



bdc
Base de Connaissance

GLOSSAIRE DU FAIRE CROIRE

Mots clés

Faire croire, Influence, Lobbying, Mass media, Propagande, Rhétorique, Rumeur, Spin doctors

Auteur :

François-Bernard Huyghe

Extrait de l'ouvrage « Maîtres du faire croire »

Le(s) auteur(s) de ce document d'analyse, d'opinion, d'étude et/ou de recherche a autorisé l'AEGE à enregistrer l'article dans la base de données, dénommée : bdc.aege.fr. La diffusion, publication subséquente est aussi autorisée par l'(es) auteur(s) sur toutes formes de support écrit, électronique à l'ensemble des utilisateurs de cette base de données. Aucune autre forme de diffusion n'est autorisée. L'analyse, l'opinion et/ou la recherche reposent sur l'utilisation de sources éthiquement fiables mais l'exhaustivité et l'exactitude ne peuvent être garantie. Sauf mention contraire, les projections ou autres informations ne sont valables qu'à la date de la publication du document, et sont dès lors sujettes à évolution ou amendement dans le temps.

Le contenu de ces documents et/ou études n'a, en aucune manière, vocation à indiquer ou garantir des évolutions futures. Le contenu de cet article n'engage la responsabilité que de ses auteurs, il ne reflète pas nécessairement les opinions du(des) employeur(s), la politique ou l'opinion d'un organisme quelconque, y compris celui de gouvernements, d'administrations ou de ministères pouvant être concernés par ces informations. Et, les erreurs éventuelles relèvent de l'entière responsabilité des seuls auteurs.

Les droits patrimoniaux de ce document et/ou étude appartiennent à l'Association AEGE, voire un organisme auquel les sources auraient pu être empruntées. Le(s) auteurs ont expressément cédés les droits patrimoniaux subséquents à l'insertion de ce(s) document(s) dans la base de données bdc.aege.fr. Toute utilisation, diffusion, citation ou reproduction, en totalité ou en partie, de ce document et/ou étude ne peut se faire sans la permission expresse du(es) rédacteur(s) et du propriétaire des droits patrimoniaux.





A	7
Agence de notation	7
Agenda	7
Asymétrie	7
Attaque informationnelle	8
C	9
Communication d'effacement	9
Communication de crise	9
Communication publique	9
Communication	10
Communications électroniques.....	10
Conflit informationnel	10
Conflit.....	11
Conformisme.....	11
Conspirationnisme	11
Contrôle (société de).....	11
Convergence.....	12
Cyber.....	12
Cyberespace.....	12
Cyberterrorisme	12
D	13
Déception	13
Dématérialisation	13
Désinformation.....	13
Diplomatie publique (<i>public diplomacy</i>)	14





Dissonance cognitive	14
Données	14
E	15
École de Francfort	15
En ligne	15
Ennemi	15
Éristique	16
G	17
Gestion de crise	17
Gestion des connaissances	17
Guerre classique ou « clausewitzienne »	17
Guerre de l'image	18
Guerre de l'information	18
Guerre économique	18
Guerre électronique	19
Guerre psychologique	19
Guerre	19
H	20
Hoax	20
I	21
Idéologies	21
Influence	21
Infodominance ou dominance informationnelle	22
Infoguerre	22
Information	23
Infostratégie	23





Intelligence compétitive.....	24
Intelligence économique	24
Intelligence stratégique.....	24
L	25
Leader d'opinion	25
Lobby	25
Lobbying.....	25
M	26
Management de la perception	26
Manipulation.....	26
Manufactures du consensus ou fabrique du consentement.....	26
Marketing politique.....	27
Mass media.....	27
Médias.....	27
Médiasphère	28
Médiologie.....	28
Mésinformation	28
Message terroriste	29
N	30
Novlangue.....	30
NTIC.....	30
O	31
ONG.....	31
Organisations matérialisées.....	31
P	32
Panoptisme	32





Partie prenante (traduction du stakeholder anglais).....	32
Pensée de groupe.....	32
Persuasion	33
Préemptive (guerre préemptive).....	33
Propagande par le fait.....	33
Propagande	34
Propagandes silencieuses.....	34
Psychagogia	34
Psychologie sociale	34
Psyops (Psychological operations).....	35
R	36
Réseaux.....	36
Responsabilité sociale des entreprises (RSE).....	36
Rhétorique	36
RMA (Révolution dans les affaires militaires).....	37
Rumeur	37
S	38
Secret.....	38
Société de l'information.....	38
Soft power.....	38
Sophiste	39
Spin Doctors	39
Stratagème	39
Stratégie.....	39
Surinformation.....	40
T	41





Technique	41
Technologie	41
Temps de cerveau humain	41
Terrorisme.....	42
Think Tanks	42
Trolling	42
W	43
Warblog.....	43
Web (World Wide Web)	43
Web 2.0.....	43
Z	44
Zone d'influence.....	44





A

Agence de notation

Organisation évaluant sous forme de note publique la fiabilité financière et les perspectives d'une entreprise. La notion de notation s'est étendue à des valeurs non-économiques : sociétales, écologiques...

