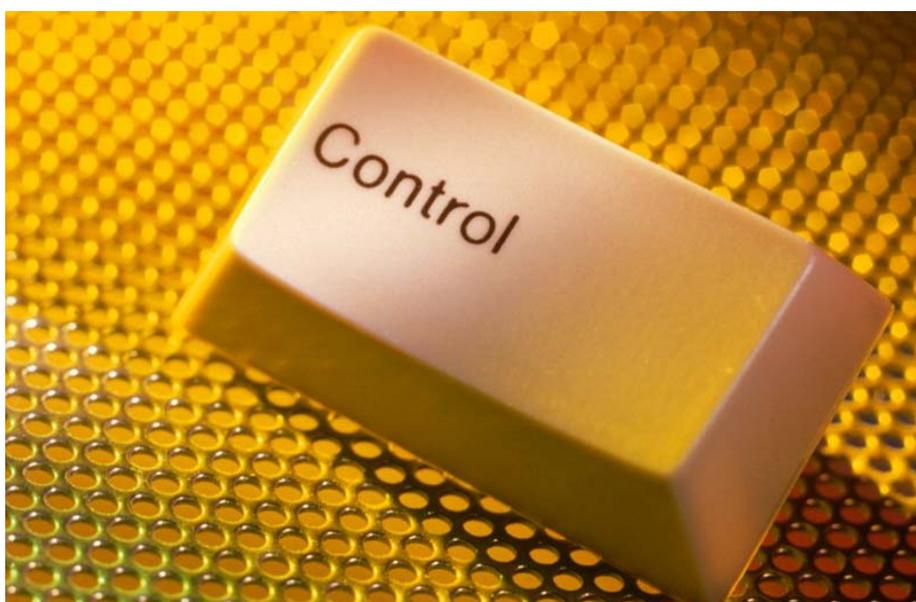


Sierre, 19 octobre 2005

EXAMEN DE MATURITÉ SUISSE
Session de septembre 2006
Travail de maturité

CES MEDIAS QUI NOUS GOUVERNENT
LES MÉDIAS NOUS MANIPULENT-ILS ?



JEAN-BAPTISTE AUBORT

Discipline:
Professeur:

Économie et Sociologie
Stéphane Beysard

STEPHANE.BEYSARD@BUISSONNETS.CH



Buissonnets.ch
école privée depuis 1928

Table des matières

I. Introduction: l'information et le Modernisme

| | |
|--------------------------------------|---|
| 1. Société de l'information..... | 5 |
| 2. Les acquis sociaux..... | 5 |
| 3. Technologie de l'information..... | 6 |

II. Le pouvoir des médias

| | |
|---|-----|
| 1. Le devoir de neutralité..... | 6-7 |
| 2. Un message derrière l'information ?..... | 7 |
| 3. Attirer l'attention..... | 8 |
| 4. Le sensationnel..... | 8 |
| 5. Que demande le peuple ?..... | 8 |
| 6. Chez le voisin..... | 8-9 |
| 7. L'intérêt du morbide..... | 9 |
| 8. Les sentiments dans les médias..... | 10 |
| 9. La «victimisation»..... | 10 |

III. Manipulés avec consentement

| | |
|---|-------|
| 1. Trop d'information tue-t-elle l'information ?..... | 11 |
| 2. La précision de l'information..... | 11 |
| 3. Les fondements de la peur..... | 11-12 |
| 4. La manipulation..... | 12 |
| 5. Les conflits informationnels..... | 12-13 |

IV. Conclusion

**

*

Table des illustrations

| | |
|---|---|
| Figure 1: http://www.pleindephotos.com/libres/ | 1 |
| Figure 2: Logo de l'école des Buissonnets..... | 1 |
| Figure 3: Recherche de contenu libre de droit sur Google (parametres avances) | 3 |
| Figure 4: http://badplayer.free.fr/ | 5 |



**

*

I. Introduction : L'information et le modernisme

1. Société de l'information

L'information est devenue le pilier de notre monde moderne. En effet nous basons nos activités, de toutes sortes, selon ce que l'on reçoit comme informations, tant dans nos loisirs que dans notre travail. Il nous paraît naturel de nous informer sur le temps qu'il va faire à la veille d'une partie de pêche ou d'une autre activité en extérieur. Il nous semble aussi naturel de nous informer sur le cours de la bourse avant de vendre ou d'acheter des actions.

Avec la récente apparition du réseau mondial, internet¹, nos habitudes informatives ont quelque peu évolué. Cet outil nous permet d'accéder instantanément à l'information, peu importe où elle se trouve sur la planète et où nous nous trouvons. De plus, de nombreux services qui n'étaient précédemment pas disponibles à distance, le deviennent. L'exemple le plus concret est celui de la Poste suisse, et de son service de paiement en ligne, Yellow Net ou de toute autre banque offrant de tels services.

