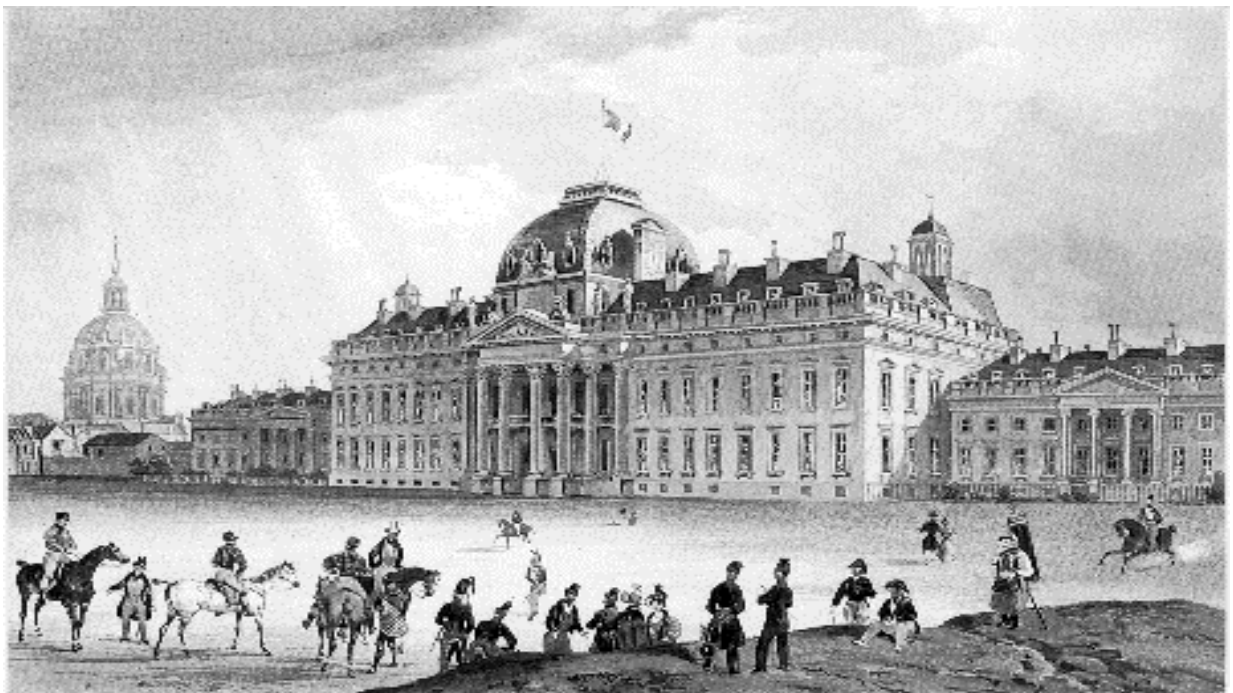


*La constitution d'une opinion publique internationale  
et son influence sur les relations entre les Etats.*

Mémoire de géopolitique



*Avril 2002*

*La constitution d'une opinion publique  
internationale  
et son influence sur les relations entre  
les Etats.*

Mémoire de géopolitique

Présenté par le

**CEN Benoit BRULON**  
**9° Promotion**

Sous la direction de M Jean Luc POUTHIER

**8 avril 2002**

## **Fiche documentaire:**

**1 : *La constitution d'une opinion publique internationale et son influence sur les relations entre les états.***

**2 : Chef d'escadron Benoit BRULON**

**3 : 8 avril 2002**

**4 : CID division B**

**5 : Mémoire de géopolitique**

L'opinion publique est devenue un sujet particulièrement central dans les relations entre les états. Sujette à de nombreuses pressions à la fois économiques et politiques, celle-ci trouve-t-elle les conditions nécessaires pour exercer le rôle qui est le sien dans les régimes démocratiques ? La mondialisation des économies et l'internationalisation de la vie publique s'accompagnent d'une internationalisation de l'opinion publique. Pour autant, celle-ci trouve dans le jeu des relations internationales, ainsi que dans le jeu des médias de nombreux freins à sa libre expression qu'il convient de faire disparaître.

**6 : Mots clefs :**

Opinion publique, relations internationales, communication, information, stratégies d'influence, désinformation, manipulation, idéologies, société de l'information, sondages, culture, médias, journalisme, sociologie, politique internationale.

## Table des matières :

<i>Fiche documentaire:</i> .....	3
<i>Introduction :</i> .....	5
<i>I Les fondements idéologiques de la théorie de l'information et de la société de la communication : Entre idéologie, idéalisme et mondialisation :</i> .....	8
<b>11 : L'information, condition d'exercice de la démocratie mondiale :</b> .....	8
111 : Aux sources de la démocratie : information, connaissance et débat démocratique. ....	8
112 : L'opinion des publics, sa mesure et sa formation.....	11
<b>12 : L'utopie de la communication ou l'apologie du réseau :</b> .....	14
121 : La cybernétique et la promesse d'un monde meilleur : .....	14
122 : Les NTIC et la mise en réseau des individus :.....	15
<b>13 : La mondialisation économique, vecteur de l'internationalisation des échanges de communication :</b> .....	16
131 : L'accélération des flux de communication :.....	17
132 : Les réalités économiques de la société de l'information :.....	18
<i>II La double ambiguïté des relations entre opinion publique et gouvernance mondiale :... 20</i>	
<b>21 : L'opinion publique, nouveau paradigme des relations entre états ? :</b> .....	20
212 : Plus d'action sans explication : médias et services de communication : .....	20
213 : De la mobilisation « citoyenne » au terrorisme : des nouveaux moyens d'action médiatiques :.....	23
<b>22 : L'opinion publique en otage ? :</b> .....	25
221 : Les limites de la formation de l'opinion publique :.....	25
222 : Entre information et manipulation :.....	28
<i>III Les limites du primat de l'opinion publique :</i> .....	32
<b>31 : L'illusion d'une opinion publique mondiale :</b> .....	32
311 : L'uniformisation des opinions publiques : mythe économique ou réalité culturelle : .....	32
312 : Le danger de la radicalisation des opinions opposées : .....	34
<b>32 : Le retour de l'échelon national :</b> .....	35
321 : La situation issue du 11 septembre.....	35
322 : Le retour de l' « impérialisme américain » en communication : .....	36
<b>33 : La tyrannie de l'opinion est-elle compatible avec les relations internationales ? :</b> .....	39
331 : La guerre du sens ou la limite introuvable.....	39
332 : Des relations internationales régies par une politique à court terme : .....	40
<i>Conclusion :</i> .....	43
<i>Bibliographie :</i> .....	45

## **Introduction :**

*« L'opinion fait partie des phénomènes sociaux  
apparemment évidents mais qui se dérobent à l'analyse  
dès que celle-ci vise à la précision scientifique »*

Georges BURDEAU

*Encyclopaedia universalis « Opinion publique »*

L'actualité est souvent saisissante dans ses raccourcis et son évolution. Ainsi, l'image des 2 tours jumelles du world trade center en flammes, ce 11 septembre restera t-elle dans toutes les mémoires. Au-delà de l'horreur, et de la portée d'un tel attentat, c'est l'impact médiatique de ce crime qui est remarquable. Combien de fois avons nous vu se répéter la même image ? Dans quel effroi ces images nous ont-elles plongés ? Plus que de frapper New York à une heure de pointe, il est possible de se demander si l'objectif des terroristes n'est pas de créer un impact profond sur les milliards de spectateurs qui ne manqueraient pas de se trouver les victimes de ce spectacle d'effroi. L'objectif des terroristes a ce titre ne serait pas uniquement les cibles matérielles de l'action, mais les cibles psychologiques d'une opinion publique mondialisée.

A l'inverse, quelques mois plus tard, les images de prisonniers enfermés sur la base de Guantanamo ont été le début d'une polémique sur le statut et le traitement qu'il convenait d'accorder aux combattants capturés en Afghanistan. La coalition, jusque là particulièrement homogène connaissait ses premières turpitudes. En effet, l'opinion publique européenne s'indignait, alors que l'opinion publique américaine soutenait. Là encore, il est permis de mesurer la force de l'image et son influence sur les affaires du monde.

Ces deux exemples sont significatifs de l'importance que prennent à l'heure actuelle les médias et la place centrale qu'occupe l'information dans le monde contemporain. Cible de nombreuses campagnes, courtisée par tous à tous les instants, l'adhésion de l'homme, du citoyen, du consommateur est devenue le préalable à toutes les actions. Comme un produit ne peut être lancé si des études de marketing ne révèlent pas par avance qu'il sera vendu, toute action politique ne peut être entreprise sans que des études montrent clairement qu'elle fera l'objet du soutien de l'opinion publique. Pour autant qu'est ce que cette opinion publique ? Littéralement, il s'agit de l'opinion du public, c'est à dire l'opinion de ceux qui assistent à une

représentation. Les caractéristiques de ce public sont tout d'abord d'être vague. Il ne s'agit pas d'une catégorie de personnes définies et cohérentes, mais d'un amalgame de personnalités non définies, rassemblées et ramenées à un point moyen. La seconde caractéristique est d'être nécessairement moyenne. Une opinion publique représente la moyenne des opinions particulières, gommant par-là les opinions extrêmes et tranchées. En quelque sorte, l'opinion publique serait le rassemblement des opinions d'une population donnée en une sorte de position admise par tous, soit parce qu'elle représente la position commune, soit parce qu'elle représente une opinion moyenne et recevable par tous. Pour autant, l'opinion publique représente pour toute société démocratique une condition essentielle d'existence. Depuis l'agora athénienne, l'expression de la volonté du peuple souverain est la condition d'existence de la vie démocratique. Celle-ci devient un élément fondateur dès lors que le régime démocratique s'exporte à l'ensemble de la planète, et que se met sur pied un système international censé être promoteur de cette démocratisation.

Constituée de manière nationale, cette opinion publique tend, sous l'influence de la révolution des moyens de communication à s'internationaliser. Parce qu'ils offrent la possibilité d'importer de manière de plus en plus rapide information et images de la majeure partie du globe, les médias offrent la possibilité à leurs usagers de partager la douleur, la peine et la joie d'autres usagers qui vivent aux antipodes. Cette assimilation des images se traduit-elle par une assimilation des préoccupations ? La constitution d'une opinion publique au niveau national se base sur l'existence d'un fond culturel commun, de préoccupations communes. Certains domaines, comme la protection du patrimoine naturel, ou la lutte pour les droits de l'homme sont particulièrement propices à l'élaboration d'opinions publiques transnationales. La révolution technologique des moyens de communications sert cette évolution. On assiste donc progressivement à la mise en place d'une opinion publique constituant le public des grands défis de l'avenir. On voit donc d'emblée l'importance stratégique que pourrait revêtir une telle opinion publique. Défendre les valeurs prônées par elle serait à coup sûr le moyen de remporter la victoire dans de nombreux conflits. Connaître à l'avance le goût de tous les consommateurs serait à coup sûr le meilleur moyen de créer le produit universel voué à une réussite immanquable.

De plus, on sait que l'opinion n'est pas innée, mais qu'elle est l'héritage d'une construction sociale et qu'elle continue à s'édifier et à se modifier. Posséder la clef de cette évolution est un gage de pouvoir absolu. Cette possibilité existe-t-elle ? S'achemine-t-on lentement vers l'unification des préoccupations, vers l'unification des opinions ? Quelle influence cette évolution implique-t-elle au niveau des relations entre les états ? Conclure à l'avènement

d'une opinion publique internationale conduirait à suivre les pas de ceux qui à la suite de Marshall MAC LUHAN prophétisent l'avènement d'un village mondial. A l'inverse nier toute constitution d'une évolution de l'opinion publique conduirait à se retrouver dans une logique de différenciation culturelle proche du choc des civilisations de Samuel HUNTINGTON. Entre ces deux positions, la constitution d'une opinion internationale comme pilier de la démocratisation des relations internationales est-elle possible ?

La genèse d'une opinion publique internationale se situe au croisement de trois influences. L'idéologie démocratique, l'utopie de la société de l'information, ainsi que la mondialisation économique portent en elles les causes de son développement. Par cette triple influence, l'opinion publique internationale se construit autour d'une ambiguïté autour du sens de la relation d'influence qui s'établit entre elle et les pouvoirs traditionnels. Cette ambiguïté pose les limites que l'on devra surmonter pour parvenir à mettre en place une opinion publique internationale équilibrée et vertueuse.

## **I Les fondements idéologiques de la théorie de l'information et de la société de la communication : Entre idéologie, idéalisme et mondialisation :**

Pour partir d'un constat indéniable, jamais l'opinion publique n'a été autant l'objet de l'attention des pouvoirs publics. Qu'ils soient nationaux, locaux ou internationaux, tous se soucient du retentissement de leur politique auprès des citoyens qu'ils ont à administrer. La globalisation a permis par ailleurs d'étendre le domaine de leurs préoccupations à la planète entière. La planète est devenue, selon l'expression fameuse de Marshall MACLUHAN, un "village mondial", dans lequel la communication occupe une place prépondérante. Cette vision est particulièrement optimiste. En effet, l'information, depuis les sociétés grecques a toujours constitué un enjeu fondamental du libre jeu de la démocratie. Que la société actuelle soit une société de l'information représente donc une garantie de son caractère démocratique. Dépassant cette vision, après la seconde guerre mondiale, et ses atrocités, un courant utopiste a développé la vision d'un monde meilleur articulé autour des technologies de la communication. Enfin, la dimension libérale, au centre de la mondialisation économique participe également de cette vision de relations internationales pacifiées par le développement de la communication mondialisée.

