Venise en 1989-1990. Les amateurs d'histoire de l'art se souviendront que François-Bernard Huyghe est le fils de l'Académicien René Huyghe, professeur et conservateur en chef du Musée du Louvre, remarquable spécialiste de l'imaginaire, et pionnier en matière de réalisation de films d'art. Bon sang ne saurait mentir... Ceux qui veulent en savoir plus sur l'œuvre de François-Bernard Huyghe pourront aller sur son site internet (<http://huyghe.fr>) afin d'y télécharger de nombreux documents.



Pour en savoir plus

Outre son dernier ouvrage, François-Bernard Huyghe a publié de nombreux essais parmi lesquels *La soft-idéologie* (avec Pierre Barbès), Robert Laffont, 1987 ; *La langue de coton*, Robert Laffont, 1991 ; *Les Experts ou l'art de se tromper de Jules Verne à Bill Gates*, Plon, 1996 ; *Histoire des secrets : de la guerre du feu à l'Internet* (avec Édith Huyghe), Hazan 2000 ; *L'ennemi à l'ère numérique*, PUF, 2001 ; *Faire mourir et faire croire*, Editions du Rocher, 2004 ; *Comprendre le pouvoir stratégique des médias*, Eyrolles, 2005 ; *Les écoutes téléphoniques*, PUF, Que sais-je ?, 2009 ; *Les terroristes disent toujours ce qu'ils vont faire*, PUF, 2010 ; *Terrorismes : violence et propagande*, Gallimard, 2011 ; *Think tanks : quand les idées changent vraiment le monde*, Vuibert, 2013 ; *Gagner les cyberconflits : au-delà du technique* (avec Olivier Kempf et Nicolas Mazzucchi) Economica, 2015 ; *Désinformation : les armes du faux*, Armand Colin, 2016 ; *Daech : l'arme de la communication dévoilée*, VA Press, 2017 ; *Fake news : la grande peur*, VA Press, 2018 ; *Dans la tête des Gilets jaunes* (avec Xavier Desmaison et Damien Liccia), VA éd., 2019. Grand voyageur, François-Bernard Huyghe a écrit avec son épouse Edith plusieurs ouvrages, dont *Les coureurs d'épices*, Payot, 1996, ou encore *La route de la soie*, Payot, 2006.