2. Les acquis sociaux

Pourtant il est parfois difficile de quitter ses habitudes, je pense notamment aux personnes âgées. Ce fait est étroitement lié à l'évolution de la technologie, cette dernière leur paraissant plutôt abstraite. Nos habitudes sont donc très importantes dans l'évolution et nous devons nous adapter. Quitter un système qui fonctionne et dans lequel nous avons nos marques peut être fastidieux. Nous pouvons étendre le phénomène dans toute la société, en généralisant les acquis sociaux dans leur totalité à la technologie.

Après la seconde guerre mondiale, l'Europe se posait de graves questions au sujet de notre système politique et économique, de sa fragilité et de ses défauts, face à ce qui s'est passé durant la guerre et notamment le «*Krach*» boursier.

La société était en grand chamboulement, tout devait être reconstruit. Les gens souhaitaient avoir une meilleure protection pour l'avenir, pouvoir mieux prévoir le futur, et par là même obtenir des assurances de l'Etat de son bon devenir.

Une fois ces privilèges obtenus, il était devenu difficile de vivre sans eux, l'état providence a fait son oeuvre. Les avantages apportés par les droits du travail, les salaires minimum ou les caisses de retraites étaient entrés dans les moeurs.

Un certain sentiment de peur est généré à la suite de ce phénomène. En effet, la population ne souhaitant pas perdre ses acquis, elle craint de les voir diminuer.

3. Technologie de l'information

L'information se propage, sous bien des formes. Nous pouvons distinguer ces formes en trois catégories, **l'information purement électronique** avec internet, **l'information audiovisuelle** avec la radio-télévision et enfin **l'information écrite**. Chacune de ces catégories peut se séparer en plusieurs autres, mais l'on peut avoir quelques problèmes à placer certains

¹1994

supports comme par exemple le téléphone portable. A la fois information électronique et audio-visuelle. Les nouvelles technologies tendant à se multiplier, il en est de même pour la masse informative. Si bien que nous ne savons plus où donner de la tête. La plupart des gens informés le sont à répétition, en lisant le journal le matin, en écoutant la radio au bureau ou dans leur voiture, et enfin le soir devant le journal télévisé. Dans ce travail, je vais déconstruire certains de nos comportements face à la multitude des sources, et à leur exactitude. Puis en reconstruisant les faits, je vais tenter de trouver une réponse à la question de cette étude, « Les médias nous manipulent-ils? ».



II. Développement : Le pouvoir des médias

1. Devoir de neutralité

Une règle acceptée idéologiquement par la démocratie, et dans le monde de la presse écrite est le devoir de neutralité.

Dans une société démocratique c'est la masse populaire qui est au centre des intérêts, dans l'ordre normal des choses. Il appartient à chacun de faire une réflexion par rapport à la société globale, de plusieurs manières, selon la démocratie et son histoire.

Un moyen courant, faisant partie de la démocratie indirecte, est l'élection des acteurs politiques. Dans ce cas, le peuple choisit ses gouvernants, qui prendront les décisions au nom de tous. Une autre manière, la démocratie directe, en Suisse par exemple. Le peuple est appelé à voter directement sur des projets de lois, et ainsi intervient dans la législation, les droits et les devoirs.

En terme informationnel, tout fonctionne «*en direct*», un peu comme la démocratie directe. La masse populaire est face à un amas d'informations, à elle de les interpréter et d'en faire bon usage. Mais si l'information est incomplète ou déjà interprétée, il est alors impossible au peuple d'entamer cette réflexion. C'est pourquoi il est important que la masse média soit la plus précise et la plus concise possible. Comment savoir et être sûr de la véracité ou de la neutralité de l'information ?

Il n'y a pas de solution miracle, ou totale. Il est alors nécessaire d'étudier plusieurs sources,

de les comparer entre elles, de trouver les analogies. Il devrait ressortir de cette analyse un fil conducteur de l'information. Quant aux informations biaisées, ou mal interprétées, elles devraient sortir du lot, et apparaître inconcordantes, extrapolées, ou encore peu claires. Cette technique n'est pas forcément répandue, si on observe les habitudes des gens, ils aiment se fixer à un journal télévisé ou écrit. Souvent par rapport à des convictions politiques qui ressortent de l'éditorial, ou simplement par affinité avec le présentateur ou le journaliste. Tout cela nous amène à penser que l'avis populaire n'est pas homogène, et quelque part c'est ce que recherche la démocratie. Une diversité permet de se confronter soi-même à ses avis et ses points de vue. Malheureusement cela peut aussi mener aux conflits, par intérêt ou par ignorance; au niveau global ou au niveau individuel. Car à toutes échelles les conflits se déroulent de la même façon et l'information ou le déni d'information en est souvent à la base.