### **11 : L'information, condition d'exercice de la démocratie mondiale :**

Le lien entre information, opinion publique, et système de gouvernement a été mis en avant bien avant l'apparition de la démocratie. Aristote insistait déjà sur la nécessité de l'opinion publique comme soutien du pouvoir politique. Après la disparition des grandes idéologies du début du XX<sup>e</sup> siècle, la démocratie semble être le système politique de référence dans le monde. Elle semble par ailleurs être devenue la référence d'une gouvernance mondiale qui tend à se mettre en place.

Dés lors, il apparaît important de s'interroger sur les responsabilités qu'assume l'information dans l'exercice du jeu démocratique, au travers de l'opinion des citoyens. Une fois cette importance mise en exergue, il importera de s'intéresser aux conditions d'existence même de l'opinion publique ainsi constituée, et en particulier à la manière dont celle-ci se constitue et s'exprime.

### **111 : Aux sources de la démocratie : information, connaissance et débat démocratique.**

Pour que le jeu démocratique s'exerce normalement, et pleinement, le collège des citoyens doit pouvoir exercer son pouvoir de manière indépendante et raisonnée. Il importe donc qu'il puisse bénéficier de toute la connaissance possible, ainsi que de la meilleure vision des choix qui lui sont proposés. Tout ceci est un enjeu magnifique de communication et d'information. Dominique WOLTON résume cette importance en déclarant : « la communication n'est pas la perversion de la démocratie, elle en est plutôt la condition de fonctionnement. Pas de démocratie de masse sans communication... »<sup>1</sup>.

Cette importance de la formation de l'opinion publique s'illustre dans la tradition des philosophes des lumières. Deux approches traditionnelles sont possibles pour définir l'opinion publique. L'approche Rousseauiste s'attache principalement à la notion de volonté générale. Alain Gérard SLAMA la définit dans cette approche comme étant « [...] une opinion qui n'est pas la somme de choix émanant d'acteurs se percevant comme des individus, mais la dérivée de préférences arrêtées par des acteurs pensant et agissant, sur le long terme en tant que citoyens ».<sup>2</sup> Une seconde approche nous est proposée par John LOCKE, qui mesure l'opinion de manière arithmétique comme la somme d'opinions individuelles dans une perspective stratégique. Différence d'approche certes, mais importance identique accordée à la constitution d'une opinion générale dans l'exercice de la démocratie. Cette différence d'approche aura par ailleurs une influence sur le rôle à accorder à la presse, et aux médias dans la tradition française, inspirée par ROUSSEAU et dans la tradition anglo-saxonne, plus fidèle à LOCKE<sup>3</sup>.

Cet état de fait a été renforcé par l'évolution politique des grandes démocraties occidentales. L'institution du suffrage universel a renforcé la nécessité de constituer un lien direct entre gouvernants et gouvernés, pour permettre à ces derniers de remplir leur devoir. L'opinion publique se renforce comme étant l'élément fondamental dont il convient de s'assurer pour rester dans le droit chemin démocratique. L'opinion publique, dans la tradition démocratique, s'oppose à l'autocratie, au nom de la raison souveraine qu'elle est censée représenter. L'influence exercée par celle-ci est la garantie de la teneur démocratique du pouvoir.

A l'inverse un régime qui ne cultive pas cette indépendance ne peut être tenu pour démocratique. Ainsi, au XX<sup>e</sup> siècle, tous les totalitarismes sont passés par la confiscation de l'opinion publique au profit d'une forme de pensée dominante. Cette confiscation s'accompagne dans la majorité des cas d'une manipulation de l'opinion, au moyen des

---

<sup>1</sup> Dominique WOLTON, *Penser la communication*, page 143

<sup>2</sup> Alain-Gérard SLAMA, in Lucien SFEZ, *Dictionnaire de la communication*, article 9 Presse et opinion, page 126

<sup>3</sup> L'importance de la presse se traduira selon le modèle de LOCKE dans son rôle de contre pouvoir, à opposer à la dérive des intérêts particuliers. Cette vision se traduira dans le rôle et la place attribuées aux médias dans le monde anglo-saxon.

différentes formes de désinformation, d'endoctrinement et de manipulation, qui ont été les caractéristiques à la fois du régime nazi et des régimes totalitaires du bloc communiste.

L'importance de la place tenue par cette opinion publique a constitué un enjeu important du débat sociopolitique de la communication, en particulier dans la seconde partie du XX<sup>e</sup> siècle. Les problématiques développées tournent autour de l'importance qu'il importe de donner à l'influence que peut exercer l'opinion publique sur les gouvernants. Cette importance, jusqu'à la fin des années cinquante se partageait entre un courant « critique » articulé autour de la « culture de masse », et l'analyse du rôle central joué par les médias, et des courants « empiriques », remettant en cause cette prééminence des médias pour s'intéresser en particulier à la réception des messages par les individus<sup>4</sup>. Ce second type de courants replaçait par-là l'homme au centre des théories sur la communication.

La dimension sociopolitique apparaît à la fin des années 60, et tend à prendre en compte le contexte sociopolitique dans la compréhension des mécanismes d'influence médiatique. Parmi les chercheurs ayant travaillé sur cet aspect de la recherche en communication, Jürgen HABERMAS suscita un véritable engouement à partir de 1962, par sa problématisation des phénomènes politiques à partir du concept d'espace public<sup>5</sup>. Il développe l'idée « d'une sphère publique comme espace où se discutent les questions pratiques et politiques, où la capacité de conviction des membres d'une société les uns envers les autres tient essentiellement à la rationalité des arguments ; l'espace public agit ici comme instance médiatrice entre l'état et la société civile. »<sup>6</sup> Habermas rejoint ici la tradition des lumières en prenant en référence l'espace public bourgeois pensé au XVII<sup>e</sup> siècle. Il abandonnera cette référence par la suite, en particulier en 1981 dans sa *théorie de l'agir communicationnel*, tout en restant fidèle à sa conception du rôle de la société civile. Sa vision de la démocratie au niveau international, en particulier dans un espace européen qu'il définit par la suite, se base sur cette importance de la discussion, et de la participation de la société civile. « La procédure démocratique tire alors sa force de légitimation non plus seulement, et pas même en premier lieu, de la participation et de l'expression de la volonté, mais de l'accès de tous à un processus délibératif[... ] »<sup>7</sup>. La théorie de la discussion prend en compte l'impératif d'associer et de responsabiliser la société civile et l'ordre public. Mais l'axe central du jeu démocratique s'est

---

<sup>4</sup> A la suite en particulier des travaux d'Elihu KATZ, Paul LAZARSFELD, Carl HOVLAND. Ces chercheurs s'intéressèrent tout d'abord aux influences subies par les individus, en particulier du fait de leur entourage, et élaborèrent la théorie du « two step flow of information », qui mettait en avant le rôle joué par les relais d'opinions. Ils théorisèrent ensuite les influences subies par les récepteurs.

<sup>5</sup> Jürgen HABERMAS, *L'espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. Cité par Philippe BRETON et Serge PROULX, *L'explosion de la communication*, page 204 et suivantes.

<sup>6</sup> Philippe BRETON et Serge PROULX, *L'explosion de la communication*, page 216/217

<sup>7</sup> Jürgen HABERMAS, *Après l'Etat – nation, une nouvelle constellation politique*, PP 118 et suivantes.

déplacé : « l'accent qui était mis sur la volonté souveraine concrètement incarnée dans des personnes et des actes électoraux, dans des organismes et des votes, l'est maintenant sur certaines exigences procédurales relatives aux processus de communication et de décision. »<sup>8</sup>

HABERMAS propose donc une ouverture vers les formes post-modernes de gouvernement, en rappelant l'importance de l'existence de l'opinion publique et son rôle moteur, en particulier dans le cadre de la constitution d'un ordre européen ou international.

La tradition socioculturelle a donc défini les conditions d'existence de ce que l'on peut considérer comme les bases d'une société de la communication. Dans ce processus de l'expression démocratique de l'opinion publique, deux éléments constitutifs sont fondamentaux : Les médias, et les sondages d'opinion.

### **112 : L'opinion des publics, sa mesure et sa formation**

Deux paramètres fondamentaux vont permettre à l'opinion publique de tenir sa place dans le jeu démocratique. Tout d'abord sa formation, et son éducation seront tributaires des moyens d'information mis à sa disposition. La presse, dans un premier temps, puis avec la révolution technologique, les médias audiovisuels et maintenant les médias électroniques sont les acteurs de cette formation. Pour avoir une influence sur le niveau politique, par ailleurs, cette opinion publique doit pouvoir s'exprimer et être mesurée. C'est ce rôle qui est attribué aux sondages d'opinion dans la tradition démocratique.

L'article XI de la déclaration des droits de l'homme et du citoyen de 1789 précise que « la libre communication des pensées et des opinions est un des droits les plus précieux de l'homme : tout citoyen peut donc parler, écrire, imprimer librement ; sauf à répondre de cette liberté dans les cas déterminés par la loi ». La liberté d'expression, et la liberté de la presse sans cesse rappelée et élargie, sont les bases de la constitution de l'opinion publique. Cette liberté est une valeur partagée par l'ensemble des régimes démocratiques. La déclaration des droits de Virginie de 1776 stipulait que cette liberté est « un des plus forts boulevards de la liberté de l'Etat et ne peut être restreinte que dans les gouvernements despotiques »<sup>9</sup>. L'interaction entre presse et opinion publique est centrale dans la théorie démocratique, non seulement au niveau des principes, mais également parce que la réalité des grands combats démocratiques s'est en partie déroulée au travers de la presse. En France, du rôle primordial joué dans la révolution française par de nombreux hommes de plume, jusqu'aux grandes

---

<sup>8</sup> Idem

<sup>9</sup> Cité par Alain Gérard SLAMA, op cité.

mobilisations journalistique autour de l'affaire DREYFUS, la presse a toujours eu le souci de maintenir l'information du public comme principe élémentaire de fonctionnement. Aux Etats unis, la référence est la même, et la dénonciation par des journalistes du Washington Post en 1972 du scandale du Watergate participent de cette tradition.

A la vue de cette influence, il n'est pas surprenant que les chercheurs aient tenté de déterminer les influences que pouvaient avoir la presse et les médias en général sur la formation de l'opinion publique. L'enjeu ici est important. Il s'agit de déterminer quelles mécanismes psychologiques et sociaux interviennent dans la création d'un instrument de pression sur la décision politique. Dès lors, savoir si les médias influencent ou non la constitution de l'opinion, savoir quels ressorts utiliser pour permettre cette influence est un enjeu de première importance. Dans une vision optimiste des choses, il s'agit de définir les conditions d'exercice du pouvoir populaire, et donc de garantir son bon fonctionnement et son indépendance. Dans une vision pessimiste, il s'agit de déterminer quelles forces sont à l'œuvre pour pouvoir les influencer et les manipuler. L'influence des médias peut donc être vue dans les deux sens, et cette dualité est un élément fondamental du hiatus qui existe autour de la communication.

Les axes de recherche en sociopolitique décrits précédemment sont donc d'une importance particulière dans la connaissance des mécanismes d'influence. En particulier, quel rôle exact joue l'influence médiatique, en particulier dans un cadre de développement de médias de masse comme la radio, la télévision ou actuellement la communication électronique. Par ailleurs, quel est la part de l'influence sur le récepteur des différents messages ? . N'est-il que passif ou agit-il de manière plus ou moins importante au travers d'un filtrage des informations ou d'une distanciation critique par rapport à celles-ci ?

