

Libre-arbitre et médias

Olivier Moch, 21 avril 2011

Faut-il redouter une forme de manipulation de la part des médias ? Ou comment garder un esprit critique face aux médias et au net...



Les médias nous manipulent-ils ? Les "erreurs" médiatiques existent depuis l'avènement de la presse. Erreurs involontaires, mystifications, rumeurs, fausses informations, détournement de nouvelles ou d'images... Déjà à la fin du 16^e siècle, les feuilles volantes jouent sur la crédulité de la population. Ces feuillets informatifs prennent d'ailleurs rapidement l'appellation de "canards" sur base de l'expression moyenâgeuse «*vendre un canard à moitié*» qui signifiait duper les gens. Les canards dont des «*nouvelles toujours exagérées, souvent fausses*» expliquait l'écrivain et pamphlétaire français Gérard de Nerval (1808-1855). A

partir du 17^e siècle, la presse officielle est sous contrôle total de l'Etat. Ainsi, la Gazette de Théophraste Renaudot est abreuvée en informations par Richelieu qui exerce ainsi un droit de regard sur la lecture du peuple. Il faut attendre la seconde moitié du 19^e siècle pour voir naître une certaine liberté de la presse. En Belgique, cette liberté coïncide avec l'abolition du Droit de Timbre, en 1848.

Cependant, cette liberté n'a pas mis fin aux erreurs, fausses informations ou mystifications dans les médias.

Quelques exemples de mystifications célèbres :

* **1887 - La Lettre de Parnell** : le Times de Londres publie, de bonne foi, une lettre de l'homme politique irlandais Charles S. Parnell dans laquelle celui-ci cautionne des actes terroristes. La lettre est un faux. Le Times est à la fois victime et coupable dans ce cas ; victime car de bonne foi et coupable car l'information n'a pas été vérifiée.

* **1915 - Les Allemands sentent mauvais** : les journaux français publient sciemment, durant WW1, une série d'articles expliquant que les Allemands sentent mauvais à cause de la choucroute et des pommes de terre qu'ils mangent quotidiennement.

* **1920 - La Visite du Président Deschanel** : Un quotidien français retrace avec détails la visite faite par le Président de la République Paul Deschanel à Moulins. Le problème est que Deschanel n'est jamais arrivé à Moulins suite à une chute dans le train.

* **1934 - la Victoire de Jef Scherens** : La Dernière Heure détaille la victoire du cycliste Scherens au vélodrome d'Anvers, en présence du Roi Albert 1^{er}. Malheureusement, celui-ci est mort l'après-midi même dans un accident d'escalade à Marche-les-Dames.

* **1938 - les Martiens de Welles** : La plus célèbre mystification radiophonique, le cinéaste Orson Welles a trompé des millions d'auditeurs américains en leur faisant croire à une invasion extra-terrestre. Il s'agissait juste de la lecture du roman de science-fiction *La Guerre des Mondes*...

* **1989 - Le Charnier de Timisoara** : des images montre un charnier où le chiffre de 4600 cadavres est annoncé. En fait, des cadavres ont été sortis de la morgue et mis en scène. Sur place, les journalistes se rendent compte qu'il ne s'est rien passé. Par contre, la population roumaine prend l'information comme réelle puisque vue à la télévision.

* **1990 - Les Couveuses de Koweït City** : En août 1990, la télévision américaine montre le vol de couveuses dans un hôpital de Koweït City par des militaires irakiens. Des bébés sont jetés hors des couveuses. La télévision américaine annonce 312 bébés morts. Il s'agit en fait d'une manipulation de propagande américaine anti-irakienne. Le message «*Irakiens = barbares*» est une forme de caution pour la guerre contre Saddam Hussein.

* **1993 - L'Interview de Castro** : PPDA, journaliste vedette de TF1 truque une interview de Fidel Castro afin de faire croire qu'il a rencontré le chef d'Etat Cubain. En fait, les réponses ont été coupées d'une interview américaine et montée de telle sorte que l'on croit que les deux hommes sont face à face.

* **1995 - Les dealers de TF1** : Dans le cadre d'un reportage sur la circulation de la drogue en France, TF1 a utilisé des comédiens (en accord avec la police) pour faire croire à l'arrestation filmée d'un dealer. Cette arrestation a belle et bien eu lieu mais TF1 n'était pas présente. Pour faire croire qu'elle y était, la chaîne française n'a pas hésité à reconstituer la scène.

* **2006 – La fin de la Belgique** : en décembre, la RTBF interrompt ses programmes pour diffuser une émission spéciale car, selon les journalistes en plateau, le Parlement flamand venait de voter la sécession de la Flandres signifiant ainsi la fin de la Belgique. Il s'agissait évidemment d'un canular sur lequel travaillait la RTBF depuis plusieurs mois et dont le but était d'éveiller les consciences. Cette édition spéciale souleva un tollé de protestation. Ici nous étions face à une mystification sciemment organisée par un média.