Agenda

La « fonction d'agenda » ou agenda setting est une notion héritée de la sociologie des médias. Elle désigne le pouvoir propre aux mass media de déterminer ce qui fera débat, de sélectionner les événements et sujets auxquels s'intéressera le public (et/ou les décideurs). Plus subtilement « faire l'agenda », constitue un élément d'une stratégie décisionnelle, que ce soit dans le domaine médiatique, intellectuel ou politique. Faire l'agenda, par extension, c'est choisir le terrain, diriger l'attention voire décider de ce qui sera une information.

Asymétrie

Relation entre deux acteurs ou éléments, au-delà de la simple dissymétrie (inégalité quantitative, de forces ou de ressources par exemple), elle reflète un saut qualitatif, une différence de statut ou de catégorie entre ces acteurs ou éléments.



Attaque informationnelle

Action visant soit à priver la victime de contrôle sur son système d'information (p.e. l'empêcher d'utiliser ses télécommunications ou sa mémoire électronique), soit à se substituer à elle (p.e. obtenir des données confidentielles ou prendre les commandes d'un système informationnel sans le consentement du propriétaire légitime), soit enfin à causer un dommage à un individu ou une organisation ou à s'assurer une prédominance par des messages que l'on répand (pour ses propres partisans : propagande, l'adversaire : intoxication ou leurre, pour les alliées ou des neutres : désinformation, calomnie, ...). Biais cognitifs : La capacité du cerveau humain à reproduire des erreurs de jugement (y compris en mésinterprétant le sens des messages) est aggravée par sa tendance à adopter des conduites en contradiction visible avec les données de l'expérience ou les connaissances communément disponibles. On regroupe sous le terme de biais cognitifs tous les types d'erreurs de ce genre. Des disciplines comme les sciences cognitives ou la pragmatique de la communication s'interrogent sur les mécanismes qui conduisent à des visions déformées. L'effet d'ancrage nous amène à surévaluer un critère dans un choix et à négliger les autres. Le biais de « confirmation » qui touche jusqu'aux scientifiques est la tendance à ne retenir que les indices qui confirment nos présuppositions et à s'aveugler à ceux qui les contredisent. On peut ainsi dresser des listes de dizaines de « biais » dont les plus fascinants sont sans doute les biais qui amènent des organismes dont les membres sont souvent individuellement des gens très intelligents à prendre collectivement des décisions absurdes.



C

Communication d'effacement

Technique consistant pour une entreprise à veiller pour déceler les premiers signes de rumeurs défavorables ou de mise en accusation, puis à les étouffer dans l'œuf.

Communication de crise

Ensemble des procédures et méthodes mises en œuvre pour rassurer les médias et les parties prenantes. Elle intervient lorsqu'une organisation est confrontée à de graves accusations pour son image, à une catastrophe ou à un dysfonctionnement entraînant des dommages inhabituels. Ou simplement lorsqu'elle est indirectement mise en cause par un accident ou une crise extérieure touchant des personnes dont elle est responsable (membres de son personnel pris en otage à l'étranger, voyageurs pris dans une catastrophe naturelle...).

Communication publique

Délicat euphémisme pour lobbying.



Communication

Concept aussi difficile à définir qu'information. Le verbe communiquer est transitif et intransitif, et l'on peut communiquer quelque chose ou communiquer tout court. Selon le cas, la communication renvoie à la transmission de ou à la relation avec, voire à l'expression de soi. Les activités économiques liées à la manipulation de signes et symboles, les techniques de conservation et de consultation des savoirs, la place des médias dans les relations entre les hommes, les valeurs dominantes dans nos sociétés, négociation et séduction, voilà au moins quatre niveaux de réalité différents que recouvre la catégorie de la communication.

Communications électroniques

Suivant la loi du 9 Juillet 2004 « *On entend par communications électroniques les émissions, transmissions, ou réceptions de signes, de signaux, d'écrits, d'images ou de sons par voies électromagnétiques* ».

Conflit informationnel

Pratiques par lesquelles un groupe vise à la suprématie sur un autre par le contrôle, la modification ou la destruction de ses savoirs et de ses voies et moyens d'information. Son champ recouvre tout usage l'information, entendue comme bien immatériel, mémorisable, inscriptible et reproductible pour infliger un dommage, exercer une force ou acquérir un avantage contre le gré de l'autre.