Ainsi formée, l'opinion publique se doit d'être évaluée et mesurée. En démocratie, l'expression du peuple s'exerce de différentes manières. Loin de la possibilité de se réunir en permanence pour délibérer et s'exprimer, les gouvernants doivent donc trouver une méthode pour permettre au peuple d'exprimer ses préférences et ses choix. L'agora grecque n'est pas transposable au monde moderne. Il faut donc trouver des moyens pratiques et fiables de connaître sa volonté. Le moyen prépondérant est l'expression directe du citoyen au travers du vote. En régime démocratique il s'agit là du mode d'exercice naturel de la puissance du peuple. Pour autant, le recours systématique au vote n'est pas réaliste, et contraindrait rapidement le pouvoir à l'inaction. Le vote est donc réservé d'une part à la désignation des représentants, ainsi qu'à la consultation du peuple à l'occasion de la prise de décisions importantes. En dehors de ces périodes, ce sont les représentants élus du peuple qui exercent l'essentiel du pouvoir de consultation. Pour autant, il est important de connaître les positions

du peuple sur un certain nombre de questions. C'est la condition pour donner une consistance au concept d'opinion publique qui restait en dehors de cela un peu flou, d'en faire un « construit mesurable », selon l'expression du politiste Paul CANTRELL<sup>10</sup>. Le problème de la mesure de l'opinion publique, pour permettre à la démocratie d'opinion de s'exercer est donc un enjeu de taille. La genèse des sondages n'est pas pour autant aisée. Les problèmes techniques de comptage et de représentativité des panels freinent la constitution de la matière. Mais c'est essentiellement la difficulté de faire reconnaître la matière et de l'imposer comme un des fondements de l'expression de l'opinion auprès des autorités scientifiques qui rendent cette évolution difficile. Ce sera pourtant cela que réussira à imposer George GALLUP aux Etats Unis à partir de 1935, avec un succès et un retentissement qui traverseront les frontières et qui entreront même dans le langage commun, puisque GALLUP est encore synonyme de sondage dans de nombreux pays occidentaux, et en France en particulier. Profitant du mouvement de création d'une science du journalisme, et des débuts du marketing, GALLUP réussira à imposer la science de l'opinion<sup>11</sup>. Il y parviendra en donnant un véritable contenu idéologique à la mesure de l'opinion publique, qui permettra de d'atteindre un stade ultime de la démocratie, « une participation réelle et continue du peuple au gouvernement »<sup>12</sup> A ce titre, les sondages constituent un complément indispensable de l'élection. Enfin, le rôle du sondage s'étend également au peuple lui-même. A une fonction de « traducteur » des vœux du peuple auprès des élus, s'ajoute une fonction de révélateur du peuple à lui-même. La naissance des sondages se fait donc dans une ambiance de renforcement de la démocratie, GALLUP n'hésitant pas lui-même à qualifier sa méthode de « plus grande contribution à la démocratie des cinquante dernières années »<sup>13</sup>

Les bases essentielles de l'opinion publique, celles qui lui permettent de se former et de se mesurer sont donc intimement liées à l'exercice de la démocratie, et à l'idéologie qui entoure la démocratisation du monde. Nul doute, dès lors, que leurs progrès ne soient intimement liés à la progression de l'idée démocratique dans le monde dans les dernières années du XX<sup>e</sup> siècle. Si le régime politique de démocratie de marché s'est imposé dans le monde et a triomphé des autres idéologies dominantes, il n'est pas interdit de penser que le rôle qu'a joué l'expression de l'opinion publique y est largement lié. La justification du rôle des médias et de l'importance des sondages, au moins dans les états les plus avancés dans le domaine

---

<sup>10</sup> CANTRELL Paul, *Opinion polling and american democratic culture*, cité par BONDIAUX Loïc, *La fabrique de l'opinion*, page 10.

<sup>11</sup> BONDIAUX, op cité.

<sup>12</sup> BONDIAUX, op cité.

<sup>13</sup> Cité par BONDIAUX, op cité.

démocratique, se fait parce qu'ils sont les instruments traditionnels de cette dimension démocratique.

Cette explication se suffit-elle pour expliquer la vague de développement des médias qui caractérise l'époque contemporaine ? Il apparaît que non, et que d'autres axes d'évolution peuvent exister.

## **12 : L'utopie de la communication ou l'apologie du réseau :**

Le développement des systèmes de communication, en particulier dans leur aspect technicistes, a conduit à penser la communication comme une véritable utopie, un projet visant à constituer autour des possibilités techniques de communication une société nouvelle et meilleure. Un aspect essentiel de cette utopie est qu'elle se veut universalisante, en ce sens que, au travers de la mise en réseau de l'ensemble du monde, elle parviendra à édifier un modèle de société universel, un « village mondial », selon l'expression fameuse de Marshall MAC LUHAN. Le développement des NTIC, dans sa dimension non commerciale s'inspire très directement de ce modèle de pensée.

## **121 : La cybernétique et la promesse d'un monde meilleur :**

Un nouveau champ du savoir, consacré à l'étude du contrôle et des communications va apparaître entre les années 1942 et 1948, autour des travaux de Norbert WIENER. La cybernétique, très liée à l'apparition des premiers ordinateurs, et au développement de l'informatique va influencer de manière très directe la pensée en matière d'étude de la communication, et va laisser des traces très directes sur la matière. La seconde guerre mondiale influença particulièrement les travaux de WIENER, dans deux directions. Tout d'abord par les progrès techniques qu'elle amena, en particulier dans le développement des machines de calcul et des premiers ordinateurs. Ensuite et surtout, dans la vision que les scientifiques qui travailleront autour de WIENER au développement des systèmes de communication de l'armée américaine vont entretenir. Cette importance de l'horreur de la guerre le conduira à imaginer un modèle d'homme nouveau, et par-là de société nouvelle, pacifiée et réorganisée. Cette société se pense dans l'environnement techniciste des années cinquante et soixante, où l'apport de nouvelles techniques permet d'influencer particulièrement sur le bien être, et les conditions de vie des individus.

L'apport utopique de WIENER se développe en trois stades. Tout d'abord, il s'agit de la constitution d'un homme nouveau, autour de la notion centrale de communication. Ensuite, la mise au point d'une idéologie de la communication, qui se traduit en opposition directe avec les idéologies de la « nouvelle guerre de trente ans »<sup>14</sup>, et de la guerre froide qui y a succédé. Enfin, la prophétie d'une nouvelle société, la société de la communication, qui rassemble les hommes autour de l'utopie. Cette société sera entièrement centrée sur la circulation de l'information, et reconnaîtra un rôle important aux machines, en particulier à celles destinées à communiquer.

## **122 : Les NTIC et la mise en réseau des individus :**

L'influence directe de cette nouvelle idéologie va se retrouver dans la genèse des réseaux qui vont servir de base à l'édification d'Internet. « Norbert WIENER est donc, pour partie malgré lui, à l'origine d'un courant de pensée dont la nouveauté et l'étrangeté n'échappent à personne. C'est cette intense valorisation de l'information et de la communication qui va être la matrice de ce nouveau culte. »<sup>15</sup> Internet ne représente que la continuation de cette idéologie. La reprise de la vision de WIENER par d'autres techniciens se base sur l'extraordinaire révolution technologique des années soixante. La miniaturisation, en même temps que le développement des techniques de mise en réseau des ordinateurs se traduit par le progressif équipement des individus, en commençant par les Hackers, amateurs californiens férus d'informatique. Le développement des réseaux se fera sous l'influence conjointe des militaires américains<sup>16</sup>, des universitaires, et des amateurs. Le réseau conserve encore l'influence dans son organisation et dans son fonctionnement de cette genèse. Ceci lui confère un caractère particulier, et lui permet de revendiquer un rôle original dans les systèmes de médias<sup>17</sup>.

L'originalité d'Internet se traduit également dans sa vocation politique. Il s'agit tout d'abord d'un outil à vocation mondiale. Cette dimension du réseau est liée de manière importante à l'idéologie de la communication. Les « autoroutes de l'information » dont Albert GORE s'est fait le promoteur, sont destinées à s'étendre sur la planète entière, et à permettre, dans une vision optimiste, les échanges culturels entre les différents peuples. Cette vocation mondiale est un facteur essentiel de la constitution d'une opinion publique mondiale. Internet est un

---

<sup>14</sup> Georges STEINER, désigne par cette expression la période de guerre qui sépare 1915 de 1945. Cité par BRETON P. et PROULX S., *L'explosion de la communication*.

<sup>15</sup> BRETON P., *Le culte de l'Internet*.

<sup>16</sup> Au travers du réseau ARPANET, qui unifie le réseau de défense antiaérienne américain.

<sup>17</sup> Voir FLICHY Patrice, *Les imaginaires d'Internet*, Paris, 2001.

outil de rassemblement de l'opinion publique. Cette fonction s'illustre parfaitement dans l'utilisation du réseau qui est faite pour toutes les mobilisations populaires<sup>18</sup>

Une autre base fondamentale du réseau, tel que le décrit Philippe BRETON, est « l'idéal de transparence »<sup>19</sup> qu'il véhicule. Héritage de son origine liée au mouvement hippie des années soixante dix, et de sa genèse dans l'environnement de la guerre du Vietnam, le réseau est le lieu d'un foisonnement d'informations de sources diverses, dont la disponibilité doit interdire toute tentative de manipulation de l'information. D'autres caractéristiques lui apparaissent également fondamentales, comme le rôle qu'il constitue dans la constitution de l'espace public, l'idéal de libre circulation de l'information, et en particulier le refus de la censure, et enfin, le refus de la médiation.<sup>20</sup> Il apparaît dès lors qu'il soit rapidement devenu fondamental pour les gouvernants de développer le rôle politique du réseau, en lui assurant en particulier des conditions de développement optimales<sup>21</sup>

L'utopie liée à la société de la communication et Internet qui en représente le prolongement sont donc une autre approche du rôle que peut jouer l'opinion publique dans les relations entre les Etats. Pour autant, la dimension idéologique, et la dimension utopique ne sont pas le seul paradigme d'extension du poids de cette opinion publique et des modes d'expression qui y sont liés. La logique économique joue également un rôle important dans cette diffusion. Internet représente à ce titre un lien tout à fait intéressant entre les deux domaines, puisque si le réseau a été et reste influencé par sa genèse, son développement n'en représente pas moins un enjeu économique d'importance. Le développement du e-commerce et du e-business en est une illustration.

### **13 : La mondialisation économique, vecteur de l'internationalisation des échanges de communication :**

La mondialisation économique est le troisième facteur d'importance qui intervient dans les modifications de la communication. Les relations qu'entretiennent mondialisation et communication sont ambivalentes. La mondialisation, parce qu'elle se caractérise par l'accélération des flux et des échanges de toutes natures est profondément tributaire des

---

<sup>18</sup> Cette utilisation a été inaugurée en 1994, par le Sous-commandant MARCOS et les indiens du CHIAPAS, comme outil de mobilisation de l'opinion publique contre le régime mexicain. Elle s'illustre régulièrement dans l'utilisation qui est faite du réseau par les mouvements anti-mondialisation.

<sup>19</sup> BRETON P., *Le culte de l'Internet*.

<sup>20</sup> Idem

<sup>21</sup> Celle-ci a été initié dès 1994, en France par E BALLADUR, puis repris par L JOSPIN en août 1997 dans un discours prononcé devant l'université d'été de la communication, et enfin mis en action au sein du Plan d'Accession à la Société de l'Information (PAGSI).

possibilités offertes par les différents « moyens de communication », au sens le plus général du terme. Pour autant, parce qu'elle révolutionne les règles du fonctionnement des nations (économiques, politiques, culturelles), la mondialisation - ou la globalisation, si l'on utilise le vocabulaire américain - influe profondément sur la constitution des opinions publiques. Enfin, et parce qu'il s'agit d'une politique économique de conquête, la mondialisation nécessite le soutien de la société civile pour se développer. Tout ceci se déroulant sur fond de logiques économiques libérales promotrices de rationalisation économique et dont les préoccupations réelles sont souvent bien lointaines des idéologies et utopies précédentes.

### **131 : L'accélération des flux de communication :**

Le thème de la mondialisation est toujours étroitement lié à la révolution des Nouvelles technologies de l'Information et de la Communication. Pourtant, la mondialisation n'est pas une réalité nouvelle. Les grandes découvertes des quinzièmes et seizièmes siècles les différentes périodes coloniales occidentales, portaient déjà une grande partie des caractéristiques de l'ouverture de l'Europe vers la totalité du monde<sup>22</sup>. Pour autant, une des conséquences de la suppression des délais de transferts des marchandises ou des données, a inclus une évolution très profonde.

La mondialisation des économies est basée sur l'apparition de moyens nouveaux de transmettre les flux concernés par la multiplication des échanges. A ce titre la généralisation des transports aériens dans les années cinquante et soixante, l'amélioration des transports maritimes et la progressive liberté des océans, ont permis cette évolution. Mais c'est surtout, le développement des moyens de communication électronique qui a constitué le pivot de modifications importantes. Ces moyens de communication sont essentiels pour permettre le transfert en temps réel des différentes informations nécessaires au bon fonctionnement de l'économie monde. La société économique en réseau est autant une réalité que l'homme en réseau ne l'était pour l'idéologie de la communication.

Cet accroissement des flux économiques se traduit par une accélération des flux informationnels et médiatiques, ainsi que par un intérêt accru pour les problématiques mondiales. L'information médiatique ne se cantonne plus à la seule évocation locale, mais s'étend à présent sur le monde entier. L'opinion publique, de ce fait, s'est progressivement mondialisée. La généralisation de la télévision traduit une première étape de ce processus. La guerre du Golfe d'août 1990 à avril 1991 traduit à ce titre un point culminant de la fédération

---

<sup>22</sup> Robert ROBERTSON, *Interpreting globality*, cité par A. DIECHKOFF et C JAFFRELOT, in *Les nouvelles relations internationales, pratiques et théories*.

d'une opinion publique mondiale autour de la télévision. Le rôle particulier joué par la chaîne américaine Cable News Network (CNN) dans ce conflit a fait l'objet de nombreuses analyses et reste un cas d'école dans le domaine d'une forme d'hyper médiatisation. Chaîne d'information continue, CNN a servi de référence à la couverture du conflit quasiment en direct. Pendant la durée des frappes aériennes (février - mars 1991), elle a été la seule chaîne de télévision à maintenir un correspondant à Bagdad, ce qui lui a assuré une primauté d'image sur ses concurrentes<sup>23</sup>. Enfin, diffusée dans le monde entier, elle a représenté l'existence d'un réseau télévisuel mondialisé, et a ainsi permis l'édification des différentes opinions publiques. Internet est bien entendu un moyen fondamental de diffusion mondiale de l'information, et étend encore plus la prégnance des réseaux sur la communication.

