



Informations et (in)communications en temps de guerre Appel à contributions

Colloque organisé à Iasi par le Bureau *Hermès* Roumanie,
en collaboration avec les Bureaux *Hermès* Bulgarie, Géorgie et Slovaquie

10 et 11 octobre 2024

D'un bout à l'autre de l'Union européenne, il n'est pas certain que les représentations, impressions et sentiments liés au contexte des guerres actuelles, et en particulier à l'invasion armée de l'Ukraine par la Russie, soient sinon uniformes au moins convergentes. Une hypothèse : plus on se rapproche des frontières avec la guerre, et plus les débats, en famille comme au sein des espaces publics, se focalisent sur la paix et les conséquences, en particulier économiques, du conflit armé et non sur les livraisons d'armes...

L'information médiatique y est évidemment pour quelque chose, mais pas seulement. Les positionnements politiques des candidats aux diverses élections au sein des États membres alimentent les débats publics, relayés par les médias et les réseaux. Mais alors que l'information est devenue quasiment instantanée et semble universellement accessible, la communication reste évidemment difficile, avec des incommunications en permanence, ou carrément des situations d'acomunication qui conduisent à la haine, au rejet, à l'oubli, à l'ignorance, voire à la guerre (Wolton, 2019).

Des environnements médiatiques pas vraiment homogènes ont investi le quotidien des Européens depuis deux ans, depuis l'invasion de l'Ukraine par la Russie en 2022, puis l'attaque perpétrée par le Hamas contre Israël et la riposte en 2023.

La quantité d'informations accessibles en *open source* sur les progressions des factions armées ou encore sur le nombre de victimes est énorme et parfois écrasante. Des faits et des chiffres s'imposent ou semblent s'imposer face à un esprit critique difficile à maintenir en éveil, d'autant plus que les médias (télévision, radio, journaux, sites, réseaux sociaux) peinent à séparer le bon grain de l'ivraie, à percer le « brouillard de la guerre » qui se dégage des protagonistes. Certes, rien de neuf sous le soleil. Marc Bloch faisait état en 1921 de la manipulation de l'information en temps de guerre, et, depuis, bon nombre de journalistes, historiens, sociologues, experts en communication se sont penchés sur ce phénomène. On ne peut que constater une imbrication, presque inextricable, d'informations factuelles vérifiées et des *fake news*, reprises et relayées, sans discernement, notamment par les médias occidentaux.

En dehors de la plus ou moins grande proximité avec les fronts, un autre facteur fausse la donne en matière d'information et de communication en temps de guerre, au 21^{ème} siècle, une prééminence de l'image sur le récit. C'est à qui prend (ou modifie) et diffuse la première photo, la première vidéo, (mélo)dramatique si possible. La narration suit, les vérifications, analyses et démentis éventuels viennent plus tard encore. Mais il est alors, évidemment, trop tard. L'image a fait son chemin, déclenchant une émotion épidermique, souvent au mépris de la raison, une mobilisation de partis pris qu'elle contribue à continuer d'enraciner, en dépit de toute argumentation rationnelle.

Bien sûr, le phénomène n'est pas nouveau. Les montages et collages de photos existent depuis longtemps, et ont été utilisés pour galvaniser les populations, rallier les indécis, intoxiquer les ennemis, persuader les alliés. Mais désormais, de nouvelles technologies offrent des outils perfectionnés, puissants et rapides qui nourrissent la curiosité planétaire, attisée par la toile, un besoin de contenus de tuyaux toujours plus présents, de nouvelles intenses, choquantes, voire traumatisantes. Cette circulation rapide des « news », travesties, inventées ou non, dénaturent structurellement l'essence même de la communication quand elles sont le résultat, souvent, d'une volonté d'induire en erreur un public, menaçant un des principaux piliers de la démocratie, la liberté d'expression. Car cette liberté ne peut s'exercer qu'avec un droit à la vérité, une éthique de l'information.

De plus en plus, des photos et vidéos de guerre qui circulent sur les réseaux sociaux et même sur d'autres types de médias sont générées par l'intelligence artificielle, sur la base d'une commande, possiblement une stratégie de manipulation de l'information. Il s'agit alors de montrer des cadavres jonchant les rues d'une

ville ukrainienne, d'écouter des récits terrifiants d'otages Juifs rescapés, de partager le chagrin sans borne de mères russes restées sans nouvelles de leurs fils ou maris partis au combat, ou encore de contempler des enfants arabes, en larmes, s'extirper des décombres de Gaza. Aussi perturbateurs qu'ils soient, les médias nous font comprendre, plus brutalement que jamais, que la vérité a plusieurs visages, que le bien n'est pas entièrement d'un côté et le mal de l'autre.

Ainsi, alors que les démentis ne semblent pas avoir vraiment d'effet (où est la vérité finalement ?), les *fake news* peuvent atteindre leurs buts, déclenchant, souvent via une émotion ou une évolution des opinions publiques, des actions politiques, diplomatiques, sociales et militaires. Par exemple, le bombardement récent de l'hôpital Al-Ahli Arabi de Gaza, mis sur le compte de l'armée israélienne, a été présenté comme ayant fait 200 victimes dans un premier temps, puis 500, ou encore les 40 bébés qui auraient été décapités par le Hamas dans le kibboutz de Kfar Aza. Qui peut, qui se soucie vraiment de connaître la vérité sur ces massacres et leurs commanditaires, une fois l'émotion installée, provoquée par des images horribles et qui emporte sur son passage la raison sceptique et l'esprit critique.