Conflit

Relation consciente et contradictoire entre individus ou groupes où chacun cherche à vaincre la résistance de la volonté de l'autre et à obtenir de lui un renoncement durable, éventuellement par la violence physique, voire par la suppression de l'adversaire.

Conformisme

Tendance largement renforcée par l'influence sociale à penser et agir comme son groupe d'appartenance ou comme ce que l'on perçoit comme sa norme.

Conspirationnisme

Théorie largement utilisée en propagande et attribuant à des complots de groupes secrets des événements négatifs.

Contrôle (société de)

Notion que Gilles Deleuze oppose à celle de sociétés disciplinaires : " Les sociétés disciplinaires ont deux pôles : la signature qui indique l'individu, et le nombre ou numéro matricule qui indique sa position dans la masse.(...) Dans les sociétés de contrôle, au contraire, l'essentiel n'est plus une signature ou un nombre, mais un chiffre : le chiffre est un mot de passe, tandis que les sociétés disciplinaires sont réglées par des mots d'ordre. " (in Pourparlers 1990).





Convergence

Une des caractéristiques de l'évolution technique, qui se manifeste aujourd'hui par la fusion de l'informatique, des télécommunications et de l'audiovisuel.

Cyber

Issu de la science-fiction, l'adjectif est devenu préfixe pour qualifier les objets, lieux ou événements liés de près ou de loin à Internet. On parle ainsi de cyberspace, cyberculture, cyberpunk...

Cyberspace

Métaphore désignant le domaine des interactions entre données et réseaux et accessible par ordinateurs, puis au sens large le monde global de tous les ordinateurs et système connectés par Internet.

Cyberterrorisme

Attaque délibérée par un adversaire militaire ou civil, organisation ou particulier, contre les systèmes informatiques cruciaux d'un pays pour les contrôler ou les rendre inefficients. Existe surtout sur le papier



D

Déception

En terminologie militaire mesure de tromperie, trucage, falsification, mise en scène. Elle est destinée à amener l'adversaire à agir de façon préjudiciable à ses propres intérêts. Repris dans le vocabulaire économique.

Dématérialisation

Jamais totale (même sur Internet), la dématérialisation désigne l'allégement et la mobilité croissante des supports d'inscription, la mutation des traces et la rupture des contacts physiques autrefois liés à l'échange. On parle ainsi d'économie « de l'immatériel » pour désigner une forme historique où le changement technologique, la recherche perpétuelle, l'utilisation intensive des Technologies de l'Information et de la Communication, l'image de marque, la capacité de susciter l'engouement du public sont des valeurs économiques beaucoup plus importantes que la possession de « choses » (champs, usines, territoires, grosse machines, structure lourde...).

Désinformation

Mot se prêtant à un usage abusif, surtout lorsqu'il finit par désigner toute opinion diffusée par les médias et que l'on croit fausse ou biaisée. La désinformation consiste à propager délibérément des informations fausses pour influencer une opinion et affaiblir un adversaire.





Diplomatie publique (*public diplomacy*)

L'action visant à « promouvoir l'intérêt national des États-Unis par la compréhension, l'information et l'influence des publics étrangers », donc en agissant par-dessus la tête des États et des gouvernements. Cette expression recouvre à la fois les activités de « guerre culturelle » menée par la CIA pendant la guerre froide, les actions de l'United States Information Agency pour « promouvoir » l'image des USA, les radios et télévisions destinées aux opinions non-américaines (Voice of America étant la plus célèbre).

Dissonance cognitive

C'est le processus par lequel un sujet a tendance à modifier ses opinions et attitudes afin de les mettre en harmonie, comme à moindre coût, avec ses autres opinions, notamment avec celles qu'il professe en accord avec son groupe social. Tout ce qui touche au conformisme, à l'effet de groupe, à l'idéologie au sens large (au sens où, comme le disait Althusser, il y a idéologie quand les réponses précèdent les questions) encourage et exploite des biais cognitifs.

Données

Toute représentation de faits, d'idées ou d'instructions de manière formalisée permettant sa communication, son traitement ou son stockage par un cerveau humain ou artificiel.



E

École de Francfort

Philosophes, sociologues et psychologues allemands proches du marxisme et réunis dans les années 20 autour de l'Institut de recherche sociale de Francfort. Elle est liée au nom de philosophes influents comme Adorno, Horkheimer, Marcuse, Reich, Benjamin, Fromm... qui se sont tous à un degré ou à un autre penchés sur la question de la manipulation des masses, des industries culturelles et du maintien de l'idéologie dominante au quotidien.

