



de la politique ukrainienne à se défendre face à l'agression russe.

Comment analysez-vous les modes de propagande des pays occidentaux dans ce conflit ?

Avec difficulté vu le nombre de pays impliqués et le flou sur les effets des actions de propagande menées. Il est vraisemblable qu'un certain nombre d'États occidentaux aient mis – non ouvertement – leur service de guerre cyber dont des outils de propagande numérique au service de l'Ukraine dans le but d'agir sur les opinions publiques occidentales mais aussi russes, ce qui est bien plus difficile. Concernant la communication publique des États, ce qui m'a frappé dès le début du conflit, c'est l'unité des pays occidentaux, unité à laquelle le président russe ne devait pas s'attendre au regard des efforts russes depuis une décennie pour diviser les sociétés occidentales, diviser les pays de l'Otan, diviser les pays de l'UE.

Quelle place a la désinformation dans la propagande ?

La désinformation est un outil ancien de propagande, surtout militaire. En Russie, il est apparu sous la forme de la *maskirovka*, dont on retrouve la trace dans un dictionnaire du KGB en 1949. La Russie tsariste, bolchevique puis soviétique, a développé de puissantes techniques de désinformation militaire qui ont été étendues à la fin de la guerre froide au champ civil. Souvenons-nous de grandes campagnes de désinformation comme celle à propos de l'origine du virus du sida, "créé aux États-Unis puis inoculé aux populations subsahariennes". Un département du KGB s'est spécialisé dans la confection puis la diffusion de campagnes de désinformation dont de nombreuses théories du complot. Aujourd'hui, cet outil reste abondamment utilisé par la Russie avec le dessein de fragiliser les points de vue parmi ses adversaires déclarés, d'exacerber au sein des sociétés adverses des tensions, des divisions, voire des conflits sociaux, dans le but de favoriser un relativisme absolu et de fragiliser la capacité des opinions à distinguer le vrai du faux. Il s'agit d'encourager le doute à grande échelle afin que les individus ne puissent

plus s'entendre sur des faits flagrants, de considérer qu'il n'y a pas de faits, aussi évidents soient-ils, mais simplement des points de vue.

Dans quelles mesures les médias deviennent-ils des outils de propagande ?

Pas tous. Je publie en septembre la biographie de Rupert Murdoch. Depuis 70 ans, il a consciemment fait de beaucoup de ses médias des instruments de propagande au service de ses convictions, de ses intérêts économiques et de ses alliés politiques. Récentement, le président des États-Unis a qualifié Rupert Murdoch de "l'homme le plus dangereux du monde". Maintenant, des médias qui ne sont pas des médias de propagande peuvent aussi être instrumentalisés par des propagandistes. La production même de l'information qui, dans un régime démocratique, intègre une finalité publicitaire, prête le flanc à des opérations de désinformation ou de manipulation. Là, les journalistes ne sont pas des acteurs mais en quelque sorte des victimes. On l'a vu à maintes reprises avec en 1989 les faux charniers de Timisoara, ou avec la désinformation américaine pour légitimer le début de la guerre en Irak. La fragilité est une caractéristique essentielle de tout système d'information démocratique dans la mesure où il peut faire l'objet d'opérations de désinformation par l'entremise de sociétés de relations publiques, d'organes de propagande ou de services de renseignements.

Quels sont les facteurs qui favorisent cette fragilité des médias ?

De mon point de vue d'historien, le facteur déterminant est la concentration des médias. En France, 95% de la presse écrite est entre les mains de moins de 10 personnes. C'est la situation qu'a connue le Royaume-Uni en 1981. On a vu les conséquences d'une telle concentration : affaiblissement de l'information générale, diminution des enquêtes qui ten-

dent à être sacrifiées et une information construite dans l'émotion et l'urgence pour répondre à des impératifs économiques immédiats, à savoir générer le plus de retombées publicitaires à travers les clics sur les pages internet. Cela conduit à une forme de distorsion dans la hiérarchisation de l'information. Ce qui jadis n'aurait pas été considéré digne d'être publié dans les pages d'un journal est aujourd'hui diffusé parce que précisément il relève d'un certain intérêt humain ou parce qu'il va générer davantage de clics. Prenez les théories du complot. Une théorie du

"Facebook a été créé dans le but exclusif d'agir sur la conduite des individus."

complot qui n'aurait jamais franchi les portes d'une salle de rédaction avant 1989 va être évoquée parce que ce débat intéresse et les réfuter apporte des lecteurs. Rupert Murdoch a été, dans la durée, un des plus grands diffuseurs au monde de désinformation et de théories du complot. Et lorsqu'il lui arrivait d'être pris la main dans

le pot de miel, il répondait simplement : "Je donne au public ce qui l'intéresse." Ce prétexte conduit naturellement à surevaluer des théories du complot ou des thèses comme celles des climatosceptiques. Je parle de journaux mais évoque aussi des chaînes comme Fox News, emblématique des médias de désinformation de masse.

Que faire, nous quidam et médias, pour atténuer et lutter contre une telle puissance de persuasion organisée ?

La réponse est collective. Il est nécessaire et urgent aujourd'hui de "sauver les médias", selon la formule de l'économiste Julia Cagé, c'est-à-dire de repenser en profondeur les modes de financement de la presse pour favoriser l'essor de médias de masse d'information générale, indépendants des pouvoirs politiques ou économiques. Des médias propriétés des journalistes et de leurs lecteurs sont une des meilleures garanties quant à la qualité, la rigueur de l'information et la confiance des concitoyens.

Propos recueillis par Thierry Boutte