Par ailleurs, cet état de fait tend à changer dans le futur. Si nous prenons en compte les nouvelles technologies de l'information², en particulier internet. En effet, sur internet le flux d'information est continu, une nouvelle erronée est corrigée très vite, et permet d'endiguer une forme de désinformation ou de mauvaise qualité d'information. Par exemple le portail Google³ qui permet d'avoir sa page d'accueil personnalisée, met à disposition un système de «*News*» totalement dynamique, les sources sont nombreuses, et surtout de qualité. Elles sont de provenance mondiale, par exemple: lemonde.fr, liberation.fr, tv5.org, euronews.org, tsr.ch, cbs.com, ou encore cnn.com. Les mises à jour sont de l'ordre de la minute.

Tout cela engendre un comportement nouveau en Europe et plus largement en Occident: l'information à la minute. Comportement connu au États-Unis depuis des années, avec le monstre de l'information, CNN.

La compilation de ces nouvelles permet à tout un chacun d'avoir accès aux sources, de manière instantanée. Sources toutes plus sûres les unes que les autres. Un exemple concret :

En ces temps de menace de grippe aviaire, beaucoup de gens s'interrogent sur le cas félin du H5N1. Je suis allé sur mon portail préféré⁴ et j'ai cliqué sur la première nouvelle concernant ce chat infecté en Allemagne. J'ai tout de suite été dirigé sur le site officiel de l'Organisation Mondiale de la Santé, dans la section «*flambées épidémiques*». Dans cette section sont détaillées toutes les alertes, tous les cas; ils le sont dans un langage simple, de vulgarisation scientifique, mais restent néanmoins précis⁵.

En comparant avec l'information télévisée, je me suis rendu compte que cette dernière était souvent incomplète. Et surtout, le ton de la présentatrice ou du présentateur est grave, voir affolant. Finalement, les gens ne sont pas informés des risques éventuels, mais effrayés de ne pas savoir.

Nous avons affaire à un cas clair de manquement au devoir de neutralité et surtout d'information des médias télévisuels.

2. Un message derrière l'information ?

J'en viens au deuxième chapitre tout naturellement. En effet, on peut alors se demander quel est le but des journaux télévisés :s'ils préfèrent avoir une bonne audience plutôt que de l'information pure. Le journal devient alors un «*show*» comme aux États-Unis, et il est plus

²Technologie de l'Information et de la Communication.

³www.google.ch/IG

⁴www.google.ch/IG

⁵www.who.com

utile à divertir ou accrocher les gens qu'à les rassurer et enrichir leur savoir. A vrai dire, c'est une tendance générale. Par exemple à la télévision les émissions culturelles sont de plus en plus rares, elles passent à des heures tardives; *a contrario*, les émissions de divertissement sont monnaie courante. Elles ont explosé ces dernières années, notamment avec la télé dite de «réalité». Une espèce de réalité voilée, mise en scène, afin de plaire au plus grand nombre et que chacun puisse s'identifier aux acteurs.

Il est temps de se poser quelques questions. Les gens ont-ils moins besoin ou envie de culture ?

Sont-ils en quelque sorte influencés par ce monde, aspirés par la léthargie agréable que propose le divertissement virtuel (la télévision et plus largement les TIC) ?

Cela pourrait être presque compréhensible que les journaux télévisuels prennent certains éléments de la fiction pour concocter leurs nouvelles, afin de capter l'attention. Mais à quel prix ? A celui de la connaissance et du savoir ?

3. Attirer l'attention

Le but de l'information est fondamentalement de concentrer les événements du monde afin de les rendre publics. En quelque sorte il s'agit de pointer du doigt quelque chose qui se passe sur la planète et d'y attirer l'attention. En général le tri de l'information se fait selon les intérêts. Les nouvelles ayant le plus d'impact sur nos vies, sont celles traitées en premier. C'est en quelque sorte logique, ce qui nous intéresse est ce qui se passe près de chez nous. Mais c'est également avec cela que les médias jouent. La télévision cherche à captiver le spectateur, pour cela elle reprend souvent les mêmes nouvelles, celles qui font la une, qui sont les plus populaires, et les plus impressionnantes.

Bien souvent dans l'histoire de la presse, certains événements ont été occultés totalement par les journalistes. Ou du moins traités avec légèreté. Sans doute les journalistes avaient-ils peur pour leur place de travail, ou bien ont-ils subi des pressions afin de donner une certaine image au journal.

4. Le sensationnel

Ce qui paie en matière d'audience est sans équivoque le sensationnel. Il peut être classifié.

- La nouvelle fraîche et inédite (Ex.: Le décès d'une personnalité, le mariage d'une autre, ...)
- Le sujet à controverse du moment.(Ex. La grippe aviaire, le nucléaire Iranien, ...)