En ligne

Synonyme de « sur le réseau ». On trouve des boutiques en ligne, des romans en ligne, des magazines en ligne...

Ennemi

Le Grec séparait *extros* ennemi particulier de *polemos*, celui envers qui il peut être fait appel à la guerre et plus seulement à la lutte ; le latin distinguait l'*inimicus* privé (contraire de l'ami et donc non-aimé) de l'*hostis* (qui en même temps pourrait être l'hôte, voire demain l'allié). La langue française ignore la nuance, mais la tradition philosophique et juridique connaît cette distinction.





bdc
Base de Connaissance

Éristique

Art du débat ou de la controverse.





G

Gestion de crise

La notion de gestion des crises – appliquée aussi bien dans les relations internationales que dans les affaires – suppose que, le risque-zéro étant un mythe, il faut se doter de méthodes et structures les plus adaptées pour maîtriser au mieux les crises pendant, mais aussi avant et après.

Gestion des connaissances

L'ensemble des techniques visant à faire le meilleur usage possible des savoirs dans une organisation, comme une entreprise.

Guerre classique ou « clausewitzienne »

Les experts sont donc d'accord pour proclamer la disparition de la guerre classique dite « trinitaire » qui suit le schéma : a) des entités souveraines représentées par les autorités politiques décident de la guerre en fonction d'un objectif et d'un désaccord politiques, puis b) des professionnels de la violence, les armées, tentent de réaliser cet objectif politique par la force c) les civils subissent et si possible s'enthousiasment pour leur juste cause. Hors cela, si des groupes en armes se battent, cela est censé être une guerre civile, pour s'emparer du pouvoir d'État, ou de la criminalité (violence privée que l'État souverain a pour fonction de maîtriser).



Guerre de l'image

Toute guerre suppose le recours à des images. Elle mobilise des symboles de la nation ou de la communauté et produit souvent des représentations esthétisées qui exaltent les héros d'un camp, leurs morts et leurs victoires (monuments, cénotaphes, tableaux martiaux...). La propagande au XXe siècle mobilisa des images réalistes, depuis des photos truquées jusqu'aux films, pour incarner les symboles du bien et du mal et pour entraîner les foules. Mais au sens moderne, la guerre de l'image consiste à faire répandre par les médias des images fixes ou animées qui, soit contribuent à diaboliser, discréditer ou déstabiliser l'adversaire, soit qui exaltent ses propres partisans et aident à recruter. Très souvent la guerre des images consiste à montrer des « bons cadavres », ceux que fait l'Autre et qui feront horreur à l'opinion mondiale.

Guerre de l'information

Toute activité destinée à acquérir données et connaissances (et à en priver l'adversaire) dans une finalité stratégique, soit en s'attaquant à ses systèmes (vecteurs et moyens de traitement de l'information), soit en jouant sur le contenu, en visant une domination informationnelle. Sous son aspect offensif : toute opération recourant à la rumeur, à la propagande, à un virus informatique qui corrompt ou détourne le flux des informations ou données d'un adversaire qu'il soit un État, une armée, une entité politique ou économique...

Guerre économique

Désignation métaphorique des méthodes d'attaque et de défense auxquelles sont confrontées les entreprises dans la compétition économique mondiale.





Guerre électronique

Terminologie militaire, utilisation guerrière du spectre électromagnétique, de l'interception et de l'identification des émissions électromagnétiques à l'emploi de cette énergie pour altérer les systèmes de communication ennemis.

Guerre psychologique

Terminologie militaire un peu datée désignant les moyens d'influencer l'opinion, les sentiments et comportements d'éléments adverses pour les modifier dans un sens de la réalisation de ses objectifs militaires.

Guerre

Conflit armé, collectif, organisé et durable. Dans la mesure où les guerres tendent à prendre, du côté des forts la forme d'interventions « de maintien de la paix » plus ou moins policières ou judiciaires, et, du côté des faibles, celle de guerre chaotique, guérillas, guerres mi-civiles, mi-ethniques, mieux vaut oublier la vision « classique » de la guerre en uniforme entre États Nations se déclarant la guerre et signant la paix.



bdc
Base de Connaissance

H

Hoax

Faux bruit sur Internet, sorte de canular électronique ou légende se répandant par courrier électronique, groupes de discussion et parfois repris par des sites ou des médias classiques.





Idéologies

Définition banale de l'idéologie : fumées (idées de l'autre), utopies, délires, rêverie, idées contre réalité...

Définition chic : représentation du monde apparemment rationnelle (mais partielle et faussée) que se font des acteurs en fonction de leur position et de leurs intérêts (notion qui permet d'expliquer pourquoi l'idéologie dominante, o surprise, domine les médias). Rappel : "une" idéologie, ça n'existe pas. Mais il y a des idéologies, des systèmes d'idées polémiques traduisant des évaluations et visant à des effets concrets ; ils se heurtent à d'autres idéologies ».