### **132 : Les réalités économiques de la société de l'information :**

Pour autant, l'émergence d'une « communication monde »<sup>24</sup> reste également un formidable enjeu économique, et ce essentiellement pour trois raisons.

Tout d'abord, la mondialisation de l'économie ne peut se faire sans le recours à une mondialisation des besoins économiques, et sans le recours à une standardisation des différents marchés de consommation. Ceci est particulièrement vrai dans le cadre d'une vision américaine de la production mondialisée<sup>25</sup>, qui privilégie la standardisation des différentes productions, en se basant sur la standardisation du besoin. Celle-ci ne peut s'obtenir que par une communication publicitaire et un marketing adaptés, d'une part, mais également par l'extension d'une certaine forme de standardisation culturelle. Cette standardisation, produite essentiellement par les pays riches et développés traduit un déséquilibre de la production médiatique mondiale.

La seconde réalité de la mondialisation économique est le développement et le regroupement des différents groupes de communication. L'intégration du secteur s'est faite à la fois de manière horizontale par le regroupement de différents acteurs de même nature sur le plan national et international. Elle s'est faite également sur le plan vertical par le regroupement de différents acteurs complémentaires dans la production des messages. La convergence des médias, en particulier autour des technologies du multimédia a renforcé cette tendance. Il est important de concentrer à la fois les moyens de communication adaptés (chaînes de télévision, fournisseurs d'accès Internet, opérateurs de téléphonie mobiles, ...), mais également les

---

<sup>23</sup> Wolton D, War game, P91 et suivantes

<sup>24</sup> L'expression est à attribuer à Armand MATTELART

<sup>25</sup> L'exemple de Ford est à ce titre révélateur : Une analyse des besoins différents, un produit propre à être diffusé sur différents marchés et dont le nom est Mondéo.

moyens de produire les contenus nécessaires à ces moyens de communication (maisons d'édition, production cinématographique, journaux, ...). Les grands groupes de communication (AOL, Time – Warner ou Vivendi - Universal par exemple) sont structurés de cette manière. L'enjeu étant d'atteindre la taille suffisante pour survivre dans un environnement particulièrement concurrentiel. Cette caractéristique selon Philippe BRETON traduit un double importance. Tout d'abord la prise d'importance de la communication au sein de la société, et ensuite, le regroupement des trois grandes familles de techniques de la communication : les médias, les télécommunications et l'informatique<sup>26</sup>.

Dans ce contexte économique, l'indépendance des différents médias peut apparaître quelque peu remise en cause. D'une part, l'indépendance d'un média par rapport à son groupe financier de tutelle est sujette à caution. Même si l'indépendance des journalistes ne peut être remise en cause, les moyens de pression, volontaires ou involontaires s'exercent naturellement. D'autre part, le secteur des médias est devenu un secteur fortement concurrentiel. La course des médias à l'information ne permet pas de prendre toujours le recul nécessaire pour considérer une situation de manière réfléchie. Les réalités économiques agissent donc dans le sens d'une plus faible valeur de l'information.

Enfin, la troisième réalité se situe dans la droite ligne des développements de l'idéologie de la communication, et tient à la constitution d'un secteur économique nouveau capable de faire sortir l'économie mondiale du marasme dans lequel les années quatre vingt dix l'ont plongée. Comme le souligne Philippe BRETON, « l'idéologie de la communication [...] a fait plus qu'accompagner le développement technique et économique dans ce secteur, elle lui a souvent préparé le terrain et fourni les arguments les plus convaincants. »<sup>27</sup>. La révolution digitale devait donc servir de base à un troisième saut technologique<sup>28</sup>, capable de faire sortir l'économie de son cycle, et procurant des « perspectives de sortie de crise »<sup>29</sup> importantes. Le discours américain du milieu des années quatre vingt dix, et en particulier l'engagement du vice président Albert GORE en faveur des « autoroutes de l'information » participe de cette croyance. On pourrait à l'aune de cette ferveur s'interroger sur la signification et les retombées de la crise éclair qui a secoué les Etats Unis et qui s'est répandue dans le monde en 2001, et qui semblait voir se manifester les limites de ce modèle.

---

<sup>26</sup> P BRETON, S PROULX, *L'explosion de la communication*

<sup>27</sup> Idem

<sup>28</sup> Pour reprendre la théorie des cycles de SCHUMPETER, qui énonce l'impossibilité de sortir d'un cycle économique sans l'existence d'un choc technologique exogène important.

<sup>29</sup> P BRETON, S PROULX, *L'explosion de la communication*

## **II La double ambiguïté des relations entre opinion publique et gouvernance mondiale :**

Le monde est donc devenu global, et la communication en est devenue une des dimensions principales. L'information est au centre de toute activité humaine, et l'on ne peut plus lui échapper, sauf à adopter une réelle attitude autiste. La mondialisation des moyens de communication, celle des médias qui lui est liée ont eu pour conséquence la constitution d'opinions publiques internationales qui influencent directement les actions des états. Il est impossible à l'heure actuelle pour un état quel qu'il soit de sortir du schéma du tolérable sans immédiatement être dénoncé sur la scène internationale, images à l'appui, et subir les influences directes des autres états pour cesser ses agissements.

Avons nous atteint, au niveau international, un niveau de démocratie tel que le rôle vertueux de l'opinion publique serait devenu le mode de régulation de base des relations entre les états et de la vie internationale ? Poussant cette réflexion plus avant, l'hyper médiatisation, par la place qu'elle réserve à l'information n'a t elle pas crée les conditions les plus favorables pour un retour de la manipulation et la désinformation ? En un mot, pour mobiliser les opinions publiques, doit-on être sincère ou rusé ?

### **21 : L'opinion publique, nouveau paradigme des relations entre états ? :**

La scène médiatique est devenue le centre de la vie internationale. Le citoyen mondial est sans cesse courtisé par les différents médias. On recherche son adhésion, son assentiment, sa compréhension, son vote, et parfois sa compréhension. En parallèle, disposant de nouveaux moyens d'expression, il est à même de se faire entendre sur toutes les questions, y compris et surtout, quand on ne lui a pas demandé son avis. Plus aucun secteur de la vie internationale ne lui échappe. Faut-il en conclure que la communication est devenue le nouveau paradigme des relations internationales ?

### **212 : Plus d'action sans explication : médias et services de communication :**

Les grands évènements de la fin du XX<sup>e</sup> siècle ont révélé l'importance de l'accompagnement médiatique de toute action. Paradoxalement l'omniprésence des médias a provoqué une volonté de comprendre et une crise du « sens »chez les citoyens. Confrontés à l'image et à la réalité immédiate, les citoyens ont un besoin de compréhension et de lisibilité fondamental.

Les acteurs internationaux se voient donc dans l'obligation d'accompagner leur action par une explication nécessaire à faire comprendre leurs buts. Comme le souligne Loup FRANCAERT, « l'action suppose non seulement le pouvoir et le savoir, mais aussi le vouloir. L'action commune, exigée par les opinions publiques agitées par les médias, est en quête de sens »<sup>30</sup>. Dès lors il convient de s'intéresser à deux paramètres particuliers. Le rôle des médias, tout d'abord, à la fois « agitateurs » d'opinion publique, mais également révélateurs de sens. D'autre part, le rôle des services de communication, chargés de promouvoir l'action des acteurs internationaux.

Les médias interviennent donc à double titre dans le processus « vertueux » que l'opinion publique exerce sur la vie internationale. Ils sont tout d'abord les témoins privilégiés, capables d'enquêter et de mettre en lumière les défauts de la vie publique internationale. K BERSTEIN, et B WOODWARD, les deux journalistes du Washington Post qui ont mis au jour l'affaire du Watergate restent les symboles de la puissance des médias. Contre pouvoir dans une version française ou 4<sup>o</sup> pouvoir dans une version américaine<sup>31</sup>, leur rôle en faveur de la démocratie est un rôle sacré. « Plus la concurrence s'installe au sein de l'information, plus les journalistes veulent sortir par le haut, et devenir les purificateurs de la démocratie »<sup>32</sup>. Il convient de rendre hommage à l'engagement consenti par cette profession dans ce domaine, et qui conduit de nombreux journalistes à exercer leur profession dans des conditions difficiles, au péril de leur vie ou de leur sécurité. La transparence est devenue, au moins en théorie, la vertu principalement recherchée par la presse. Cette attitude se situe parfaitement dans le prolongement du rôle attribué par les grands philosophes à l'information.

Le second rôle joué par les médias est celui de « fabrique de sens ». Il s'agit du « double statut » du journaliste, à la fois témoin, et « penseur à chaud de la société »<sup>33</sup>. Ce rôle de commentateur est nécessaire à la réflexion sur les événements, et à la proposition d'axes de réflexion sur le sens que ceux-ci peuvent avoir. Le mélange de ces deux rôles est dangereux, car il peut conduire à mélanger les genres, et à brouiller la perception que les spectateurs peuvent avoir de l'actualité, voire même orienter et dénaturer celle-ci. Il peut en outre avoir des effets importants sur la vie internationale. Daniel COLARD propose une typologie des effets du pouvoir médiatique, dégageant sept types d'effets :

Accélération d'un phénomène de décomposition, de désintégration ou de déstabilisation. (chute URSS, Yougoslavie, décolonisation)

---

<sup>30</sup> Loup FRANCAERT, *La guerre du sens*, page 5

<sup>31</sup> La différenciation est faite par Alain Gérard SLAMA, en prolongement de la distinction faite entre le rôle attribué à l'opinion publique chez Rousseau et Hobbes, SLAMA A.G., *Presse et opinion*, in SFEZ L, *Dictionnaire de la communication*.

<sup>32</sup> P BRETON, S PROULX, *L'explosion de la communication*, op cité

<sup>33</sup> P BRETON, S PROULX, *L'explosion de la communication*, op cité

Confortement d'un régime légitime confronté à une grave crise. ( échec du putsch de Moscou en 1991)

Perméabilisation des frontières

Internationalisation d'un conflit (Intifada, Yougoslavie, Somalie,...)

Renforcement de la solidarité internationale et de l'intervention humanitaire (guerre, catastrophes naturelles,...)

Isolement des régimes illégitimes (Chine en 1989, Irak, Yougoslavie, voire Autriche après l'élection de Jörg HAIDER).

Renforcement de la démocratisation des régimes autoritaires et respect des droits de l'homme (Afrique du Sud, ...)<sup>34</sup>

La médiatisation agit donc essentiellement en faveur de la démocratie, mais jamais de manière univoque. Les effets sont à la fois structurants et déstructurants pour le système international.

Pour autant, ce double rôle laisse présager l'importance que les journalistes ont dans le jeu des relations internationales. A la fois porteurs et détenteurs de l'opinion publique, témoins, ils deviennent des acteurs à part entière, et des partenaires dont on ne peut plus ne pas tenir compte.

Face aux journalistes, les services de communication sont devenus des acteurs de premier rang. Chargés de fournir l'essentiel de la communication et de l'information nécessaires à la constitution de l'opinion publique, ils se trouvent généralement au centre de la problématique et doivent répondre sans cesse, à la fois en anticipant les éventuelles pertes de références, et les demandes des journalistes ou en réagissant au plus vite aux changements de situation. Leur rôle de référents s'accroît en fonction de la complexité des situations, et de leur difficulté à trouver une information. Cet accroissement du rôle des services de communication consacre là encore de nouveaux intervenants sur la place internationale. En complément des dirigeants ou en remplacement de ceux-ci, les responsables des services de communication sont les référents d'une action. A ce titre, Jamie SHEA, porte-parole de l'OTAN pendant la guerre du KOSOVO est-il apparu comme symbolisant l'alliance dans la crise.

L'ouverture internationale a donc consacré l'apparition de nouveaux acteurs des relations internationales. Fidèle à l'analyse du « two step flow of information », les journalistes constituent les relais d'opinion nécessaires à la formation de l'opinion publique. Leur action les constitue en forces politiques redoutables.

---

<sup>34</sup> COLARD D, *La médiatisation du droit et la mondialisation des relations internationales*, in COLLECTIF, *L'information dans les conflits armés*.

Mais par ailleurs, pour reprendre les critiques du mouvement empiriste sur le rôle des récepteurs de l'information, les citoyens eux-mêmes peuvent intervenir dans le jeu médiatique et constituer de redoutables groupes de pression.

**213 : De la mobilisation « citoyenne » au terrorisme : des nouveaux moyens d'action médiatiques :**

Considérer les citoyens comme des récepteurs passifs de la communication ne semble pas rendre compte des différentes mobilisations que connaît le monde. Cette mobilisation, de plus en plus visible, de la société civile autour de thèmes internationaux traduit la montée en puissance de l'opinion publique en tant que groupe de pression international et transversal. Cette mobilisation se manifeste de différentes manières. Elle peut prendre la forme d'un mouvement d'opinion ou d'indignation, non structuré qui pousse un ou plusieurs gouvernements ou organisations internationales à agir en réaction. Elle peut se structurer en mouvement pour agir en opposition des états sur la scène internationale. Dès lors se pose la question de la limite existant entre les différentes formes d'action, et ce que cette prépondérance de l'action médiatique peut impliquer.