Le but recherché est de provoquer des sensations chez le lecteur/spectateur. Pour une raison très simple et scientifiquement connue, l'être humain se souvient très bien des sensations qu'il a eues dans sa vie, tout comme les animaux. Il cherchera à retrouver cette sensation, qu'elle fut de plaisir, de peur ou encore d'étonnement.

5. Que demande le peuple ?

On en vient à se poser la question de ce que veut vraiment la masse populaire. Quelles sont les attentes des gens lorsqu'ils ouvrent leur journal ou lorsqu'ils allument leur télévision ?

Dans un premier temps, nous avons besoin dans nos sociétés développées de divertissement, cela fait partie des acquis sociaux, avec les heures de travail fixées dans la semaine. Les gens consacrent en général un nombre d'heures défini pour chaque divertissement. Nous avons le besoin très fort de nous sortir de la routine du labeur, de penser à autre chose. Quoi de mieux alors que le malheur des autres ?

Ce malheur qui nous donne réconfort, et nous permet de voir le malin ailleurs que sous notre toit. J'exagère sans doute un peu, mais qui n'a pas entendu dans les transports publics deux personnes parler d'un tel, en le critiquant, en analysant chacun de ses gestes, en rigolant. Oui, l'Homme aime s'immiscer dans la vie de son prochain, spéculer sur ses activités et ses habitudes.

6. Chez le voisin

«Il convient d'établir une distinction entre l'envie, la jalousie et l'avidité.

L'envie est le sentiment de colère qu'éprouve un sujet quand il craint qu'un autre ne possède quelque chose de désirable et n'en jouisse ; l'impulsion envieuse tend à s'emparer de cet objet ou à l'endommager.

La jalousie se fonde sur l'envie, mais alors que l'envie implique une relation du sujet à une seule personne et remonte à la toute première relation exclusive à la mère, la jalousie comporte une relation avec deux personnes au moins et concerne principalement l'amour que le sujet sent comme lui étant dû, amour qui lui a été ravi - ou pourrait l'être - par un rival. Selon l'idée commune, la jalousie est le sentiment qu'éprouve l'homme ou la femme d'être privé de la personne aimée par quelqu'un d'autre.

L'avidité est la marque d'un désir impérieux et insatiable, qui va à la fois au-delà de ce dont le sujet a besoin et au-delà de ce que l'objet peut ou veut lui accorder. Au niveau de l'inconscient, l'avidité cherche essentiellement à vider, à épuiser ou à dévorer le sein maternel ; c'est dire que son but est une introjection destructrice.»

Mélanie Klein, 1957, *Envie et gratitude.*

Cette manie de l'homme que d'être curieux envers son voisin est bien connue des psychologues. Et elle n'est pas anodine du tout. Il y a plusieurs interprétations possibles, qui sont liées entre elles.

D'une part nous avons besoin de comparer ce que nous possédons et ce que nous faisons par rapport aux autres, afin de situer notre propre vie.

D'autre part, toujours dans un esprit de comparaison, nous aimons voir ce qu'il advient de notre prochain, surtout si le sujet est proche de notre mode de vie. Afin éventuellement de faire mieux que lui, de posséder plus.

Nous devons bien l'avouer, nous aimons nous faire peur. Voir des personnes dans de mauvaises situations, ou ayant toutes sortes de problèmes nous effraie, nous ne voudrions pas perdre ce que nous possédons. C'est cette peur qui permet d'entretenir une dépendance aux médias à mon humble avis. Car les gens chercheront toujours à savoir ce qui peut leur arriver de pire, et que les médias chercheront toujours à assouvir ce besoin de la masse.

Si nous regardons le panel d'émissions, de séries télévisées et de films, il est évident que la

peur est l'un des sentiments que nous aimons le plus «*consommer*». Les émissions sur les dérives sont monnaie courante, par exemple celles liées à la drogue, à la solitude, à l'amour, aux technologies, etc...

7. L'intérêt du morbide

Les thèmes des émissions dites de télé-réalité sont souvent questions de peur, d'une sorte d'humiliation, de situations désagréables ou plus généralement des situations que les spectateurs ne voudraient pas vivre. Le mécanisme des télé-réalité est simple, ce qui fait de l'audience fera une émission; et non le contraire qui paraîtrait plus logique. On peut donc en déduire que ce qui fait le plus d'audience à l'heure actuelle, c'est la peur, devenir une star, les records, etc..

Il est clair que tout cela fait partie des exploits et des choses difficiles à réaliser dans la vie courante pour «*monsieur tout-le-monde*». Il n'est pas malsain de raconter une histoire fantastique où les héros font des actions extraordinaires, mais il est plus mauvais à mon avis, de mettre en scène la réalité, pour s'en approcher le plus possible au niveau stylistique, et d'y présenter le même genre d'exploits. Cela provoque chez nous des sentiments forts, en nous identifiant directement avec les protagonistes.