Influence

Stratégie indirecte visant à obtenir d'autrui un assentiment ou un comportement, soit par le prestige de son image, soit par une forme quelconque de persuasion ou de « formatage » des critères de jugement, soit, enfin, par la médiation d'alliés ou de réseaux.



Infodominance ou dominance informationnelle

Au sens tactique, strictement militaire : moyens essentiellement technologiques de connaître les forces adverses et l'environnement et désorienter *l'Autre* par l'acquisition, la rétention ou l'altération de données, tout en coordonnant instantanément ses propres forces. Donc supériorité en termes de savoir débouchant sur la maîtrise de l'espace (ubiquité), du temps (instantanéité) et des forces (« projetables » en tout lieu).

Infoguerre

De l'anglais *infowar*, lutte pour le contrôle de l'information, visant notamment à dégrader les informations et fonctions informationnelles adverses pour pervertir son système de décision. Cette notion, encore mal précisée du fait de ses usages civils et militaires, semble souvent recouvrir toute forme d'agression via Internet et les systèmes informatiques. Certains distinguent même trois degrés : les sabotages d'infrastructures (électriques, de télécommunications, bancaires,...) aboutissant notamment à un « déni de service » (paralysie), la guerre psychologique via des données informatiques (p. e. « pourrir » la vie d'un individu en faussant les données qui le concernent), et enfin la guerre politique consistant surtout en dissémination de rumeurs via Internet.



Information

Concept qui pose plus de problème qu'il n'en résout puisqu'il recouvre à la fois des données qui se stockent quelque part sur un support ou se transportent, des « nouvelles » (des récits ou descriptions de la réalité qui sont nouveaux et surprenants à un degré ou à un autre pour le destinataire), des messages qui sont délivrés par moyen de communication à travers l'espace et de transmission à travers le temps, et enfin des informations devenues des connaissances dans le cerveau de quelqu'un, contextualisées, reliées à d'autres informations, faisant sens..., donc un vrai savoir.

Infostratégie

L'étude des conflits (modalités, occurrences, motivations et finalités) liés aux systèmes de transmission et communication dans la société dite de l'information. Le champ de l'infostratégie peut se définir comme l'étude des invariants et des changements régissant les rapports entre conflit et information.

Intelligence collective

Le terme s'interprète à deux niveaux. Tout d'abord : les communautés virtuelles ou des groupes voués à la solution de tâches en commun ou à la maîtrise de connaissances peuvent progresser par des pratiques d'intelligence collective facilitées par des technologies en réseau. À un niveau plus général, l'intelligence collective se confond quasiment avec la dimension culturelle de la condition humaine ; certains parlent du développement de l'intelligence collective, notamment grâce aux TIC, comme d'un idéal historique.



Intelligence compétitive

Techniques de gestion des sources ouvertes d'information pour s'assurer un avantage par rapport à la concurrence en intelligence économique.

Intelligence économique

Ensemble des actions coordonnées de recherche, de traitement, de distribution et de protection de l'information utile aux acteurs économiques et obtenue légalement (Commissariat général du plan). Trois fonctions majeures la caractérisent : la maîtrise du patrimoine scientifique et technologique, la détection des menaces et des opportunités, l'élaboration de stratégies d'influence au service de l'intérêt national et-ou de l'entreprise.

Intelligence stratégique

Ensemble des méthodes destinées à éclairer la réalité (mieux connaître les dangers et opportunités de la configuration) et découvrir les projets et les ressources des acteurs dans une situation de compétition ou de conflit dépasse la simple veille chère à l'intelligence économique ou le « renseignement » aux connotations sulfureuses (espionnage, surveillance électroniques...). Elle suppose le traitement des informations pour en faire des facteurs de décision, comme le recours à l'influence pour changer le rapport de force et peut être politique, militaire, diplomatique...



L

Leader d'opinion

Initialement, membre d'un groupe social exerçant une certaine influence, moins du fait de son prestige ou de ses compétences reconnues, que de sa capacité de transmettre au groupe les informations et de traduire l'intérêt ou l'interprétation dominants. Le terme a pris le sens de quiconque est autorisé à exprimer une opinion à travers les médias ou est généralement suivi dans ses choix par un groupe de personnes (comme les « e-influents » dont l'opinion compte beaucoup sur Internet).

Lobby

Groupe d'intérêts (économique, identitaires, éthiques, idéologiques...) cherchant à obtenir certaines décisions de la puissance publique ou sociétés spécialisées dans la communication et la négociation se chargeant professionnellement de cette tâche pour les premiers.

