

Les médias : nouveaux nerfs de la guerre

Résumé de la conférence donnée par Stéphane Koch le 31 janvier 2008 à la Maison de la communication de Lausanne.

Que cette intervention ait suivi la conférence de Christian Salmon sur le « storytelling »¹ n'est pas un hasard. La manipulation massive de l'opinion, qui sous-tend les deux propos, devient aujourd'hui un thème majeur pour toute personne qui réfléchit au destin du journalisme. Après que son prédécesseur a raconté comment on manipule l'opinion publique avec des narrations, Stéphane Koch montre comment internet démultiplie les possibilités de désinformation en permettant à tout un chacun de se faire agent de propagande.

La désinformation de guerre a existé de tout temps. La Deuxième guerre mondiale a représenté un pas supplémentaire avec des opérations de mystification menées par les deux camps. Aujourd'hui, la propagande a cependant pris une tournure à la fois très sophistiquée, très accessible et généralisée. D'une part, il est possible de transformer toute image, photo ou vidéo, avec une grande facilité. Insertion d'objets en direct, recadrages, montage d'images empruntées à mille sources : « Nous sommes entrés dans l'ère du mimétisme », dit Stéphane Koch. D'autre part, autrefois réservées aux états, les techniques de manipulation sont aujourd'hui abordables pour les groupes armés sans moyens, qui s'en servent pour fabriquer et propager des informations qui soutiennent leur cause.

Internet est ainsi devenu le lieu parfait de la désinformation. Stéphane Koch donne de nombreux exemples de vidéos manipulées, relayées par de grands sites de presse. Le temps de vérification étant devenu de plus en plus réduit dans tous les médias, il est souvent trop tard lorsque le diffuseur prend conscience du caractère fallacieux, ou partial, de l'info. Dans sa dernière guerre contre Israël, le Hezbollah a diffusé des images du massacre de Canaa filmées et montées par les guerriers du groupe armé – c'est-à-dire des informations qui ne défendaient qu'un point de vue et mettaient l'accent sur le caractère atroce du bombardement. Relayés par des milliers d'internautes, ces vidéos ont réussi à influencer sur l'opinion mondiale et mis Israël en difficulté. Les sites sociaux, tels que Facebook ou Flickr, jouent un rôle de premier plan dans cette multiplication des agents de diffusion.

La fabrication et la diffusion d'informations, de même que l'infiltration et le contrôle des réseaux virtuels, sont donc devenus l'enjeu prioritaire des stratégies militaires, avant même toute stratégie de terrain. Des agences de communication se spécialisent dans la fabrication d'infos distribuées aux médias en temps de guerre. Peu importe qu'elles soient vraies ou fausses, partiales ou objectives. L'essentiel est qu'elles provoquent un changement d'opinion et influent sur le cours des choses, notamment en poussant les bonnes personnes – comme le Président des Etats-Unis – à prendre une

¹ Voir le podcast des deux conférences sur www.fcj.ch, [conférences en mémoires](#).

décision favorable à la cause – éventuellement en toute bonne foi.... « Sur internet, le relais d'informations se fait sur la base d'une croyance et non d'une recherche d'objectivité », précise Stéphane Koch. Au lieu de donner des informations plus authentiques et plus honnêtes que les autres médias, comme on a tendance à le croire, internet encourage au contraire la propension naturelle de chacun à cultiver une seule vision des choses. Conséquence : plus les médias se multiplient, plus il faut « remettre en cause tout objet informationnel ». Sous peine d'être la proie d'une mystification permanente.

Rédigé par Pierre-Louis Chantre