

Stratèges et stratagèmes

Rédigé le 24 avril 2017 par : Jean-Jacques Jespers



Tout le monde le dit : la question centrale pour l'avenir de notre modèle social serait désormais celle de la vérité. C'est-à-dire : comment chacun, s'il n'en a pas été personnellement témoin, peut-il acquérir la certitude de la véracité de ce qu'il lit, entend ou visionne dans la littérature, dans la presse imprimée, à la radio, à la télévision, sur les sites « d'information », sur les réseaux de socialisation, sur les forums en ligne, dans les bureaux, les métros ou les bistrotts ?

Tout le monde le dit : la question centrale pour l'avenir de notre modèle social serait

désormais celle de la vérité. C'est-à-dire : comment chacun, s'il n'en a pas été personnellement témoin, peut-il acquérir la certitude de la véracité de ce qu'il lit, entend ou visionne dans la littérature, dans la presse imprimée, à la radio, à la télévision, sur les sites « d'information », sur les réseaux de socialisation, sur les forums en ligne, dans les bureaux, les métros ou les bistrotts ? Si la question s'avère sans doute cruciale voire vitale pour l'avenir de notre civilisation (comme le démontrent des épisodes politiques récents, du Brexit à l'élection de Donald Trump), elle n'est cependant ni nouvelle, ni – il faut bien le reconnaître – réellement préoccupante pour la majorité de nos semblables.

Depuis que les êtres humains se racontent des histoires, de l'hydre de l'Herne à la rumeur d'Orléans, rares sont ceux qui, en dehors du cercle restreint des historiens et des philosophes, se sont préoccupés du statut de ces narrations. Néron a-t-il vraiment ordonné l'incendie de Rome ? Gilles de Rais était-il vraiment l'auteur des crimes qui lui ont valu à la fois la pendaison et le bûcher ? La réponse importe moins aux peuples que les émotions fortes suscitées en eux par ces récits. Aurait-on pu exécuter en public, sous les lazzis de la populace, des sorcières et des hérétiques si ces spectateurs surexcités s'étaient posé la question du fondement réel des accusations pesant sur les condamnés ? L'appétit pour les événements lestés d'une forte charge émotionnelle fait probablement partie de la nature humaine. Il remonterait, selon certains auteurs, à la rudesse de la vie de nos ancêtres paléolithiques et aurait présidé à l'invention des dieux et des mythes, dont la fonction était d'exorciser l'inconnu, l'inquiétant, l'inexplicable.

Il en va probablement de même des réponses controuvées à cette lancinante et insoluble question : qui sont les vrais maîtres du monde ? N'est-il pas excitant d'imaginer ce que tramant dans l'ombre, au sein de réunions ultrasecrètes dans des lieux hyper-protégés, le groupe de Bilderberg, la Trilatérale, les francs-maçons, l'Opus Dei, les Illuminati, les Skull and Bones, les Juifs, les Arabes, la Mafia, les banquiers, le Trans-Atlantic Business Dialogue[1], la CIA (ou la NSA), le Mossad, les oligarques russes ou d'autres aréopages plus mystérieux encore ? Ces hypothèses romanesques, dont nous puisons les contours dans la littérature ou le cinéma, n'offrent-elles pas à nos esprits des perspectives bien plus simples et – donc – plus palpitantes que le jeu subtil des rapports de forces géopolitiques, des conflits d'intérêts ou des affrontements de classes ? Et surtout, ne fournissent-elles pas des excuses rêvées à notre passivité et à notre fatalisme ? Car que pouvons-nous contre le

pouvoir des reptiliens ? Ainsi, la croyance aux puissances secrètes du Mal s'assortit parfaitement avec le repli sur soi, le dédain pour l'action collective, bref l'individualisme narcissique qui caractérise notre époque et arrange bien les affaires du capitalisme financier.

Médias et complotisme

Que nous disent d'eux-mêmes et du monde ceux qui croient détenir les réponses aux questions insolubles ? Mieux (ou pis) encore : comment déjouer en nous-mêmes la propension à préférer le conte à la réalité ? C'est, entre autres, à ces aspects de la réflexion scientifique et philosophique que s'attache cet ouvrage, dans lequel Edgar Szoc fait opportunément le point sur les recherches les plus pertinentes à propos du complotisme [2]. Et aujourd'hui, cette synthèse ne pouvait évidemment manquer de pointer l'un des principaux acteurs de cette tragi-comédie de la véracité : les médias.