Lobbying

Techniques d'approche, contact, fourniture d'informations sélectionnées, expression de demandes et revendications, persuasion, négociation discrète et parfois aussi de corruption s'adressant aux détenteurs d'autorité.



M

Management de la perception

Expression à la mode il y a quelques années dans les milieux du renseignement US : technique consistant non pas à mentir ou à faire de la propagande stricto sensu, mais à s'assurer que la cible reçoit des informations (au sens de nouvelles) qui convergent toutes dans le sens politique souhaité.

Manipulation

Fait de présenter des informations de façon à susciter une réaction prévisible et souhaitée chez le destinataire. Concept fourre-tout à employer avec précaution : on risque d'attribuer toute réaction que l'on désapprouve (dans l'opinion en général ou un groupe en particulier) à l'action délibérée et invisible de techniques obtenant traîtreusement un acquiescement que ne donnerait pas un citoyen raisonnable et bien informé.

Manufactures du consensus ou fabrique du consentement

De l'anglais *manufacturing consent*, expression employée par W. Lippmann et reprise par Noam Chomsky pour désigner la fonction idéologique des médias comme instruments d'apaisement social et fourriers du conformisme de masses.



Marketing politique

Application aux élections (ou à la gestion de l'opinion publique) des méthodes commerciales d'étude des attentes des populations, d'amélioration de l'image de marque du candidat (ou du pouvoir) et de communication persuasive et séductrice, le plus souvent via les médias.

Mass media

Mot hybride d'anglais et de latin Appareils de diffusion d'information, construits sur le modèle « un-tous », apparus avec les rotatives : presse grand public, radio, télévision. Vecteurs de messages reproduits ou propagés en masse.

Médias

Moyens de diffusion, de distribution ou de transmission de signaux porteurs de messages écrits, sonores, visuels (presse, cinéma, radiodiffusion, télédiffusion, vidéographie, télédistribution, télématique, télécommunication,..). Dans l'usage courant, le terme média recouvre des réalités différentes : des formes culturelles d'expression, comme le cinéma, la publicité, la navigation sur Internet, des institutions et organisations (la presse, les journalistes...), des moyens de conservation et de transport des signaux (des ondes, des câbles, des pellicules), des techniques (des outils et machines à communiquer comme une caméra ou un téléphone,) plus des opérations effectuées par des individus dotés de compétences spécifiques (monter, filmer, taper sur un clavier...), des usages, pratiques et attitudes (le fait que des individus écoutent un baladeur ou regardent la télévision), des codes qui s'enchevêtrent souvent (code filmique, code linguistique, code numérique).



Médiasphère

Milieu technique déterminant un certain rapport à l'espace (transport) et au temps (transmission). Se décline en logosphère, graphosphère, vidéosphère, hypersphère pour désigner un monde dominé par l'oral, l'imprimé, la télévision ou le numérique.... Chaque médiasphère s'équilibre autour d'un médium dominant (la voix, l'imprimé, l'image-son).

Médiologie

Néologisme récent (1979) dû à Régis Debray. Il désigne des études qui traitent des fonctions sociales supérieures (religion, politique, mentalités, idéologies.) dans leurs rapports avec les structures techniques de transmission et de transport (matériaux, supports, vecteurs de communication) et avec les formes institutionnelles.

Mésinformation

Toute situation où le sujet n'accède au degré de connaissance de la réalité auquel il pourrait prétendre au regard de ses sources d'information... Une altération physique de données peut nous mésinformer comme en cas de mauvaise réception ou de conservation défectueuse de signaux,... La mésinformation peut résulter de nos rapports avec nos «sources d'information », médias ou réseaux humains dont nous proviennent des « nouvelles », donc des énoncés relatant des événements. Une troisième forme de mésinformation est la conséquence des mille façons dont les individus (et à plus forte raison ces individus collectifs que sont les organisations et bureaucraties) interprètent le réel pour le réduire au connu, au prévisible ou au souhaitable.



Message terroriste

Soit l'hypothèse que le terrorisme est message délivré à travers un ravage : il doit proclamer, désigner, réclamer et émaner. Proclamer ? implicitement, il énonce une thèse (le règne de Dieu est proche, les jours des puissants sont comptés, il faut faire la Révolution...). Désigner ? Le message (attentat, revendication) s'adresse à ceux qui doivent en pâtir (les oppresseurs, les occupants...) Et à ceux qui doivent le reprendre à leur compte (les « opprimés »). Réclamer ? Discours pour faire (ou pour faire faire), le terrorisme exprime une demande directe (répondez à nos revendications) ou indirecte (montrez votre vrai visage).