La guerre du Vietnam de 1965 à 1973 consacre la première mobilisation de masse des américains contre la politique menée par leur gouvernement. L'apparition du rôle moteur de la télévision se caractérise dans la campagne de pression médiatique qui se dégage contre l'intervention militaire américaine. Ayant perdu le soutien de leur opinion publique, préalable nécessaire à tout engagement militaire, les Etats Unis ont probablement perdu le conflit devant le petit écran, souligne Daniel COLARD<sup>35</sup> Le rôle des médias traditionnels est là encore central dans la mobilisation initiale. Toutefois, l'opinion publique se structure pour prendre l'avantage en profitant des possibilités de la médiatisation comme d'une arme.

Pour autant, et depuis le milieu des années soixante, la société civile se structure de manière autonome. L'émergence de nombreuses organisations non gouvernementales, et la mobilisation de celles-ci introduit un élément nouveau. La nature du lien qu'entretiennent médias et opinion publique se modifie. En effet, le rôle de dénonciateur est désormais tenu par la société civile elle-même. Les médias se recentrent sur leur métier de narration et de faire savoir. La relation des ONG et des médias reste pour autant très forte. Celles-ci savent parfaitement utiliser la presse pour obtenir la mobilisation. Pour autant celle-ci n'est jamais

---

<sup>35</sup> COLARD D, *La médiatisation du droit et la mondialisation des relations internationales*, in COLLECTIF, *L'information dans les conflits armés*.

assurée et l'action peut se déconnecter de la médiatisation. Les ONG interviennent parfois en dehors de toute médiatisation.

Le mouvement anti-mondialisation est une illustration parfaite de cette tendance. Sa mobilisation massive traduit l'utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication comme outil d'information et de diffusion des problématiques. Le pouvoir irradiant de l'Internet, en particulier, sert de démultiplicateur à la formation du mouvement. Depuis les manifestations qui ont eu lieu lors du sommet de Seattle en 1999, le réseau a, d'un côté, servi de lieu de mobilisation pour les différents mouvements, multipliant les informations pratiques sur les manifestations à venir, et de lieu de coordination pour les manifestations en cours. Par ailleurs, Internet est un important moyen de notoriété pour les associations anti-mondialisation. Le réseau possède en effet le pouvoir d'irrigation suffisant pour manœuvrer en temps réel des mouvements qui peuvent être amenés à se coordonner à distance. Cette apparition de la société civile, ou tout au moins d'une part de celle-ci se constituant partiellement en dehors des canaux traditionnels et renversant sa relation avec les médias est intéressante. En effet, elle traduit un retournement du sens traditionnel de la causalité en matière d'information. Mobilisées sans intervention initiale de la communication, ces structures comprennent vite le fonctionnement des médias. A l'instar des instances gouvernementales, ils sont obligés de se lancer dans des stratégies de communication pour construire, préserver leur notoriété, et donc remplir leurs buts.

Cette instrumentalisation de l'opinion publique, même si elle ne se coupe pas diamétralement des médias montre le renversement possible du lien entre opinion publique et médias. Dans ce contexte, les médias n'ont plus leur rôle essentiel d'initiateurs, mais vivent des problématiques qui leur sont apportées par d'autres. Dès lors, la question se pose de savoir quelles méthodes sont à utiliser et jusqu'où la médiatisation doit conduire les actions. Si au nom de l'information, montrer une manifestation anti-mondialisation est parfaitement normal, montrer dans le même cadre le saccage d'un fast-food n'a plus rien d'aussi vertueux. Cette question peut être poussée plus avant, car tout ceci nous conduit à penser que l'utilisation des médias n'est plus aussi neutre et vertueuse que nous le supposions depuis le début, et que l'opinion publique peut être l'enjeu de toutes les batailles de l'information. A ce titre, les attaques du 11 septembre peuvent être considérées comme un acte de guerre médiatique. Le choix de l'heure de frappe, destiné à faire se dérouler l'événement au moment où la plus grande partie du monde est éveillée, le décalage entre le crash des deux avions sur les tours du World Trade Center, tout comme les symboles choisis (le centre de la puissance économique et militaire des Etats Unis), tous ces éléments tendent à laisser penser que cette attaque était essentiellement destinée à constituer une victoire symbolique. Cette attaque est donc une

attaque de type mercatique, et purement dépendante du souci de donner une lisibilité à l'action d'un groupe. Nous sommes ici dans une parfaite logique de marketing, avec un plan média réfléchi.

Croire que la médiatisation est un rempart contre l'obscurité et le mal peut donc apparaître comme difficilement soutenable. L'opinion publique peut en effet se retrouver prisonnière de la médiatisation, et donc se retrouver prise en otage du développement de la médiatisation.

## **22 : L'opinion publique en otage ? :**

La réalité de la pratique et de l'existence même d'une opinion publique n'est jamais aussi simple que l'idéologie ou l'utopie ne peuvent le laisser espérer. L'indépendance de l'opinion publique et son aptitude à exister de manière autonome sont en perpétuel danger. Les instruments censés garantir son indépendance, presse ou sondages, peuvent eux-mêmes se révéler de redoutables dangers. Placés dans une situation de toute puissance de l'opinion, les gouvernants peuvent par ailleurs avoir la tentation de l'utiliser à des fins inavouables. Le spectre de la manipulation n'est jamais très loin. La révélation par le New York Times de la création, d'un office d'influence stratégique au sein du pentagone<sup>36</sup> a relancé les débats sur une forme de lutte qui pose largement problème.

## **221 : Les limites de la formation de l'opinion publique :**

La liberté dont dispose l'opinion publique pour forger son indépendance peut être largement remise en cause par des éléments divers. Le jeu des médias dans un premier temps peut, par déviation, remettre en cause la libre information de l'opinion publique. Cette évolution se fait de différentes manières, à la fois involontaires ou induites par la situation dans laquelle les médias se trouvent à l'heure actuelle.

Le danger peut tout d'abord venir de l'exercice même de la profession de journaliste. Le non-respect des principes professionnels élémentaires est une des premières causes de manipulation de l'information. Le non-respect de l'obligation de croiser ses sources et de procéder à une vérification de celles-ci, la publication de nouvelles fausses ou inexacts sont des dangers bien réels auxquels l'information est confrontée. Pour autant cette menace apparaît comme étant assez marginale. La presse applique, notamment dans les pays où l'importance de l'opinion publique est reconnue, des règles rigoureuses de fonctionnement,

qui assurent non pas de ne jamais être menacé de désinformation, mais au moins que cette atteinte de la part des journalistes sera rapidement dénoncée. Pour autant, les risques de déviation de l'information sont réels, et tiennent à deux caractères de la société de l'information : l'opinion publique elle-même, et le travail médiatique qui tend à déformer le jeu normal de l'expression de l'information.

Le thème de l'existence même de l'opinion publique a donné lieu à de nombreux travaux scientifiques. Les critiques de la société de l'information y sont nombreuses. A l'idée théorique qu'existerait simplement une opinion publique cohérente, de nombreux spécialistes attirent l'attention sur le « simplisme » de cette vision des choses. La formation des opinions publiques peut tout d'abord être influencée par un phénomène de mimétisme. C'est la thèse que développe Elisabeth NOELLE-NEUMANN dès 1972.<sup>37</sup> Elle définit l'opinion publique comme étant l'opinion pouvant être exprimée en public, sans risquer d'être sanctionnée par l'isolement. Le poids de l'opinion dominante est ici fondamental, et limite l'expression d'opinions contradictoires. La limitation du rôle vertueux du débat contradictoire est ici fondamentale. Celui-ci s'effaçant devant le poids de l'opinion dominante, c'est le jeu démocratique qui est privé du débat nécessaire à son expression. Cette critique vient se porter à l'encontre de la vision de l'espace public défini par J HABERMAS. Elle n'est pas la seule qui relativise l'idée de l'existence d'un débat d'idée favorable à l'expression de la vérité. Hannah ARENDT remettant en cause le lien entre opinion et vérité, insiste sur l'importance du jugement des spectateurs, et la persuasion, plus que sur la vérité et l'argumentation rationnelle<sup>38</sup>. Cette référence conduit à se poser la question de l'existence actuelle d'un réel espace public libre et non inféodé. Cet espace public propre à la critique s'est transformé comme le définit Jean-Marc FERRY, en « règne de l'opinion »<sup>39</sup>. L'opinion publique, vertueuse, et issue du débat critique apparaît donc remise en cause.

Cette remise en cause est d'autant plus réelle que la manière de mesurer l'opinion publique est-elle aussi sujette à caution. La remarquable machine à connaître les opinions bute sur de nombreux travers. Tout d'abord, indique Pierre BOURDIEU au cours d'une de ses célèbres leçons de sociologie<sup>40</sup>, cette opinion publique issue des sondages n'existe pas. Parce que l'opinion publique n'est pas l'addition de toutes les opinions privées, parce que toutes les opinions ne se valent pas, et parce que la manière de poser les questions revient à influencer

---

<sup>36</sup> P JARRAU, *Le Pentagone a créé un bureau pour mener la "guerre" de l'information*, Le Monde 21/02/02

<sup>37</sup> NOELLE-NEUMANN E, *The theory of public opinion : the concept of the spiral of silence*, cité par P BRETON, S PROULX, *L'explosion de la communication*, op cité.

<sup>38</sup> H ARENDT, *La crise de la culture*, cité par P BRETON, S PROULX, *L'explosion de la communication*, op cité

<sup>39</sup> JM FERRY, *Les transformations de la publicité politique*, cité par P BRETON, S PROULX, *L'explosion de la communication*, op cité

<sup>40</sup> P BOURDIEU, *L'opinion publique n'existe pas*, in *Leçons de sociologie*.

les réponses, BOURDIEU remet en cause l'indépendance de la connaissance de la réalité par l'opinion publique. Cette critique des sondages d'opinion se retrouve chez de nombreux analystes, tant en France qu'aux Etats Unis, qui remettent en cause à la fois le caractère scientifique et la représentation issue du sondage. Elle n'est toutefois pas unanimement ressentie. Loïc BLONDIAUX, en conclusion de son étude, souligne sa confiance dans la représentativité des sondages. Pour lui, le fait que cette méthode d'évaluation de l'opinion ait pu s'implanter au terme d'une histoire chaotique est le signe de la qualité de la méthode<sup>41</sup>. Pour autant, si l'on peut facilement, au terme d'une analyse historique aussi minutieuse, être d'accord sur la valeur d'une méthode qui a été aussi éprouvée, c'est son triomphe qui porte peut être en lui les germes de sa désaffection. En effet, les sondages se sont imposés comme pratique politique préalable à toute prise de décision. Cette multiplication et cette prééminence ont aidé à mettre en avant l'idée d'un manque de lisibilité de la politique. Enfin, la temporalité et le caractère nécessairement orienté des sondages sont indéniable. Même si son omniprésence fait oublier cette faiblesse, « il n'est jamais l'expression naturelle de l'opinion publique, mais la réponse de celle-ci, dans des conditions bien particulières, à une question posée par un commanditaire ; de ce fait, cette réponse ne s'inscrit pas d'abord dans une logique d'information publique. »<sup>42</sup>

Les médias, sont d'ailleurs les plus importants consommateurs de sondages. Cet élément, comme d'autres, a conduit à de nombreuses critiques de leur rôle sur la formation de l'opinion publique. La « surmédiatisation », la pratique concurrentielle de l'information sont des reproches qui ont une actualité importante. Ils se rapportent toutefois à des analyses déjà anciennes du rôle des médias. La première a été développée par MC COMBS et SHAW, dans un article publié en 1972, dans lequel ces deux chercheurs mettent en lumière le rôle influent que tiennent les médias en tant que gestionnaires de « l'agenda » de la communication<sup>43</sup>. Cette fonction de décision de ce qu'il convient de mettre en avant et de traiter est une constante du travail des médias. La multiplication des sources d'information, leur accélération, ont naturellement conduit les professionnels des médias à opérer des tris dans l'information. La hiérarchisation, comme organisation des sources d'information conduit tout naturellement à penser le rôle des médias comme un rôle d'influence et de détermination de ce que doit penser l'opinion publique. Cette notion est centrale dans l'analyse de la théorie « d'agenda setting ».

---

<sup>41</sup> L BLONDIAUX, *La fabrique de l'opinion*.

<sup>42</sup> D WOLTON, *Penser la communication*.

<sup>43</sup> MC COMBS et SHAW, *The agenda setting function of mass media*. Cité par P BRETON, S PROULX, *L'explosion de la communication*, op cité

Cette analyse ouvre la voie à de nombreuses autres théories qui conduisent à mettre en cause la manipulation involontaire qui conduit les médias à influencer la constitution de l'opinion publique. Le rôle des médias peut être analysé suivant une optique fonctionnelle. En effet, quelles sont les conséquences des règles du travail médiatique (mode de traitement des sujets, construction techniques, contraintes horaires, contraintes de rentabilité, et éventuellement poids de l'audimat) sur la construction de l'information elle-même ? Cette influence a fait l'objet des travaux qu'un courant de chercheurs à la suite d'Erving GOFFMAN a consacré au « cadrage » de l'information par l'utilisation des techniques médiatiques.<sup>44</sup> La complexification des méthodes de travail journalistique, la complexification des normes de rentabilité de la presse tendent à renforcer cette analyse. La nécessité de rester concurrentiels, et en particulier la course au scoop relativisent la neutralité de la presse. Les exemples sont nombreux où cette attitude a conduit à faire perdre à la presse son nécessaire recul face aux événements. L'exemple des charniers de TIMISOARA, où le montage d'une information a conduit à une intoxication des médias est le signe du danger pour la presse de perdre son recul critique. Ce danger est d'autant plus important que la désinformation est largement de retour, en particulier dans le domaine de la politique internationale.