* **2008 – Le faux New-York Times** : un collectif d'associations militant contre la présence américaine en Irak et pour une Amérique plus écologique a édité un faux NYT dont la une était centrée sur le retrait des troupes américaines d'Irak ; *Irak War ends* titrait ce faux quotidien. A l'intérieur tout le contenu reposait sur l'utopie d'une société américaine qui aurait pris conscience de sa fragilité et des erreurs de son monde de vie. Dans ce fake, le Président Bush donnait alors une interview exclusive dans laquelle il reconnaissait s'être trompé sur l'invasion en Irak qui n'aurait pas du avoir lieu... Un site internet avait même été mis en ligne pour renforcer la mystification, le tout en collaboration avec les fameux Yes Men, des spécialistes de la mystification.

L'histoire des médias foisonne de ce genre de fausses nouvelles. Elles sont généralement dictées par :

- la propagande que l'on veut faire pour ou contre un événement ou une personne (ex. la guerre est un terrain propice à la mystification médiatique);
- la concurrence entre les différents médias qui cherchent l'information sensationnelle qui fera vendre. Il faut annoncer l'information au plus tôt et, parfois, avant même l'événement (ex. le Daily Mirror a annoncé 37 fois la mort de Lénine);
- l'industrialisation de la presse (augmentation des tirages);
- la concurrence presse écrite/radio puis presse écrite/télévision et désormais presse écrite/internet;
- la lenteur de la presse écrite pour la diffusion des nouvelles (impression plus lente que diffusion).

La mystification médiatique peut prendre différentes formes :

- la mystification de bonne foi : le média diffuse une information fautive en la pensant vraie (ex. la lettre de Parnell). Dans ce cas, seul un manque de vérification peut-être reproché ;
- le bidouillage : lorsqu'une information est arrangée pour faire croire qu'elle a eu lieu (ex. l'interview de Castro par PPDA). Souvent, le contenu de l'information est réel mais la forme est fautive ;
- la photo-témoin : le journaliste peut faire dire ce qu'il veut à une photo... légende incorrecte, photo recadrée, montage, photo sortie de son contexte, etc. Aux yeux du public, une photo est souvent un gage de vérité. Nombreuses fausses nouvelles ont été fabriquées à partir de photos ou d'images (ex. Charnier de Timisoara). L'apparition de la photographie numérique a facilité cette technique sans toutefois la développer davantage ;
- la reconstitution : il s'agit de mettre en scène une information qui a réellement eu lieu mais pour laquelle on n'a pas d'images ou de son (ex. le dealer de TF1). Cette technique est acceptable si une mention précise comment elle le reportage a été réalisé (ex. reconstitution ou réalisé avec truquage) ;
- l'invention pure et simple : le journaliste invente une information de toutes pièces et la met en scène (ex. les couveuses de Koweït City). Le média crée l'information ;
- l'occultation d'une partie de l'information : le journaliste ne donne qu'une partie de l'information, taisant le point de vue d'une partie (ex. guerre du Golfe où l'on n'a quasiment pas eu la vision arabe de la guerre). Cette technique ne permet pas au lecteur de se faire sa propre opinion puisqu'il ne dispose pas de l'entièreté de l'information.

Nous sommes entrés, depuis quelques années, dans une ère du spectacle (*entertainment*) et les médias n'échappent pas à la règle. Les médias vivent de la publicité et du spectacle car la société est

axée sur la consommation et le loisir. Aujourd'hui, le rôle des médias est davantage de faire rêver que d'informer. En outre, les médias ont de plus en plus fréquemment recours à des sociétés extérieures qui fournissent des reportages clé sur porte. La concurrence qui existe entre ces sociétés est aussi un facteur de mystification.

Parmi les autres facteurs qui influent sur la mystification médiatique, on peut évoquer succinctement :

* La **presse d'opinion** => elle tend à disparaître et il est toujours dommage de voir un média qui disparaît mais la presse dite d'opinion est loin d'être à l'abri des mystifications puisqu'elle obéit généralement à une doctrine (politique ou autre).

* Les **sondages** => ils sont un bel exemple de mystification car, par essence, ils sont souvent anonymes et faciles à diriger. En outre, le public a tendance à suivre la masse et, donc, à se laisser influencer par les sondages.

* Le **vedettariat** des journalistes => fréquent dans les pays anglo-saxons et en France, le phénomène de starisation des journalistes/animateurs (ex. PPDA, Harry Roselmack, Jay Leno, Dan Rather, Oprah Winfrey...) confirme l'ère des médias-spectacles dans laquelle nous sommes. Les vedettes de l'information contribuent à entretenir la course à l'audience, par n'importe quel moyen.

* Les **agences de communication** => à la solde de puissants lobbies, elles influencent l'opinion publique par le biais des médias. Je ne peux que conseiller de voir à ce propos le film *Wag the Dog (Des Hommes d'influence)* de Barry Levinson.