N

Novlangue

Langue imposée par Big Brother dans le roman d'Orwell 1984 et destinée à paralyser la pensée critique. Par extension, synonyme de langue idéologique figée que ses partisans parlent tous de manière figée et prévisible.

NTIC

Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (certains suppriment le « Nouvelles » et disent TIC) l'ensemble des médias qui sont nés dans la décennie 1970, du rapprochement entre la radiotélévision et les télécommunications, via le câble et le satellite, puis dans les années 1980, du rapprochement entre les télécommunications et l'informatique, c'est-à-dire la télématique et le service en ligne, et enfin, depuis 1990, de la convergence entre l'audiovisuel, l'informatique et les télécommunications ; on parlera alors du multimédia en ligne et hors-ligne. On parle aussi de nouveaux médias, issus du rapprochement des techniques de l'informatique, de la télécommunication et de l'audiovisuel.



O

ONG

Organisation non gouvernementale, personne morale à but non-lucratif soucieuse de l'intérêt public, mais ne dépendant ni de l'État, ni d'Organisations Intergouvernementales.

Organisations matérialisées

En médiologie, corps collectif organisé en vue de la transmission et mobilisant de la « matière organisée », des appareillage comme les médias.



P

Panoptisme

Concept militaire adopté par des gens qui n'ont jamais lu Bentham ou Foucault : la capacité de surveiller la planète pour éventuellement punir d'éventuels États voyous (*Rogue States*), délinquants, purificateurs, ethniques, mafieux troublant le nouvel ordre mondial.

Partie prenante (traduction du stakeholder anglais)

Au sens étroit : ceux qui contribuent directement ou pas à la capacité de créer de la valeur de l'entreprise et en retirent un gain ou un risque. Au sens large : toute personne ou entité concernée par l'action d'une entreprise : employés, actionnaires, clients, fournisseurs, administrations, mais aussi ONG ou associations susceptibles de juger cette entreprise (d'une association de riverains d'une usine à une autorité morale s'exprimant sur l'industrie en général).

Pensée de groupe

Traduction de Groupthink, tendance au sein d'un groupe à rechercher le consensus et la cohérence, souvent au détriment de l'efficacité de la décision ou de la cohérence des opinions avec la réalité.



Persuasion

Processus délibéré visant à faire accepter une proposition pour vraie, ou pour désirable par quelqu'un, voire à l'amener à se comporter de la façon souhaitée. Depuis la rhétorique des Grecs, on tente de produire cet effet par des méthodes scientifiques.

Préemptive (guerre préemptive)

Concept stratégique U.S. adopté un an après le 11 Septembre et visant à justifier des frappes contre un État Voyou qui présenterait un danger grave et imminent. Le but de la « préemption » est de lutter contre les trois T : terrorisme, tyrannie et technologie dangereuse (celle des armes de destruction massive qui pourraient proliférer et circuler entre groupes terroristes et États Voyous). Elle comporte un aspect « incapacitant » (la frappe est censée supprimer les armes du crime futur, les A.D.M) et un aspect dissuasif (faire peur aux partisans des trois T, montrer la résolution des États- Unis).

Propagande par le fait

Notion héritée des révolutionnaires russes dans les années 1870 et abusivement réduite aux attentats nihilistes : volonté de propager l'idée anarchiste par les actes exemplaires de révolte et non par les paroles.



Propagande

Toutes les informations, idées, doctrines, appels, communiqués pour influencer l'opinion, les émotions, les attitudes ou le comportement de tout groupe particulier dans le dessein d'obtenir un bénéfice direct ou indirect (Définition officielle de l'OTAN). Pour nous : moyens de faire croire une communauté en un contenu idéologique dans le cadre d'un conflit avec une autre communauté et d'autres croyances.

Propagandes silencieuses

Expression inventée par Ignacio Ramonet pour désigner le contenu idéologique (forcément favorable à l'ordre établi) des industries culturelles et de la publicité.

Psychagogia

Littéralement conduite de l'âme, selon Platon, la bonne version de la rhétorique, celle qui conduirait l'âme vers le mieux par l'usage des mots.

Psychologie sociale

Discipline étudiant l'influence des processus cognitifs et sociaux sur les relations interpersonnelles et, plus généralement, les interactions entre social et psychologique. Elle s'intéresse particulièrement à l'influence sociale.



bdc
Base de Connaissance

Psyops (Psychological operations)

En terminologie militaire américaine : actions politiques, militaires, économiques et idéologiques destinées à créer sur une opinion neutre, amicale ou non hostile, des attitudes émotionnelles ou comportements favorables aux objectifs visés.





R

Réseaux

Ensemble de nœuds de circulation (d'énergie, d'informations, d'argent, de drogue,...) reliés par des connexions plus ou moins stables et explicites. Mode de relation représentable des lignes entrelacées comme voie d'accès pour des flux.