8. Les sentiments dans les médias

La médiatisation a tout d'abord fait appel à notre intelligence, du moins à notre réflexion. En effet, dans un premier temps, les journaux, la radio puis la télévision, avaient pour seul but d'informer le peuple, de manière pragmatique, sur les événements du monde. Très vite, le divertissement a fait son apparition, grâce à la diminution du temps de travail après la reconstruction qui suivit la deuxième guerre mondiale d'une part, et grâce à l'urbanisation d'autre part. Les hommes eurent plus de temps à consacrer à leurs loisirs.

Le divertissement télévisé est celui qui m'intéresse, car il fait souvent appel à de gros moyens visuels et auditifs, et donc capte bien l'attention. De plus, la télévision est disponible en continu, dans pratiquement chaque foyer.

Nous voulons nous détendre en regardant un programme télévisé, passer un bon moment de joie, de rire, de rêve, de tristesse, d'attendrissement, de peur, de frissonnement, etc. Le bouquet de programmes tel que nous le connaissons actuellement est suffisamment important pour nous apporter toutes ces sensations, à tout moment de la journée comme de la nuit. Souvent, il ne faut pas nous déranger pendant que nous recevons notre «*dose*» d'émotion, nous aimons le faire dans le noir, seul ou accompagné, mais en silence. Nous avons des habitudes de consommation qui sont bien définies et ancrées dans notre mode de vie. Parfois même, dans les cas extrêmes, ces émotions peuvent suppléer les vrais sentiments, pour les gens seuls par exemple. Au États-Unis, il n'est pas rare d'entendre parler de personnes qui passent toute la journée devant leur poste, y mangent et y dorment.

9. La "victimisation"

L'humain est très fort dans le phénomène de victimisation, qu'il soit fondé ou non. La victimisation est le fait de toujours comparer ce que l'on observe dans le monde à notre propre expérience. En quelque sorte, «*tout ramener à soi-même*».

Il est néanmoins nécessaire de distinguer deux sortes de victimisation:

- La compassion face à la souffrance visible du monde;
- La prise de conscience (ou son impression) que la souffrance s'étend jusqu'à notre propre personne.

D'un coté, les gens qui se plaignent constamment de l'état du monde et de la misère. De l'autre, ceux qui se plaignent constamment de leur propre vie et leur propre misère.

Le phénomène est assez récent puisque la globalisation des médias l'est aussi. Reste à observer si dans la réalité on se dirige plus rapidement vers l'une ou l'autre des tendances.

III. Utilisation de la peur comme vecteur de l'information

1. Trop d'information tue-t-elle l'information ?

La question posée différemment pourrait être: que nous apporte la multitude d'informations que nous recevons chaque jour ? Ou encore: la qualité de l'information est-elle dévaluée par la présence importante des médias ?

Il est prouvé que le cerveau humain, au bout d'un certain temps, n'est plus réceptif et qu'il a besoin de repos. On peut donc en déduire qu'un grand nombre d'informations nous échappe. Particulièrement celles que nous regardons le soir, après une bonne journée de travail. Nous devons trier ce flux ininterrompu, selon ce qui nous intéresse ou non. Notre cerveau le fait de manière automatique, ce qui ne veut pas dire qu'il est passif, au contraire. Il est pénible pour notre esprit d'analyser si un fait vaut la peine d'être mémorisé. Nous sommes donc épuisés par cette présence constante. Un nombre important de faits nous passe à coté.

2. Les fondements de la peur

La peur a beaucoup évolué à travers les âges. Mais ce qui nous intéresse c'est les fondements de cette peur, et de ses rapports avec l'information. Je vais étudier pour plus de clarté uniquement trois périodes, le Moyen-Age, l'époque des lumières et notre époque contemporaine.

Au Moyen-Age, les gens communiquaient très peu à distance, ils devaient être proches. Les délais de cette communication primaire étaient très courts, l'information ne restait pas longtemps de qualité.

On apprenait très tard et avec peu de précision ce qu'il se passait dans le royaume. Ce n'est pas pour autant que la peur n'était pas présente. Les gens craignaient les rapt, les vols et les viols. Il était plus que déconseillé de sortir dès le coucher du soleil dans la campagne, et dans les ruelles sombres. La peur était donc fondée, le risque que notre intégrité soit violée était important.

Alors qu'à l'heure actuelle, la violence a clairement diminué en dehors des villes, ou augmenté à l'intérieur, le phénomène de peur n'a fait qu'augmenter depuis ce Moyen-Age. Cela pourrait nous étonner si nous n'avions pas connaissance des impacts de l'information

sur notre psychisme. En effet, le danger est sans doute moins présent, mais nous en avons pleine conscience. Cela laisse donc libre cours à des comportements de type paranoïaque, du moins cela inquiète la population.