Il y a 45 ans, dans une étude qui fait toujours autorité, Galtung et Rudge [3] ont analysé empiriquement les critères utilisés par les grands médias pour la sélection et la hiérarchisation des nouvelles. Ces auteurs classaient parmi les premiers critères favorisant l'érection d'un événement en nouvelle la concordance des faits avec les anticipations du public. Autrement dit, les grands médias privilégieraient les événements qui corroborent les présupposés de leur auditoire. Comme le disait, au début du xx^e siècle, le magnat de la presse populaire William Randolph Hearst à ses journalistes : « ne laissez pas la vérité vous priver d'une bonne histoire ». Et une bonne histoire, c'est celle dont le lecteur se délectera parce qu'elle renforcera sa conviction que le monde autour de lui est bien tel qu'il se le représente. C'est ainsi que le marché médiatique s'est aligné sur la sagesse populaire, celle des conteurs et des colporteurs, et s'est mis à propager des produits journalistiques lénitifs, fabriqués pour séduire plus que pour informer.

Ce qu'il y a de nouveau sous le soleil, c'est que là où les interprétations magiques des chamans n'atteignaient que quelques dizaines de membres de la tribu, là où la presse populaire de Hearst ne touchait, au faite de sa gloire, que quelques centaines de milliers de lecteurs avec ses stories édifiantes, le Web atteint extemporanément un auditoire potentiel de plusieurs dizaines de millions d'utilisateurs. La « bulle filtrante » d'Internet décrite par Eli

Pariser, dont Edgar Szoc analyse le fonctionnement, s'aligne en fait sur les consignes euphorisantes du marché médiatique. Elle active notre sécrétion de sérotonine en nous proposant des récits qui nous confortent dans nos convictions ; elle nous protège du stress que nous occasionnerait le contact avec des discours ou des images en contradiction avec notre représentation du monde.

Une nouveauté relative

C'est sur cet humus que prospèrent aujourd'hui les nouvelles théories du complot. Nouvelles, non pas en raison de leur originalité (pour la plupart, elles ne font que remobiliser des fantasmes éculés), mais de par le contexte dans lequel elles émergent. Ce contexte, c'est celui d'une circulation horizontale, en ligne, des récits et des représentations, et c'est aussi celui d'une perte de crédit des institutions structurantes (État, justice, enseignement, médias). Ce ne sont plus désormais des pères ou des experts qui nous apprennent la réalité du monde du haut de leur expérience ou de leur compétence incontestée ; ce sont des *pairs* qui « partagent » avec nous, d'égal à égal, *from peer to peer*, des descriptions, des opinions, des images dont ils pressentent qu'elles rencontreront chez nous un écho favorable. Parmi ces soi-disant *pairs* se sont glissés des publicitaires, des propagandistes, mais aussi des paranoïaques et des affabulateurs. Dans le gigantesque maelstrom que charrie la Toile, les propositions des uns et des autres se mélangent avec des informations avérées, des avis autorisés ou non, des parodies, des grosses blagues et des vidéos truquées. Tout cela se situe au même niveau de perception. Aucune labellisation, aucun classement ne permettent à un auditoire peu averti de faire le tri dans ce magma. Or l'effondrement de la réputation des médias traditionnels incline cet auditoire, et spécialement les plus jeunes, à faire davantage confiance à ceux qui éreintent ces médias, voire les injurient, pour mieux les supplanter. Car qui dit du mal d'une des incarnations contemporaines du Mal ne peut à l'évidence se situer que du côté du Bien. Et au premier rang de ces contempteurs érigés en justiciers, on trouvera évidemment les *complotistes*, qui ont tout intérêt à dénigrer le journalisme professionnel pour asseoir leur autorité.

Comme je l'ai suggéré ci-dessus, les médias traditionnels sont en grande partie responsables de ce cancer qui les frappe là où ça fait le plus mal : au chiffre d'affaires. Ils

ont perdu beaucoup de leur fiabilité en privilégiant l'empathie plutôt que la factualité, en se laissant aller au mimétisme, à la course effrénée au scoop, au culte du buzz et en se fiant aveuglément à un marketing éditorial fondé sur des statistiques biaisées. La pente s'avère si forte et si glissante qu'il est peu probable qu'ils arrivent à la remonter seuls, pour autant que ce soit possible. En toute éventualité, ils ne pourront saisir comme unique planche de salut que celle d'une focalisation éditoriale sourde aux injonctions apparentes du marché : il leur sera impératif de dénoncer, par priorité et inlassablement, les impostures, toutes les impostures, et de démonter pièce par pièce les stratagèmes des épandeurs de peur et de haine. En un mot, de faire du journalisme.

[1] Groupe qui rassemble les dirigeants des plus grandes entreprises multinationales américaines et européennes.

[2] Szoc (E.), *Inspirez, conpirez – Le complotisme au XXIe siècle*, Le bord de l'eau – La Mulette, Bruxelles, 2016.

[3] Galtung (J.) & Ruge (M.), "The Structure of Foreign News", in Tunstall (J.), éd., *Media Sociology*, London, Constable, 1971.



Avec le soutien de la
Fédération Wallonie-Bruxelles

Ed resp : Ghalia Djelloul
Chaussée Saint-Pierre, 208
B-1040 Bruxelles
Tél : 02/896 95 00
info@bepax.org
www.bepax.org
IBAN : BE28 7995 5017 6120