Bien sûr, des chiffres fiables sont construits, pour qui veut savoir et tenter de comprendre, par exemple par le Bureau de la coordination des affaires humanitaires des Nations-Unies qui recueille et analyse les données disponibles. Mais les temporalités sont différentes. Les tuyaux ont besoin d'un flux permanent d'informations, ce qui est en contradiction avec le temps d'une information vérifiées. La surabondance d'informations déclenche une dynamique de flux pratiquement incontrôlable, alors que la communication exige patience et discernement, prise en compte des deux parties, des deux systèmes argumentatifs. Ce différentiel de temporalité constitue un obstacle majeur, au risque de la communication.

Les technologies de l'information et de la communication dessinent ainsi une nouvelle carte des stratégies et des tactiques de guerre, qui se déroulent désormais sur trois fronts horizontaux et deux fronts verticaux, sur la terre en premier lieu, sur l'eau et dans les airs, avec des armes plus ou moins conventionnelles. La guerre devient aussi intérieure, quand il est question d'annihiler ou de persuader les oppositions, les familles des victimes, les populations exaspérées. Mais la bataille la plus difficile, probablement, a pour objectif de conquérir et de garder les bons sentiments de l'opinion publique internationale, ce qui pèse sur les décisions des dirigeants des pays alliés. Les fronts verticaux sont d'une part les voies habituelles, en surface, de diffusion de l'information, visibles et détectables, même si elles sont parfois discutables, et, d'autre part, le *deep fake* presque indétectable, rendu possible par l'évolution technologique, comme les usines à trolls, les robots sociaux, Telegram, ou encore les campagnes sur Facebook. Certains pays ont considérablement développé ces moyens de distorsion de l'information, arme de leurs stratégies politiques internationales.

Discerner le vrai dans le faux est de moins en moins aisé, ce qui fait accroître le sentiment d'incertitude générale, d'impatience même, qui peut conduire à l'atténuation ou à l'amplification d'une vision des choses qui n'est pas sans influencer sur l'issue d'une guerre.

Martin Gurri met en évidence les conséquences majeures des usages de ces nouvelles technologies, qui font alterner victoires et échecs dans les batailles de l'information (2014). Ainsi, au début de la guerre, les Ukrainiens ont gagné l'offensive informationnelle en Occident, la Russie a dû se replier et faire de la surenchère avec une stratégie nationale de communication persuasive afin de convaincre sa propre population de la justesse de l'« opération spéciale ».

La technologie peut bien sûr aider à y voir plus clair, ou à réagir rapidement pour limiter les dégâts, mais peut également troubler le message là où l'information brute n'est pas accompagnée de vérifications et d'explications. Entre altérations légères et déformations majeures, la manipulation de l'information en temps de guerre s'appuie aussi sur le confort d'une lecture incomplète et non contextualisée des situations et de leurs conséquences.

Le colloque propose plusieurs axes de réflexion et d'analyse, sans s'y limiter :

- Les paradoxes de l'information en direct lors d'un conflit armé
- La manipulation de l'opinion publique internationale : outils, objectifs, résultats
- Lectures géopolitiques et culturelles des conflits : perspective de l'Ouest, vision de l'Est

- Stratégies de communication par l'image et par le texte
- Information et communication en temps de guerre : quelle distance critique ?
- La censure de l'information en temps de guerre
- Vitesse *vs.* fiabilité dans la transmission de l'information
- Les altérations de la communication avec la diffusion du *deep fake*
- Les dérives des journalistes *embedded*
- La mondialisation : succès de l'information, échec de la communication ?

Références

Wolton, D. (2019), « Communication, incommunication, acommunication », *Hermès, La Revue*, 2(84), pp. 200-205.

Giurri, M. (2018 [2014]), *The Revolt of the Public and the Crisis of Authority in the New Millennium*, San Francisco, Stripe Press.

Bloch, M., (2019 [1921]), *Réflexions d'un historien sur les fausses nouvelles de la guerre*, Paris, Éditions Allia.

Les propositions de contributions doivent être adressées à Simona Modreanu (simona.modreanu@gmail.com) et Gilles Rouet (gilles.rouet@uvsq.fr) avant le 30 juin 2024.

Les textes retenus après le colloque feront l'objet d'une publication dans un numéro spécial *Hermès, La Revue*, édition roumaine.

Comité scientifique

Simona Modreanu, Université de Iasi, Bureau Hermès Roumanie

Diana Gradu, Université de Iasi, Bureau Hermès Roumanie

Cristina Petras, Université de Iasi, Bureau Hermès Roumanie

Petia Gueorguiva, Nouvelle Université Bulgare, Bureau Hermès Bulgarie

Sonia Georgieva, Université de Sofia St Clément d'Ohrid, Bureau Hermès Bulgarie

Radovan Gura, Université Matej Bel, Banska Bystrica, Bureau Hermès Slovaquie

Maria Rostekova, Université Matej Bel, Banska Bystrica, Bureau Hermès Slovaquie

Diana Chankotadze, Université de Géorgie, Bureau Hermès Géorgie

Stela Raytcheva, ISM-IAE de Versailles-St-Quentin-en-Yvelines, Larequoi, Comité Hermès France

Thierry Côme, ISM-IAE de Versailles-St-Quentin-en-Yvelines, Larequoi

Gilles Rouet, ISM-IAE de Versailles-St-Quentin-en-Yvelines, Larequoi, Bureau Hermès France