3. La précision de l'information

Le métier de journaliste consiste à présenter l'information de la manière la plus neutre possible. C'est à dire qu'ils ne doivent pas présenter leur avis personnel dans leurs papiers ou leurs nouvelles, mais sont tenus de présenter au public une forme de vérité, ou du moins celle qu'ils ont pu découvrir à travers leurs recherches. Autrement on parlerait de censure, s'ils cachent certains éléments volontairement, ou bien d'interprétation abusive si les journalistes vont trop loin dans leurs raisonnements. Le journalisme est donc l'art de présenter l'information, d'une part afin qu'elle soit accessible au plus grand nombre, d'autre part afin qu'elle soit concise.

Néanmoins, il est très difficile de savoir où sont les frontières entre interprétation et avis personnel. C'est pourquoi il est important dans une démocratie d'avoir accès à une multitude de sources pour une même information, afin que chacun puisse se faire sa propre interprétation. Mais si on regarde de plus près, on remarquera que les gens ont des habitudes, et qu'ils font rarement le tour de toute la presse écrite ou qu'ils regardent rarement tous les journaux télévisés. Ils ont en quelque sorte confiance en un groupe d'individu, cela pour plusieurs raisons. Ces raisons sont très souvent de nature politique. Elles peuvent être également plus «*sentimentales*», la personne préfère tel animateur ou bien tel style de journal. Pour ne parler que de la presse écrite, en suisse la différence y est moins marquée qu'en France. Notamment à cause du passé historique de la France et de son besoin d'expression accru, les directions politiques sont plus clairement représentées.

Dans ce même pays, l'écart dans la précision de l'information peut être énorme. Les exemples les plus drôles sont les rapports des manifestations, certains journaux déclarent qu'il y avait 200'000 personnes dans la rues, alors que d'autres en comptent 350'000, et le rapport de la police en dénombre 100'000 au plus. L'exemple à première vue peut sembler cocasse, mais d'où peuvent venir des écarts aussi importants ? Cela dépend probablement du moment où le journal a été mis sous presse, ou du moment où le journaliste a pris sa source, ou encore peut être d'une mauvaise transcription de la part d'un intervenant.

Cet exemple nous démontre néanmoins qu'il faut prendre une certaine distance avec ce que l'on nous dit, et qu'une imprécision est vite arrivée.

4. La manipulation

«Soit on fait directement pression sur autrui par sa parole, à la fois, l'on montre et l'on démontre, on met sous les yeux grâce à la véhémence oratoire... Soit c'est sur la situation qu'on opère pour atteindre indirectement l'adversaire en l'orientant progressivement de façon telle que, sans se découvrir et par le seul effet de ce qu'on y avait impliqué, elle enserme autrui et le désarme».

François Jullien, *Traité de l'efficacité*, 1996

Il est difficile de traiter le sujet de la manipulation car elle nous entoure constamment. En effet, qui n'a jamais menti à quelqu'un qu'il aime, pour ne pas lui faire de mal, pour le préserver d'une vérité qui pourrait être dure à entendre, à apprendre ? Qui n'a jamais menti à

un ennemi afin de le désavantager ? Le mensonge est humain, et il est difficile de lui échapper. Néanmoins, quand on parle de manipulation il est important d'analyser dans quel but elle est menée. Pas qu'il n'y ait des moyens plus ou moins louables pour arriver à ses fins, cette formule bien connue nous le rappelle. Donc, la manipulation peut avoir plusieurs valeurs :

- **une valeur explicative:** la personne manipulée n'aurait pas agi de la même manière sans qu'on l'ait aiguillée;
- **une valeur clandestine:** elle est cachée et sert des buts non avouables au public;
- **une valeur indirecte:** elle n'a pas le but qu'on lui attribuerait et pourrait donc passer inaperçue;
- **par intérêt matériel:** le manipulateur y trouve son compte, en argent ou en divers objets matériels. Opinion manipulée: le manipulé croit détenir le sens de son opinion, être maître de ce qu'il pense.

5. Les Conflits informationnels

Les divers médias s'arrachent constamment la primeur de l'information. En effet, un des buts du journalisme est de découvrir avant tout le monde un fait, de le dévoiler au public. La primeur fait vendre. Si l'on raisonne en ces termes, nous sommes en plein conflit informationnel. Mais qu'est ce qu'un conflit informationnel ?

On peut distinguer plusieurs niveaux de guerre dans les TIC, du moins plusieurs groupes distincts qui ont un intérêt à posséder l'information avant les autres:

- **les institutions**
- **les entreprises**
- **les individus**

Les institutions: dans le but d'assurer la sécurité d'un pays ou d'un groupe de pays⁶, il est important d'avoir une longueur d'avance sur les ennemis potentiels et sur les divers concurrents. On doit être informé tant des infrastructures d'attaque que possèdent les autres pays, que de leurs infrastructures indispensables à leur survie, par exemple les installations pétrolières ou nucléaires.