* L'absence de **Bouffons du Roi** => Le bouffon était celui qui avait la liberté de dire la (ou les) vérité(s) sans risque d'être puni. Notre société actuelle manque de ce type de personnage. Dans les années 70, des chansonniers célèbres commentaient l'actualité et la replaçaient dans un contexte plus réaliste. Ces chansonniers étaient un garde-fou aux dérives du pouvoir en place et au début de l'information à outrance. Le dernier véritable bouffon (au sens noble du terme) a été Coluche qui au travers de ses textes donnait probablement une information plus réelle que la plupart des grands médias... De nos jours, chansonniers et bouffons n'ont plus vraiment la cote !

Il existe, bien entendu, des sanctions contre les journalistes et les médias qui truquent ou manipulent l'information mais ces sanctions sont minimales par rapport au return pour les médias dans la course à l'audimat.

Développer son libre-arbitre !

Mais alors, qu'est-ce qui est vrai et qu'est-ce qui est faux ? Doit-on douter des informations qui nous sont livrées ? Ne doit-on plus croire en rien ?

Tacitement, nous tenons pour vraie l'information que l'on trouve dans les médias. La lecture d'un journal nous occupe, en moyenne, ¼ d'heure par jour. Si l'on devait vérifier la véracité des informations qui s'y trouvent (en recoupant avec d'autres journaux, d'autres supports...) cela nous occuperait ± deux heures quotidiennement. Cette crédulité a entraîné une dérive télévisuelle dite «*télé-réalité*» qui n'a de réel que le nom tant elle est mise en scène et apprêtée pour entrer dans des codes mercantiles et des effets de mode. Le spectateur sait pertinemment bien que les images qu'il voit dans ces émissions ne sont pas un reflet fidèle de la réalité... mais souvent il les tient pour tel. Ou est donc passé l'esprit critique, le libre-arbitre ? Pour 99% de la population, vivre ce n'est pas se qui est montré dans X Factor, Secret Story et autres programmes formatés du genre. La *vraie vie* est d'une autre réalité pour la grande majorité de la population... Dès lors, ne devrait-on pas plutôt parler de *télé irréalité* ? Par ailleurs, on assiste avec la télé-réalité, à un phénomène inédit : la publicité n'est plus la rentrée financière principale des chaînes qui diffusent des émissions de télé réalité. En effet, le vote (payant) des spectateurs, le merchandising, les ventes de CD, l'organisation de spectacles... génèrent des rentrées plus importantes. Dès lors, il faut inciter le spectateur à avoir envie et besoin d'entrer dans le jeu, lui laisser croire qu'il appartient à l'univers qu'il voit à l'écran, qu'il existe à travers cet univers. C'est évidemment une manipulation médiatique de grande envergure, peut-être la plus perverse de toutes...

Le seul moyen de distinguer le vrai du faux est de développer son esprit critique et de comparer les informations livrées, de les recouper. Pour ce faire, on peut déjà :

- faire la distinction entre la presse de qualité et la presse à sensation, bien qu'il faille reconnaître que pour de basses raisons commerciales, la presse dite de qualité tend à se *people-iser* ;
- lire plusieurs quotidiens et regarder plusieurs JT différents ;

- ajouter la lecture d'un hebdomadaire aux quotidiens car le journaliste a plus de temps pour vérifier ses informations (pas de bouclage quotidien) ;
- déterminer la source et voir si elle est fiable ;
- analyser les images plutôt que simplement les regarder...

Internet peut aussi être un bon moyen de recouper des informations. Même si le net est une vaste bibliothèque avec quantités de références inutiles, il reste une base de données formidable. Il y a moyen de trouver des sites neutres qui livrent une information de qualité ou des bribes d'informations qui permettent de corroborer des informations plus globales. Quoi qu'il en soit, il faut **garder un esprit critique** face au flot d'informations quotidiennes qui est livré. Tout n'est pas faux, tout n'est pas vrai... Tout n'est pas noir, tout n'est pas blanc !

En conclusion...

Les médias ne sont jamais qu'un miroir de la société actuelle. Il n'y a pas une vérité globale et chacun a sa propre perception d'un événement. Le flot d'informations livrées au public grandit de jour en jour grâce à l'évolution des technologies. Il faut pouvoir faire le tri entre ce qui est important et ce qui ne l'est pas et, ensuite, entre ce qui est vrai et ce qui ne l'est pas ! Mais attention, la vérité n'est pas forcément à l'équidistance des différentes thèses qui sont soumises : imaginons deux thèses : la thèse A qui dit que $2 + 2 = 4$; la thèse B qui affirme que $2 + 2 = 5$... la vérité est-elle que $2 + 2 = 4,5$? Non, évidemment ! La vérité il faut la chercher ailleurs en utilisant son libre-arbitre...

Olivier Moch
Communication © avril 2011