Responsabilité sociale des entreprises (RSE)

Prise en compte de l'impact social, écologique, moral des entreprises et de leur interaction avec les parties prenantes ou la société où elle exerce son activité en général. Par exemple : prise en compte des critères du « Global compact » (Pacte Mondial) de l'Onu demandant aux entreprises de mettre en œuvre dix principes généraux en matière d'environnement, de droits de l'homme et de droit du travail.

Rhétorique

Technique de l'art oratoire ayant tantôt le sens de « bien parler » (au sens de faire des discours admirés et émouvants), tantôt le sens plus précis d'un art de persuader par les mots (discours ou écrits). Les sémiologues parlent même d'une rhétorique de l'image (à propos par exemple de la publicité) pour désigner sa capacité de nous convaincre.



RMA (Révolution dans les affaires militaires)

Transformations dans la conduite de la guerre résultant sur le plan instrumental, stratégique, organisationnel et doctrinal des progrès des technologies de l'information.

Rumeur

Souvent présentée comme « le plus vieux média du monde » puisque le bouche-à-oreille, le cancan, le potin, le commérage, le bruit, souvent la médisance seraient nés avec le langage. Au sens strict, elle doit porter sur l'énoncé d'un fait (« X a fait Y », « en réalité Z a fait ceci pour tel motif caché », « il existe tel risque qu'on nous dissimule ») et non d'une simple opinion, même injurieuse sur une œuvre, une réalisation ou un individu (« c'est nul » ou « Machin est un salaud »).



S

Secret

Une information que son détenteur rend délibérément inaccessible.

Société de l'information

Expression assez largement acceptée, en dépit ou grâce à son flou, apparue au tout début des années 80. Signifie suivant le contexte : a) Société où une part croissante de la valeur économique résulte de la production, de la distribution et de la demande de données, images ou symboles b) Société où les machines et dispositifs informationnels se multiplient, et où chacun est confronté sans cesse à un nombre de messages sans commune mesure avec ce qu'ont connu les générations précédentes c) Société dont le destin serait lié au développement téléologique d'une sorte de principe historique du nom d'information, par contraste avec les sociétés agraires ou industrielles, phase radieuse de l'histoire de l'espèce.

Soft power

« Le pouvoir doux » d'amener la planète à adopter le modèle de la société démocratique et mondialisée du marché et de l'information. Se sentant investis de la mission historique de " façonner la mondialisation " (*monitoring the globalization*), c'est-à-dire de faciliter par tous les moyens économiques, culturels, diplomatiques (et très accessoirement militaires) la transition vers cet état heureux, les géostratèges U.S. déclaraient que la notion d'ami et d'ennemi était " obsolète ».





Sophiste

Membre d'une école de penseurs et orateurs grecs autour du Ve siècle, et par extension (et par contamination avec les sens très péjoratif que lui donne Platon) habile manipulateur de concepts flous et d'arguments spécieux capable de démontrer indifféremment le vrai ou le faux de façon pseudo-logique. On parle également en philosophie d'une « seconde sophistique » du IIe siècle beaucoup plus orientée sur l'art de bien parler donc sur la rhétorique.

Spin Doctors

(de *to spin* : donner une pichenette, pousser). Surnom des spécialistes de la communication, de plus en plus employés en cas de conflit, pour « vendre » la guerre comme du yaourt à l'opinion et de façon plus générale pour manipuler les médias.

Stratagème

Au sens militaire, recette, façon de disposer les apparences (de la réalité, de ses propres intentions, du rapport de force) de façon à pousser l'adversaire à la faute. Au sens large méthode pour parvenir indirectement et secrètement à ses fins en trompant autrui.

Stratégie

Art de diriger des forces et des informations dans une relation dialectique et conflictuelle, dont l'issue est en principe la victoire d'un des acteurs.



bdc
Base de Connaissance

Surinformation

Situation que chacun peut éprouver quotidiennement, résultant de la surabondance de données disponibles, au point où leur utilisateur ne peut plus en retirer une connaissance pertinente. Selon la formule célèbre « trop d'information tue l'information ».





T

Technique

Toute utilisation de moyens, recettes et instruments concrets, par lesquels nous modifions notre environnement conformément à nos buts.

Technologie

Anglicisme, superlatif savant de technique, pour désigner les techniques et systèmes techniques les plus récents.

Temps de cerveau humain

Valeur économique. Notre faculté d'attention étant limitée, on peut « créer de la valeur » en dirigeant l'attention de consommateurs sur des publicités ou des formes de spectacle dont la consommation présente un intérêt pour un acteur économique. