

Informations, conflits et médias

Objectifs du cours :

Le cours a pour but

- d'analyser la dimension stratégique des médias (*mass-media* et technologies de l'information et de la communication),
- de mesurer leurs pouvoirs supposés,
- de faire le bilan de leur emploi réel ou virtuel à des fins dites de guerre de l'information.

Que ce soit dans le domaine politique, économique ou militaire, cette utilisation inclut toutes les manières dont une information (sous forme de messages, données ou savoir) sert à infliger un dommage ou assurer une domination.

Le but est d'aider l'étudiant à

- Se familiariser avec les principales théories et concepts, en ce domaine au carrefour des sciences de l'information et de la communication, de la stratégie, de la polémologie de la médiologie, de l'intelligence économique.
- Juger par lui-même dans un domaine où règnent souvent mythologies et utopies
- Être en mesure d'analyser l'actualité – une émission, un texte, un mouvement d'opinion, une opération d'influence...- en distinguant les stratégies et procédés en œuvre, et les facteurs technologiques ou symboliques qui font qu'une information devient effectivement ou pas une force agissant sur les esprits.

Problématique :

Après l'ère des mass media, marquée par la crainte de la persuasion de masse, les T.I.C. (Technologies de l'information et de la communication), ont un impact évident sur les pratiques sociales et les mentalités. Elles ont suscité d'autres utopies et d'autres alarmes. Depuis les malheurs de l'internaute obsédé par la manipulation par écrans interposés, jusqu'aux projets géostratégiques en passant par les entreprises en proie aux risques informationnels, se dessine un nouveau domaine. C'est celui la crise et du conflit informationnels

Le cours le traitera dans une double optique :

- Que peuvent les médias ? La question de leur pouvoir réel dépasse leur simple capacité de convaincre (faire voter, faire acheter, faire agir). Elle touche à leur place centrale dans nos sociétés. Qu'il s'agisse de leur rôle dans la modification des mentalités ou dans la régulation des systèmes économiques et politiques ou encore de leur fonction dans les crises, depuis la vraie guerre jusqu'à la déstabilisation d'une entreprise, les médias constituent un « pouvoir » aux multiples facettes.

- Question complémentaire : peut-on vaincre en utilisant les médias ? Il est relativement facile – en théorie - d'énumérer les usages de l'information qui permettraient de diriger les esprits ou de gagner un avantage cognitif sur un adversaire : des sophistes grecs aux stratèges chinois d'il y a vingt-cinq siècles, tout est dit là-dessus. Pourtant, l'expérience nous enseigne qu'aucune recette ne garantit le succès à tous les coups. À partir d'exemples pris dans l'actualité, nous pouvons mieux comprendre les succès et échecs de ces stratégies, leurs logiques et leurs limites.

Introduction : vers une infostratégie

Bien immatériel, mémorisable, inscriptible et reproductible, à la fois désirable, vulnérable et redoutable, l'information peut servir à infliger un dommage ou à procurer un avantage contre le gré de l'adversaire.

- L'information : définitions, usages et valeurs
- Stratégies de l'information : proclamer, cacher, surveiller, tromper, ...

I Que signifie le pouvoir des médias ?

1) Ce que font les médias

L'histoire des idées relatives aux médias s'inscrit dans le contexte de conflits culturels, idéologiques ou politiques des différentes époques. Elle en reflète les contradictions. En quoi consiste ce fameux pouvoir : nous dire que penser, nous empêcher de penser, nous dire à quoi penser, comment penser ? Les réponses sont tout sauf unanimes.

- Persuasion : les pouvoirs des messages
- Fascination : la séduction des spectacles
- Sélection : reproduire le réel et diriger l'attention
- Transformation : les technologies comme facteur de changement

2) Quand les images sont la réalité

Derrière les questions récurrentes (les illusions du spectacle médiatique, la manipulation des esprits, l'idéologie véhiculée par les moyens de communication), une interrogation. Elle porte sur ce que le système politique et le marché font des médias, d'abord considérés comme des moyens de convaincre et de séduire.

Mais peut-être faut-il aussi se demander en quoi les médias bouleversent la pratique de la politique et de l'économie : que deviennent autorité, représentativité et souveraineté dans un monde qui vit au rythme de ce que les écrans rendent visible et crédible ? que se passe-t-il quand l'économie devient économie de l'attention et de l'émotion ? Qui contrôle quoi ?

- Le pouvoir et les images
- L'entreprise face aux contraintes de l'information
- Les crises : amplification et régulation par les médias

II Le conflit à travers les médias

Si l'idée de vaincre en utilisant des signes avec ou à la place de forces est aussi vieille que notre espèce, son application dépend des technologies disponibles et de l'univers mental des acteurs. Suivant la forme du conflit informationnel qui les oppose (armé, économique, politico-idéologique...) ou suivant les buts que recherche chacun, qu'il vise au contrôle de l'environnement à sa propre protection, à l'affaiblissement de l'adversaire ou à la mobilisation de partisans, les règles changent. Le fort et le faible ne sont pas les mêmes dans tous les cas. Et la technologie supérieure ne garantit pas le succès.

- Principes de la guerre de l'information

1) Hégémonie et chaos par l'information

Propagande et désinformation, des notions liées aux guerres du XX^e siècle, retrouvent une nouvelle jeunesse à l'ère des réseaux et de l'économie virtuelle. Nos sociétés croyaient éliminer le risque grâce à l'information ; elles redécouvrent le risque de l'information.

- Stratégies incapacitantes
- Dissimulation et désinformation
- Stimulation : risque d'image et images du risque
- Simulation : virtuel contre réel

2) Secret et surveillance

Pas de société sans secret. Mais, dans notre société, qui se prétend de transparence, il joue un rôle particulier, surtout au moment où se développent des projets d'infodominance totale.

- Le secret comme forme du conflit
- Surveillance totale : panoptisme et fantasmes
- Données contre connaissance : les points aveugles de la surveillance globale

Conclusion : les stratégies d'influence

L'influence, comme capacité de faire-faire sans contrainte ni promesse, contraste avec la conception classique de la puissance, accumulation de moyens de faire. Le recours à l'influence est une alternative dans le domaine économique et géostratégique.

- Les lieux du pouvoir : influence, faire croire et faire agir
- Formater et contrôler

TRAVAUX PRATIQUES

Peut-on fournir au spectateur les moyens de construire ses propres défenses, et de trouver un bon usage des messages ? Trouver une méthode de survie dans la jungle des bits et des images. ? Maîtriser le flux des informations ? Les exercices pratiques peuvent constituer les bases d'une « **médilalphabétisation** » et d'une alphabétisation numérique (*media-litteracy* et *e-litteracy*, comme disent en anglais, certaines organisations internationales

En fonction du temps disponible, on pratiquera un exercice basé sur l'analyse à chaud d'un événement d'actualité afin

- d'analyser le traitement de la même crise informationnelle à travers télévision, presse et internet, et d'évaluer les stratégies en œuvre
- d'imaginer et simuler la réaction d'un des acteurs, occasion pour les étudiants de démontrer leurs propres capacités d'organisation, d'argumentation et d'expression.