La prévention de crise est une partie importante de la bonne gestion d'un État. Quand un pays est menacé de guerre, ou qu'il est clairement en état de guerre, celui-ci doit pouvoir réagir en même temps que l'ennemi, si ce n'est avec un temps d'avance. L'espionnage est souvent réciproque, et la surenchère de plus en plus importante. C'est en quelque sorte un échange constant d'informations entre les parties.

Les entreprises: la concurrence de notre monde capitaliste implique de toujours être au moins au même niveau que les concurrents. C'est pourquoi les entreprises se livrent un combat sans merci, afin d'être au courant de ce que projettent ses adversaires. Cela se nomme plus couramment l'espionnage industriel.

Les individus: dans notre vie de tous les jours, nous exerçons également une guerre d'information. Les ragots que l'on se raconte peuvent souvent provoquer des conflits

⁶Union Européenne

d'intérêts, ils peuvent même être créés dans ce but uniquement, afin de nuire. Par exemple, «A.» dit à «B.» que «C.» l'a trompé avec «D.», dans le seul but de voir «C.» se libérer afin de l'avoir pour lui seul. Mon exemple est ici simpliste, mais il retranscrit bien à mon avis le genre de situations que nous pouvons créer rien qu'avec des paroles et de la désinformation pour servir nos propres intérêts.

Il peut paraître bizarre que l'information puisse à la fois être vecteur de conflit et de communication. Mais en analysant ces flux d'informations j'espère être arrivé à convaincre que cela peut tant être l'un que l'autre, et que cela dépend directement du but que l'on souhaite donner à l'information et plus indirectement de la politique d'un État. Par exemple, il est plus courant d'utiliser les médias de cette façon aux États-Unis, des dévoilements sont fait, puis quelques jours après démentis. De cette façon, le peuple a l'impression que son État n'a rien à se reprocher et qu'il dit la vérité, les «*méchants*» sont les conspirateurs. Bien entendu, je n'ai pas parlé uniquement des pays et de leurs dirigeants, mais également des dérives de l'économie, qui nous poussent à la consommation grâce à la magie de l'image, du son et du caractère persévérant de la publicité.

Huyghe, dans son livre «*Comprendre le pouvoir stratégique des médias*»⁷, expose trois types distincts de conflits dans les TIC:

- **stratégiques**: les groupes recourent aux ressources de leur intelligence pour agir sur les autres via l'information qu'ils propagent, traitent, organisent, interdisent;
- **symboliques**: les images, les croyances, les valeurs et les représentations que partagent les acteurs. Comme toute activité invisible, y compris sous les aspects d'utopies, idéologies ou mythologies. Leur force d'attraction, ne diminue pas avec la sophistication des techniques, bien au contraire;
- **techniques**: les technologies autorisent (mais ne déterminent pas) les manifestations du conflit. De la même façon, elles modifient les rapports de pouvoir, de savoir ou de croyance, les rapports avec l'espace et le temps d'une époque.

IV. Conclusion

Durant toute ma quête d'information à l'élaboration de ce travail de maturité, je me suis frotté aux dérives que je dénonce. Plus le temps avançait, et plus je me suis rendu compte qu'il serait difficile de trier parmi toutes les choses intéressantes que j'ai vues ou lues. En effet, la multitude de sources concernant les médias modernes est impressionnante. Il y a clairement un attrait de la part des acteurs de cette information à la décortiquer.

Pour faire face à ce flot de matière, j'ai essayé d'en faire le plus possible la synthèse, afin de pouvoir traiter chaque cas les uns après les autres, sans rentrer dans de trop grandes considérations.

Malheureusement, je n'ai pas toujours eu le succès escompté. J'ai envoyé un questionnaire⁸ à quelques journalistes, un sondage sur leur avis au sujet de la communication et de cette multiplication des supports et de l'information. Je n'ai à ce jour reçu aucune réponse de leur part, ni même une explication de non-réponse. Il est difficile d'en tirer de réelles conclusions, mais on peut faire quelques hypothèses. Mes questions n'ont peut-être pas plu, elles ont gêné, et les journalistes les ont tout simplement ignorées. Si c'est le cas, ils ont

⁷Voir bibliographie

⁸Document en annexe

réagi exactement comme je le dis dans mon travail, et ont caché de l'information car ils savaient que cela pouvait leur nuire, ou du moins que cela ne leur était pas profitable. Des journalistes pris en flagrant délit de déni d'information!

Il est possible également que ces journalistes n'ait tout simplement pas consulté leur e-mail depuis plus de 3mois, ce qui serait étonnant de la part des maîtres de la communication.