## **222 : Entre information et manipulation :**

Souvent confondues dans de mêmes problématiques, les notions de communication et d'information méritent d'être distinguées. Si l'information représente, au moins de manière théorique, la recherche de la vérité par un journaliste, la communication représente la promotion des intérêts de celui qui communique.<sup>45</sup> Cette précision sémantique est nécessaire, car la confusion des termes rend difficile la perception de l'opposition entre deux logiques d'intérêts différentes. Elle permet également de saisir le risque toujours présent de manipulation de l'information, qui préside à l'affrontement de ces deux logiques opposées. L'orientation de l'information est le but permanent de tout responsable de communication, dont la fonction est d'être le promoteur de son institution. Il n'y a là aucune tentation de manipulation de type maligne. Cette forme de manipulation reste naturelle et doit être aisément combattue par la formation technique des journalistes et par leur questionnement critique, ce que Claude MOISY nomme le devoir de doute du journaliste. Toutefois, et pour des raisons à la fois techniques, par un manque de temps ou par une des négligences professionnelles, toutes attitudes que Florence AUBENAS et Miguel BENASAYAG mettent

---

<sup>44</sup> E GOFFMAN, *Frame analysis*, cité par P BRETON, S PROULX, *L'explosion de la communication*, op cité

en exergue, les journalistes ne rempliront pas ce rôle de manière optimale. Pire, il va s'évertuer à reconstruire la vérité de manière à combler ses parts d'ignorance<sup>46</sup>. L'information se trouve donc au centre de menaces qui émanent de tous ceux qui ont à la traiter. Les mécanismes censés la protéger, transparence pour les uns ou doute critique pour les autres, ne jouant pas obligatoirement leurs rôles respectifs de garde fous. De plus, en réaction à l'internationalisation de l'information, les journalistes ont tendance à abandonner leur distanciation critique vis à vis des évènements, et à rentrer directement comme acteurs dans l'information. Les conflits récents fournissent de nombreux exemples de cette attitude des journalistes « se comportant comme si l'objet principal d'une guerre [...], était d'être rapportée aux opinions publiques par les médias »<sup>47</sup> Cette perte de distanciation et cette méprise sur leur rôle réel rend les journalistes d'autant plus sensibles aux risques de manipulation de la part des autorités.

La logique qui préside à la communication d'une institution est donc la promotion de ses intérêts. Ce préalable est fondamental pour comprendre les stratégies développées par les institutions, en particulier en temps de crise ou de conflit. Dans ces circonstances, en particulier, la communication devient d'une importance cruciale. Elle est en effet un élément fondamental de la réalisation de la mission, et fait dire à Claude MOISY que « (les armées) communiquent plutôt qu'elles n'informent. Et ce n'est pas d'aujourd'hui que la communication des armées est davantage un moyen de concourir à la réalisation des objectifs de l'opération qu'un instrument de vérité absolue »<sup>48</sup>. Cette importance, et les stratégies mises en œuvre peuvent être illustrées par l'exemple de la guerre du Golfe (1990 et 1991). Lors de son débriefing final avec les journalistes, au début de mars 1991, le général Norman SCHWARTZKOPF a reconnu le rôle joué par les médias, les remerciant « d'avoir « grossi » les effectifs du corps expéditionnaire au tout début de son déploiement »<sup>49</sup>, ou encore d'avoir contribué à leurrer les troupes irakiennes sur le plan de l'opération, commentant à loisir la possible intervention à l'est du dispositif, pendant que les troupes alliées se déployaient dans le plus grand secret à l'ouest. « Grâce à vous [...], nous avons évité un bain de sang ! »<sup>50</sup>. Par ailleurs, en dehors de cette influence tactique, la préparation de l'opinion publique par les

---

<sup>45</sup> Cette définition est proposée par Claude MOISY, *La communication : un risque de manipulation de l'information*, in COLLECTIF, *L'information dans les conflits armés*.

<sup>46</sup> F AUBENAS, M BENASAYAG, *La fabrique de l'information*.

<sup>47</sup> Claude MOISY, *La communication : un risque de manipulation de l'information*, in COLLECTIF, *L'information dans les conflits armés*.

<sup>48</sup> Claude MOISY, *La communication : un risque de manipulation de l'information*, in COLLECTIF, *L'information dans les conflits armés*.

<sup>49</sup> Propos cités par M MATHIEN, *L'information dans la guerre*, in COLLECTIF, *L'information dans les conflits armés*.

<sup>50</sup> Propos cités par M MATHIEN, *L'information dans la guerre*, in COLLECTIF, *L'information dans les conflits armés*.

médias, présentant l'armée irakienne comme la quatrième du monde avait donné à l'opération toute sa légitimité, et aux « faucons » américains le vote des crédits de guerre nécessaires. La palette des actions d'influence obtenues par une certaine orientation de l'information au cours de la guerre du golfe est significative des objectifs poursuivis par cette stratégie. S'ils apparaissent purement militaires et somme toute louables dans un premier temps, préservant la liberté stratégique du chef militaire sur le terrain, et évitant ainsi des pertes, ils apparaissent beaucoup plus discutables, lorsqu'ils ont pour objectif d'influencer le vote du congrès en faveur du lobby militaro-industriel. Toute la palette des motivations peut donc être servie par cette prise d'influence sur l'opinion publique. Les médias, qui se font les vecteurs de ces informations participent donc à l'amplification de cette désinformation. Le rôle moral de celle-ci n'est jamais garanti. A la base de tout, reste le fait que, fidèle aux principes de CLAUSEWITZ, il est toujours nécessaire d'allier l'opinion publique à la politique du gouvernement pour assurer le succès d'une opération. En dehors du domaine purement militaire, cette vocation d'influence transparait dans le marketing politique qui connaît une vogue particulièrement importante dans la seconde partie du XX<sup>e</sup> siècle. Les relations problématiques entre cette nécessité de « vendre » un homme politique et la pratique de la démocratie sont au centre du débat sur la distanciation des citoyens par rapport au politique et sur la crise de la représentativité.

Convaincre est donc devenu l'impératif de la communication. Le développement des médias et l'importance centrale qu'ils revêtent dans la vie politique mondiale actuelle conduisent un mouvement influent en relations internationales à penser que cette problématique est devenu le paradigme des relations internationales de l'après guerre froide. A la suite de Susan STRANGE, Joseph NYE, Robert KEOHANE et Michael OWENSs'intéressent à la définition de la nature du pouvoir dans la société actuelle. La vision traditionnelle d'un pouvoir articulé autour de la possibilité de contraindre (« Hard power »), n'est plus pertinente dans un monde où de nouveaux acteurs sont apparus et où les problématiques d'interdépendance sont devenues primordiales<sup>51</sup>. Apparaît donc l'idée d'un « soft power », articulé autour de la mondialisation, et de l'organisation en réseau de ces nouveaux acteurs. Cette vision transnationale fait apparaître l'importance de la maîtrise de cette capacité d'influencer que représente le « soft power ». Dés lors, la notion « d'information dominance » devient centrale, pour un état qui voudrait pouvoir maîtriser cette nouvelle expression du pouvoir. Le rôle des Etats-Unis, à la fois comme référence politique, économique et culturelle participe de cette logique de construction d'un modèle capable de séduire. La domination recherchée à la fois par la mise en place des premiers médias mondiaux, télévisuels ou électroniques, comme par

la diffusion du modèle culturel américain participent également de cette logique. Enfin, la logique de la « Revolution in military affairs », qui s'articule en particulier autour de la guerre de l'information, renforce le poids pris par cette approche des relations internationales<sup>52</sup>.

Le rôle joué par l'opinion publique dans les relations internationales est donc pluriel. Parce qu'elle est devenue centrale dans la perception politique des gouvernants, et parce que, au travers de nouveaux acteurs ou au moyen de nouveaux médias, l'opinion publique est l'enjeu majeur de la sollicitude des gouvernements, pour qui aucune action politique ne saurait être entreprise, au moins en théorie. En effet, sa formation est moins indépendante qu'il n'y paraît. De plus, les possibilités d'influence demeurent importantes. Enfin, la sollicitude du pouvoir tend à replacer l'information au centre d'un contrôle de l'état. Dès lors, l'opinion publique prise en otage ne pose t'elle pas les limites d'un tel système. Plus encore, les suites des actions terroristes de septembre 2001 n'ont-elles pas modifié les données du problème en remettant en cause la vision globale de l'information, et en ramenant les acteurs politiques à des enjeux dominés par des logiques internes ?

---

<sup>51</sup> B BADIE, *De la souveraineté à la capacité de l'Etat*, in COLLECTIF, *Les nouvelles relations internationales*.

<sup>52</sup> Anne-Marie Le GLOANNEC, Y a t'il une pensée stratégique dans l'après guerre froide, in COLLECTIF, *Les nouvelles relations internationales*.

### **III Les limites du primat de l'opinion publique :**

L'existence d'une information libre de toute influence semble donc devoir être remise en question. Son influence sur la formation d'une « opinion publique internationale » est par-là même sujette à caution. En effet, si l'information est soumise à l'influence des états, quel est son domaine de pertinence ? L'illusion provoquée par la mondialisation des moyens de communication recouvre-t-elle réellement une réalité de la mondialisation des préoccupations ? Par ailleurs, le niveau de pertinence national peut-il et doit-il être dépassé ? Dans ce domaine, la médiatisation récente de la guerre contre le terrorisme peut fournir des pistes de réflexion. Enfin, la mondialisation des préoccupations, en inscrivant celles-ci dans une logique de l'immédiateté qui semble peu cohérente avec la lente progression des problématiques internationales, fournit-elle un paradigme souhaitable aux relations internationales ?

#### **31 : L'illusion d'une opinion publique mondiale :**

La base conceptuelle de l'existence d'une opinion publique internationale repose sur l'idée que la mondialisation indéniable des moyens de communication apporterait une progression de l'uniformisation des préoccupations. Cette uniformisation est liée très profondément à la croyance d'une expansion culturelle de la société américaine dominante. Par l'occidentalisation des consommations, et des habitudes, la culture occidentale est censée se diffuser dans le monde, et provoquer cette identification de l'ensemble de la communauté à des valeurs universelles. Le « village mondial » n'est pas uniquement unifié par la proximité apportée par la rapidité des échanges, mais également par l'uniformisation d'une culture « mac world »<sup>53</sup>. Cette uniformisation n'est-elle que théorique, et les cultures supportent-elles cette harmonisation ?

#### **311 : L'uniformisation des opinions publiques : mythe économique ou réalité culturelle :**

L'uniformité des opinions publiques est un avantage économique important. En effet, dans le cadre d'une production culturelle mondialisée, l'existence d'un public international homogène est le meilleur moyen de proposer des productions harmonisées et acceptables par l'ensemble des consommateurs. Cette influence économique est renforcée par le sentiment que cette

harmonisation culturelle est productrice de sécurité et de paix. Jamais deux nations régies par le même système de démocratie libérale et d'économie de marché ne se sont fait la guerre. Il y a donc là une condition nécessaire à la mise en place d'une société pacifiée par l'idéologie et l'économie. Dès lors, l'idéologie de la communication ou la société de l'information ont une finalité pacificatrice. Pour autant, cette uniformisation culturelle est-elle possible ?

Plusieurs approches sont possibles pour répondre à cette question. Tout d'abord, on peut constater la médiocre mondialisation des moyens censés diffuser l'idéologie de la communication. Internet, par exemple connaît une diffusion particulièrement inégale. Comme le remarque Benjamin BARBER, « technologiquement, Internet est un média décentralisé. Il est interactif, fournit de nombreuses possibilités de communication horizontale (de citoyen à citoyen, de groupe à groupe) ». Mais, avant que les pauvres du monde soient connectés, Internet risque d'être « une filiale de News Corporation ou de Time Warner, et donc bien moins utile »<sup>54</sup>. Cette inégalité de développement ne fait que reproduire les inégalités de développement déjà existantes, et par-là même ne comble pas le retard des pays les moins équipés, mais au contraire renforcent les oppositions entre un Nord développé et un Sud abandonné. Cet état d'opposition concernant Internet est particulièrement intéressant, car le réseau mondial constituait, dans l'utopie de la communication un des moyens privilégiés de diffusion de l'utopie. Il convient donc de reconsidérer au moins une base de l'utopie. De plus, comme le met en lumière Nicholas NEGROPONTE, fondateur du Medialab au Massachusetts Institute of Technology (MIT), l'information sur le réseau mondial est largement déséquilibrée. Même lorsqu'elle peut être consultée dans le monde entier, cette information n'est conçue majoritairement qu'au Nord. De ce déséquilibre naît l'opposition entre un sud et un Nord inégaux face à la société de l'information.<sup>55</sup>

Samuel HUNTINGTON, par ailleurs, fournit dans sa théorie du choc des civilisations, une remise en cause radicale de cette croyance en l'uniformisation des civilisations. Selon lui, les deux facteurs principaux de formation d'une civilisation sont la langue et la religion. Dans un monde où près de 80% des habitants ne parlent pas une des langues principales de diffusion du modèle occidental (langues européennes), et où 93% ne parlent pas l'anglais, la diffusion de ce modèle est rendue difficile. Pour HUNTINGTON, loin de s'unir, autour de valeurs communes, le monde se divise autour de sept ou huit civilisations, dont les lignes de séparation seront les lignes d'opposition du monde futur. Pour lui, la modernisation n'est pas synonyme d'occidentalisation, et même si cette modernisation progresse, l'occidentalisation

---

<sup>53</sup> B R BARBER , *Djihad versus Mac World*.