Au final, l'information est devenue de la grande consommation, et c'est au demandeur d'être prudent et d'en faire bon usage.

BIBLIOGRAPHIE

→ Livres:

1. Balle, Francis, «**Médias et Sociétés**», Paris : Montchrestien, 2005, 722 p.
2. Champion-Vincent, Véronique, «**La société parano : Théories du complot**», menaces et incertitudes, Paris : Payot & Rivages, 2005, 233 p.
3. Guillebaud, Jean-Claude, «**La force de conviction : A quoi pouvons-nous croire ?**», Paris : Éditions du Seuil, 2005, 389 p.
4. Huyghe, François-Bernard, «**Comprendre le pouvoir stratégique des médias**», Paris : Eyrolles, 2005, 227 p.
5. Lambert, Christophe, «**La société de la peur**», Paris : Plon, 2005, 197 p.

→ Pages Internet:

1. ANGOISSE, PEUR ET ANXIETE, (10.2005), «**Phobies handicapantes Agoraphobie Phobies Sociales**», <http://philautarchie.net/>, [En ligne]
2. MEDIAS ET TIC (CIIP), (11.2005), «**e-media.ch**», <http://www.e-media.ch/dyn/1012.htm>, [En ligne]
3. INFOS IMPARTIALES, (11.2005), «**Crise des médias, malaise démocratique ?**», <http://www.info-impartiale.net/>, [En ligne]
4. WIKIPEDIA FOUNDATION, (11.2005), «**Technologies de l'information et de la communication**», http://fr.wikipedia.org/wiki/Technologies_de_l%27information_et_de_la_communication, [En ligne]
5. WIKIPEDIA FOUNDATION, (01.2006), «**Mélanie Klein – Wikipédia**», http://fr.wikipedia.org/wiki/Melanie_Klein, [En ligne]
6. ÉCOUTES THERAPEUTIQUES, (01.2006), «**Filigr@ne, revue de psychanalyse**», <http://rsmq.cam.org/filigrane/index.htm>, [En ligne]
7. PHILAUTARCHIE, (01.2006), «**Philautarchie.Net**», <http://www.phobique.com/>, [En ligne]

→ Document vidéo:

1. C dans l'air, «**C'est la faute aux médias**», (04.12.2005), Maximal Productions, Présenté par Yves Calvi, Diffusion: du lundi au vendredi à 17:45 sur France 5, <http://www.france5.fr/cdanslair/006721/275/130662.cfm>, [En ligne]

ANNEXE

EMAIL A QUELQUES RÉDACTEUR DE JOURNAUX SUISSES.

LA SOCIETE MEDIATIQUE:QUESTIONNAIRE

Bonjour, mon nom est Jean-Baptiste Aubort. Je suis étudiant en 4ème année de gymnase à Sierre en Physique et Application des Mathématiques.

Dans le cadre de mon travail de maturité, je récolte les réponses à quelques questions au sujet des médias. Le sujet de ce travail est la communication dans notre monde moderne, à travers les différents supports médiatiques; et les influences qu'ils ont ou peuvent avoir sur notre vie.

Je vous remercie d'ors et déjà de prendre quelques minutes afin de répondre à ces quelques questions. N'hésitez pas à développer si vous le souhaitez ou si vous trouvez cela nécessaire. Soyez sûre de recevoir une copie du travail lorsqu'il sera terminé.

Questions aux médias

1. Quelle est votre analyse de la sphère médiatique suisse ?
2. Que pensez-vous de la presse à scandales ?
3. Où vous situez-vous par rapport à elle ?
4. Pensez-vous qu'il y a une attente du public à ce niveau-là ?
5. La mise en scène de l'actualité vous semble-t-elle judicieuse ?
6. Quel est votre avis sur la diversité des supports, est-ce que la cohabitation entre eux est facile ?
7. Quel est le meilleur moyen au sens large d'informer les gens selon vous ?
8. Pensez-vous qu'il y a des sujets qui ne sont pas suffisamment traités ?
9. Quel est votre avis sur la multiplication des moyens de communications dans la société ?
10. Qu'avez-vous à dire sur le pouvoir des médias dans notre société ?
11. Ressentez-vous personnellement ce pouvoir ?
12. Et politiquement, est-il en accord avec la démocratie ?
13. Que pensez-vous du « politiquement correct » dans la sphère médiatique ?
14. Peut-t-on parler de tout dans les journaux ? Y-a-t-il une limite à la liberté d'expression ?
15. Avez-vous déjà subi des pressions de la part d'entreprises privées ou publiques ?

Questions sur les questions

1. Comment avez-vous reçu ce questionnaire dans son ensemble et les questions traitées ?
2. Est-ce que les questions étaient assez claires ?

Merci du temps que vous avez passé à répondre à mon questionnaire.
Je vous souhaite une bonne journée. Mes salutations les plus distinguées