<sup>54</sup> Idem

<sup>55</sup> N NEGROPONTE, *L'Homme numérique*.

est loin de s'imposer partout<sup>56</sup>. Dans ce modèle, il est difficile de supposer une unification culturelle, autour de valeurs communes. Une uniformisation des opinions est par là même impossible.

### **312 : Le danger de la radicalisation des opinions opposées :**

Loin d'exister de manière uniforme, les civilisations coexistent donc dans un monde qui leur fournit des raisons de radicalisation sans cesse plus nombreuses. Les civilisations ressentent la nécessité de se ressourcer et de s'imposer face à la tentative d'implantation d'une culture dominante. Dans ces conditions, l'uniformisation n'est pas productrice de pacification, mais au contraire, productrice de radicalisation. D'autant plus que les médias occidentaux se nourrissent de l'irrationalité supposée des autres civilisations pour construire la domination sur les opinions publiques occidentales. Les images de palestiniens accueillant la nouvelle des attentats du 11 septembre par des tirs de joie est l'exemple de cette stigmatisation. Ces images, qui par la suite se sont révélées n'avoir pas été tournées à cette occasion, sont l'illustration de ce que dans une circonstance comme celle-ci, seule une stigmatisation de l'altérité peut répondre au sentiment d'inquiétude provoqué par le terrorisme. L'information ne produit pas une meilleure compréhension et une acceptation de la différence, mais au contraire une exacerbation de celle-ci, et donc une radicalisation des oppositions. L'hyper médiatisation, dans ce contexte, fournit autant d'arguments de radicalisation. Les spectateurs assistent à tout, en direct, et donc également à ce qui les choque et qui peut être monté pour produire cette opposition.

Le danger, dans ce contexte, est donc de produire non pas une pacification des relations internationales, mais une radicalisation de celles-ci. Les images des représailles israéliennes dans les territoires occupés fournissent autant de raisons d'indignation que de raisons de compréhension. Pour autant, si l'on considérait l'influence naturelle de la société américaine comme devant orienter l'opinion publique, cette diabolisation ne devrait pas être. La société de l'information n'est donc en aucun cas un instrument d'unification culturelle, mais à l'inverse peut fonctionner dans les deux sens, comme instrument d'unification lorsque les événements le permettent, et jouer le rôle inverse lorsque la violence des relations humaines reprend le dessus. Y a-t-il là le sens d'une impuissance de l'opinion publique à dépasser son propre horizon traditionnel de référence ? Cette impression est renforcée par le fait que lorsque les circonstances l'exigent, l'échelon national est le seul qui soit pertinent.

---

<sup>56</sup> S HUNTINGTON, *Le choc des civilisations*.

## **32 : Le retour de l'échelon national :**

Les évènements du 11 septembre 2001 ont provoqué une évolution sensible des relations entre les états. Les Etats Unis, visés par les attentats ont vu leur position internationale modifiée de manière importante. Leur réaction permet de relativiser de manière sensible la vision traditionnelle de la place des opinions publiques.

### **321 : La situation issue du 11 septembre**

Les attentats du 11 septembre 2001 ont créé une situation internationale inédite. Par l'effroi provoqué par l'ampleur de l'attaque, par la méthode utilisée par les terroristes, il s'agit d'un événement particulièrement odieux, et qui sera condamné comme tel par la quasi-totalité de la communauté internationale. Par ailleurs, il remet en cause l'inviolabilité interne de la première puissance mondiale, et seule « hyper puissance », pour reprendre l'expression d'Hubert VEDRINE. Depuis la chute de l'empire soviétique, les Etats Unis se pensaient inattaquables et inviolables sur leur territoire national. L'attaque du 11 septembre démontre que cette inviolabilité est illusoire. De plus, en mettant en œuvre des techniques d'attaques tout à fait nouvelles et imprévisibles, les attentats inaugurent un nouveau style de menaces. Enfin, et parce que l'objectif de l'attaque était également médiatique, cette attaque projette le terrorisme dans une dimension parfaitement nouvelle.

Ces actes terroristes placent les Etats Unis face à une situation particulièrement nouvelle et déstabilisante. Tout d'abord, comme le souligne Georges BUSH quelques jours après les attentats, le peuple américain découvre combien il peut être détesté par d'autres peuples. Cette haine est inimaginable pour la patrie de la démocratie de marché. Pour la majeure partie des américains, les Etats Unis sont les promoteurs de l'expansion de la démocratie. En son nom, au nom du monde libre, ils ont combattu le communisme, et en ont triomphé. Leur position internationale est une permanente affirmation des principes les plus démocratiques. Les Etats Unis sont par ailleurs admirés dans le monde pour leur modèle économique. Ils sont copiés, enviés, désirés. Comment dès lors peuvent-ils être hais, alors qu'ils sont « bons » ?

Par ailleurs, les Etats Unis sont les promoteurs de la société de l'information. L'influence des chercheurs américains sur le développement à la fois des techniques de communication, et de l'utopie qui l'accompagne est particulièrement forte. L'utilisation des armes forgées par les tenants de l'idéologie de la communication par leurs ennemis est parfaitement déstabilisante. En effet, en plus de la planification et de la mise en scène des attentats pour permettre leur exploitation médiatique, les terroristes vont essayer d'utiliser les mêmes outils d'information

immédiate que leurs adversaires. Pendant la guerre du golfe s'était affirmée la place de l'information continue dans l'exploitation d'une crise. Le rôle de la chaîne CNN avait été particulièrement actif. Après le 11 septembre, les terroristes vont tenter d'utiliser, avec certes une virtuosité bien moindre, les mêmes armes qui avaient permis aux américains d'emporter la conviction des opinions publiques. La chaîne d'information qatarie Al JAZIRA va devenir le pendant de CNN. En réservant leur communication à ce canal d'information, et en recherchant une mise en scène de la communication, les responsables d'Al Quäida et les dirigeants talibans tentent de retourner les armes américaines contre ces derniers. Pourquoi, dès lors, cette timidité dans l'action alors que le constat était fait de l'importance de cette arme ? La question reste posée, mais un élément de réponse repose peut être dans le fait qu'il est difficile de se battre avec les armes de ses ennemis lorsque la base de son pouvoir idéologique repose sur l'opposition contre leur mode de domination. Un autre élément de réponse réside certainement dans la domination des Etats Unis sur les réseaux de communication internationaux qui a rapidement réduit au silence les velléités de communication des dirigeants terroristes.

Le 11 septembre met donc en lumière les limites de l'idéologie de la communication puisqu'elle place ses principaux promoteurs dans une situation extrême. Touchée en ce qu'elle a de sacré, la population américaine se réunit dans une réaction patriotique particulièrement intense. Cette réaction sera également intéressante, car pour la première fois depuis la chute du communisme, les Etats Unis vont s'autoriser l'utilisation de leur puissance dans toute son ampleur. Quelles conséquences cette réaction aura t'elle sur l'idéologie de la communication ?

### **322 : Le retour de l' « impérialisme américain » en communication :**

Dans une situation extrême, la réaction américaine va poser les limites de l'idéologie de la communication, de deux manières différentes. Tout d'abord, l'importance du soutien de l'opinion publique va être démontrée, mais de manière extrême par la mise en place d'un système d'influence médiatique. Par ailleurs, cette importance va se recentrer autour de l'opinion publique nationale.

La place importante prise par l'opinion publique dans la lutte contre le terrorisme s'illustre de manière double. Tout d'abord, le contrôle exercé par le pentagone sur les médias américains a été une parfaite illustration de la nécessité de la maîtrise de l'information en période de crise. « Dans la tourmente d'indignation revancharde qui a suivi les événements du 11 septembre, les médias américains ont été confrontés à des pressions provenant du gouvernement, de

l'opinion publique et de leurs propres réflexes patriotiques. Par conséquent, la liberté absolue de la presse, proclamée et garantie par le premier amendement à la Constitution américaine, a cédé le pas à un système d'information contrôlée et à une certaine autocensure. »<sup>57</sup>, note Thomas SANCTON, ancien rédacteur en chef de Time. Ce contrôle s'est illustré par la mise en place rapide de deux « Coalition information centers » à Londres et Islamabad, et par le recrutement d'une star du marketing, Charlotte BEERS, ancienne patronne de la firme publicitaire Ogilvy & Mather par le département d'état pour assurer la promotion de la politique américaine. Le contrôle de la presse va encore plus loin avec l'interdiction à peine voilée faite le 8 octobre 2001 par Condoleezza RICE, conseillère pour la sécurité nationale auprès du président Bush, aux médias américains de diffuser les cassettes d'Oussama BEN LADEN confiées à Al JAZIRA. D'autres exemples de restrictions de la liberté de la presse sont cités par Thomas SANCTON, qui note l'implication des différents échelons gouvernementaux à maintenir la cohérence de l'information<sup>58</sup>. Pour autant, cette influence se fait avec la coopération plus ou moins volontaire des médias eux-mêmes. Cette limitation volontaire de la liberté de la presse occasionne certains débats dans le monde de la presse aux Etats-Unis, mais ne semble pas occasionner d'opposition majeure. Le poids du patriotisme est là fondamental. Il l'est également dans l'opinion publique américaine, qui depuis le 11 septembre s'est constituée pour défendre les valeurs américaines. « Pour l'heure, le public américain semble préférer, de loin, une presse patriotique à des journalistes trop portés sur des critiques ou des interrogations gênantes : selon un sondage du Los Angeles Times, 59 % des Américains approuvent un contrôle étroit du Pentagone sur la couverture médiatique du conflit. "Il y a deux droits contradictoires en jeu", explique Marvin KALB, directeur du Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy à Washington. "D'un côté, il y a le droit et la responsabilité du Pentagone de limiter l'information pour mieux protéger la sécurité des troupes. De l'autre côté, il y a le droit du journaliste de poursuivre son enquête et de poser toutes les questions. Ces deux droits ne sont jamais totalement conciliables. Mais il est certain que le public américain soutient massivement le Pentagone dans la situation actuelle."»<sup>59</sup> Il apparaît donc que dans une situation de crise, les limites théoriques posées par l'idéologie et l'utopie disparaissent pour permettre un retour au pragmatisme lié à la crise. Il y a là un élément important, en particulier dans un pays dans lequel la liberté de la presse fait l'objet de garanties constitutionnelles, et représente un fondement du système politique.

A l'égard des médias internationaux, la mesure envisagée par les Etats Unis est encore plus radicale. S'ils ne peuvent utiliser la désinformation à l'égard des journalistes américains, les

---

<sup>57</sup> Thomas SANCTON, Les médias américains et la guerre, le Monde, 30 novembre 2001.

<sup>58</sup> Idem.

militaires américains l'envisagent assez volontiers pour les autres. L'annonce de la création d'un bureau « d'influence stratégique »<sup>60</sup> au sein du pentagone montre combien l'information peut redevenir un engagement stratégique en cas de conflit. La vision vertueuse d'une influence de l'information sur la formation des opinions publiques est donc à cet égard à relativiser de manière importante. Certes, le soutien de l'opinion publique reste bien un enjeu d'importance pour les gouvernants, mais dans une situation de crise, les barrières idéologiques cèdent, et la pratique vertueuse redevient influencée par un pragmatisme politique.

Les suites du 11 septembre sont enfin révélatrices du retour de l'échelon national comme horizon de l'influence à exercer sur les opinions publiques. Le traitement médiatique de la question des prisonniers enfermés sur la base de Guantanamo en fournit un exemple. L'image des prisonniers entravés et agenouillés, diffusée par le pentagone a créé une crise importante auprès de l'opinion publique internationale. Comment interpréter cette action des services d'information américains alors que l'information avait jusque là été parfaite, nous l'avons vu. Il semble que deux éléments explicatifs puissent être pris en compte dans cette opération. Tout d'abord, les images des prisonniers d'Al Qaïda étaient destinées principalement à l'opinion interne américaine<sup>61</sup>. Il y a là le signe que seule l'opinion interne compte et que dès qu'il s'agit de choses sérieuses, il y a lieu de se recentrer sur cette opinion publique de référence. L'existence même d'une opinion publique internationale capable d'exister de manière autonome est largement relativisée dans ce cas précis, et reléguée devant la priorité de l'opinion publique interne. Qu'importent les conséquences internationales des actions menées, si l'opinion publique interne est satisfaite de l'information diffusée. L'autre élément d'appréciation induit par cette attitude américaine, est la montée de l'impérialisme américain qui se manifeste au travers du traitement de ces prisonniers. Le retour des intérêts nationaux sur la scène internationale après une période où les problématiques internationalistes avaient clairement été posées traduit la prise de conscience par les Etats Unis et la décision qui a été la leur d'agir en priorité en fonction de leurs intérêts. C'est donc ce retour de la prééminence des intérêts nationaux, au mépris de la société internationale qui fait douter de la réalité d'une opinion publique internationale.

---

<sup>59</sup> Thomas SANCTON, Les médias américains et la guerre, le Monde, 30 novembre 2001.

<sup>60</sup> <sup>60</sup> Patrick JARREAU, *Le Pentagone a créé un bureau pour mener la "guerre" de l'information*, LE MONDE 21 février 2001

<sup>61</sup> Jan KRAUZE, *Une image de trop dans la guerre "antiterroriste"*, LE MONDE 25 janvier 2002

### **33 : La tyrannie de l'opinion est-elle compatible avec les relations internationales ? :**

Dans ces conditions, la question de la compatibilité de la politique internationale et de la mise en avant de l'opinion publique se pose. Dans les faits, si le souci de l'opinion publique ne peut se traduire que par le recours à l'influence, celle-ci est-elle bénéfique à l'exercice de la politique internationale. A l'inverse, la « tyrannie » de l'opinion ne conduit-elle pas à un exercice de la politique internationale à court terme, et sans détermination de fond. En fait, opinion publique et politique internationale sont-elles des notions compatibles ?

### **331 : La guerre du sens ou la limite introuvable**

La limite entre l'information et la manipulation est donc très difficilement précisable. En effet, à partir de quand passe t'on de la communication à la manipulation. Si les actions dans les champs psychologiques sont devenues essentielles, qui pourrait aujourd'hui préciser où se trouve la limite entre ce qui est acceptable, et ce qui ne l'est pas. Cette question représente la question centrale de toute la communication politique. De plus, lorsque l'opinion publique elle-même justifie le recours à l'orientation de l'information, on perd quelque peu le sens de ces valeurs. Pour autant, la guerre du sens est devenue un élément fondamental de la bataille pour l'information. Dans un monde devenu sans cesse plus complexe, l'appréhension par les citoyens du sens même de l'action de leurs gouvernants est la condition même de leur participation. Le paradoxe dans ces conditions, est que le jeu politique va consister à donner un maximum d'importance à la connaissance des problématiques tout en accordant un minimum à l'action des citoyens. Il s'agit ici du paradoxe énoncé par Dominique WOLTON, du citoyen puissant en information, mais nain en action.<sup>62</sup>

Cette question de la limite introuvable n'est pas une condamnation de la communication politique. Tout acte de communication est à l'heure actuelle un acte de pouvoir. Il est donc nécessaire de reconnaître à cet acte de pouvoir son statut, et de l'accepter comme tel. D WOLTON propose de reconnaître ce statut, et d'articuler la communication autour de cette définition. « Préserver la communication, c'est donc rappeler qu'elle est inséparable de rapports de force, et que la problématique de l'organisation devient centrale. »<sup>63</sup>. Cette reconnaissance du statut de la communication permet de dépasser le niveau idéalisé de la communication pour parvenir à une vue réaliste de l'information. Dès lors, effectivement, la

---

<sup>62</sup> D WOLTON, *Penser la communication*.

problématique de la régulation devient centrale. D'elle dépendra l'organisation de l'information, ainsi que la préservation de la multiplicité des sources, préalable indispensable à la formation des opinions publiques. Cette régulation n'est paradoxalement pas, pour WOLTON un moyen de restreindre la communication, mais au contraire d'en permettre la libre existence. Il se livre là à une remise en cause assez précise de la doctrine libérale qui privilégie la dérégulation la plus totale pour parvenir à la liberté de l'information. Quoi qu'il en soit, reconnaître à la communication son statut de pouvoir et assurer la réalité de l'affrontement des idées est la condition nécessaire pour permettre à l'espace public de se constituer de manière internationale. Cette nécessité est d'autant plus impérieuse que la production d'information est déséquilibrée entre un Nord, qui détient l'essentiel de la production médiatique, et un Sud qui se perçoit comme oublié par cette communication. « [...] La communication peut devenir un fantastique facteur d'instabilité internationale. La réglementation demeure le seul moyen de préserver la légitimité des différents points de vue, et la référence à l'existence d'une certaine norme commune »<sup>64</sup>

### **332 : Des relations internationales régies par une politique à court terme :**

Le second problème posé par les relations complexes entre relations internationales et primat de l'opinion publique, est un lié à la question de la temporalité politique. L'accélération des flux de communication, a réduit le temps de réaction du politique. Pour autant, la politique internationale ne peut se réduire à une politique à court terme.

La diffusion des différents moyens modernes de communication a eu un effet d'accélération temporelle important. La radio et la télévision, tout d'abord ont permis de pouvoir retransmettre dans des délais très courts des informations provenant du monde entier. Le jeu médiatique accroît encore cette impression de rapidité. La concurrence entre les médias, la recherche du scoop créent les conditions d'une importante accélération. Dès lors, l'opinion publique se trouve confrontée à une multiplication d'images, toutes forcément concurrentes, mais pas forcément complémentaires. Une autre conséquence de ce foisonnement est la perte de références des publics, qui confrontés à ce la multiplication des sources d'information ne parviennent plus à trouver les repères nécessaires pour les comprendre.

Cette accélération temporelle de l'information se double d'une importante volatilité de celle-ci. Pour rester concurrentiels, les médias privilégient cette volatilité. Il s'ensuit qu'un événement chasse l'autre, et que l'attention des médias quitte un événement pour en couvrir

---

<sup>63</sup> Idem

<sup>64</sup> D WOLTON, *Penser la communication*

un autre avant que les solutions définitives n'aient été apportées. La manière dont est construite l'information nécessite une hiérarchisation de celle-ci. Cette hiérarchisation répond à des critères purement concurrentiels, et non à une importance relative de l'information. Les raisons qui conduisent à faire apparaître une information et à en faire disparaître une autre échappent à toute logique d'information, pour se concentrer sur une logique purement concurrentielle. Internet, en développant l'instantanéité de la communication renforce encore cette importance de la rapidité. La mise en réseau des citoyens, centrale dans la société de l'information, s'accommode assez mal de la temporalité réelle des relations internationales. L'intervention américaine en Afghanistan fournit un exemple frappant de ce caractère d'accélération. Entre le mois de septembre où l'action a été décidée, et le mois de novembre, où elle a été effectivement entreprise par les troupes américaines, deux mois se sont écoulés. Au cours de ces deux mois, on a pu avoir l'impression d'une certaine inefficacité des autorités américaines. Parallèlement, les seuls à être réellement visibles sur le terrain ont été les journalistes. Cette présence des journalistes, au péril de leur vie parfois, donne l'impression que seuls les médias sont capables d'une action immédiate. Elle leur confère également un rôle « diplomatique », qui constitue une interférence avec l'action traditionnelle des diplomates et des politiques. Cette instantanéité de l'action médiatique renforce donc encore la nécessité d'accélération de l'action politico-diplomatique.

Les conséquences de cette accélération et de cette volatilité de l'information sont un certain blocage du politique. En effet, celui-ci est soumis en permanence à un jugement de l'opinion publique, et à une obligation permanente de justification. Cette primauté de la justification, et de la communication s'établit en opposition par rapport à l'action politique. De plus, quand cette action s'échafaude, il faut qu'elle soit immédiatement visible pour pouvoir coller pleinement à l'agenda médiatique. Celui-ci dirige l'agenda politique. Dès lors, les répercussions en matière de politique internationale sont importantes. Les diplomates savent bien que la conduite des affaires internationales prend un temps important, et ne peut être menée à court terme. L'importance donnée à la fonction médiatique conduit à la réalisation d'une politique internationale à court terme. Cette influence peut être dangereuse, car elle privilégie des solutions qui camouflent les problèmes sans les régler véritablement.

Là encore, D WOLTON privilégie un ralentissement de la temporalité de l'action politique, et de donner du temps à l'action politique pour lui permettre de s'inscrire dans la durée. En parallèle, il propose de donner une importance supérieure à la mémoire. Celle-ci a disparu sous l'action de la diffusion de l'information permanente. Elle est pourtant nécessaire pour permettre de hiérarchiser et de comprendre à la fois l'information, mais également les faits

tels qu'ils se déroulent, ainsi que de pouvoir les inscrire dans leur contexte historique. C'est à cette condition qu'une opinion publique éclairée pourra se construire.

## **Conclusion :**

L'opinion publique internationale joue donc un rôle effectif dans les relations internationales. Influencé à la base par l'idéologie démocratique et libérale, ainsi que par l'utopie issue du développement des nouvelles technologies de l'information et de la communication, ce rôle est loin d'être uniforme.

Si historiquement, la nécessité de disposer d'une opinion publique influente représentait la vertu première de toute société démocratique, et si la diffusion de nouveaux moyens techniques a laissée penser que de nouvelles relations humaines étaient possibles, le rôle joué par une opinion publique internationale pourrait ne pas être aussi vertueux.

Devenue à la fois un enjeu politique et économique, la mise en palace d'une telle opinion publique peut facilement être détournée de ses objectifs premiers. Cette possibilité de déviation est donc une raison importante d'inquiétude, et pose très clairement la question de la régulation de la communication internationale, et des garanties qui doivent être apportées à la fois à la liberté de l'information, mais également à la formation des citoyens censés la recevoir et s'en nourrir.

Par ailleurs, les conditions techniques de diffusion de l'information placent l'opinion publique dans une situation particulièrement nouvelle. Victime de son succès, l'opinion publique est soumise à une nouvelle forme de manipulation qui se manifeste par une domination de « l'instantané ». Cette modification de la temporalité porte en elle les limites de l'action de l'opinion publique sur le plan international. En effet, même si de manière ponctuelle et rapide, l'opinion publique peut avoir une influence radicale sur les affaires internationales, celles-ci ne peuvent se régler aussi rapidement que les médias ne le voudraient. Il y a dès lors un décalage entre les agendas des médias et ceux de la politique internationale. En dehors des périodes de crises de haute intensité, l'opinion publique oublie des pans entiers des relations internationales. Il y a donc là un déséquilibre important entre le rôle supposé de l'opinion publique et son rôle réel.

Ce décalage est d'autant plus dommageable que le rôle central de l'opinion publique dans un monde qui choisit de plus en plus le schéma de fonctionnement démocratique est un rôle fondamental. Dès lors, il devient essentiel de mettre en place les conditions nécessaires pour assurer la formation d'une opinion publique indépendante et sa libre expression au niveau

international. Les moyens à mettre en œuvre sont variés. Ils ont pour objectif essentiel d'assurer tout d'abord une régulation de la production de l'information, et de promouvoir son rôle sur le plan international. Ils doivent ensuite permettre de créer une réelle mémoire capable de relativiser la valeur de l'information. En quelque sorte, il s'agit de créer les conditions de fonctionnement de moyens d'information et de communication réellement internationaux et qui puissent se démarquer des logiques d'intérêts nationaux. L'émergence de centres d'intérêts internationaux est liée à cette création.

Les problématiques de la régulation de l'Internet, ainsi que celles de la dérégulation des industries culturelles dans le cadre de l'organisation mondiale du commerce apparaissent donc comme particulièrement centrales dans ce domaine. L'évolution de ces domaines donnera une visibilité quant au projet de société internationale qui se mettra en place au cours du XXI<sup>e</sup> siècle.

## Bibliographie :

- AUBENAS Florence, BENASAYAG Miguel, *La fabrication de l'information*, La découverte, Paris 1999.
- BARBER Benjamin R, *Djihad versus Mac World, Mondialisation et intégrisme contre démocratie*, Desclée de Brouwer, Paris, 1996.
- BONDIAUX Loïc, *La fabrique de l'opinion, Une histoire sociale des sondages*, Seuil, Paris 1998.
- BOURDIEU Pierre, *Questions de sociologie*, Les éditions de minuit, Paris, 1981.
- BOURDIEU Pierre, *Sur la télévision et L'emprise du journalisme*, Raison d'agir, Paris 1996
- BRETON Philippe, PROULX Serge, *L'explosion de la communication*, La découverte, Paris, 1999.
- CAYROL Roland, *Médias et démocratie la dérive*, Presses de sciences-po, Paris 1997.
- COLLECTIF, *La guerre des mondes, médias planétaires ou médias américains*, LIMES, numéro d'avril 1997.
- COLLECTIF, sous la direction de MATHIEN Michel, *L'information dans les conflits armés*, L'Harmattan, Paris 2001.
- COLLECTIF, sous la direction de SMOUTS Marie Claude, *Les nouvelles relations internationales*. Pratiques et théories. Presses de sciences-po, Paris 1998.
- FRANCART Loup, *La guerre du sens*, Economica, Paris 2000.
- HABERMAS Jürgen, *Après l'Etat-nation*, Fayard, Paris 2000.
- HUNTINGTON Samuel, *Le choc des civilisations*, Odile Jacob, Paris 1997.
- MATTELART Armand *Histoire de la société de l'information*, La découverte, Paris 2001.
- MURAWIEC Laurent, *La guerre au XXI<sup>e</sup> siècle*, Odile Jacob, Paris, 1999.
- NEGROPONTE Nicholas, *L'Homme numérique*, Robert Laffont, Paris, 1995.
- SFEZ L, *Dictionnaire critique de la communication*, PUF, Paris 1993.
- STORA Benjamin, *Imaginaires de guerre*, La découverte, Paris 1997.
- TARDY G, REYNIE D, *L'opinion et la foule*, PUF, Paris 1997.
- WOLTON Dominique, *Penser la communication* Champs Flammarion, Paris 1998.
- WOLTON Dominique, *War game, L'information et la guerre*, Flammarion, Paris 1991.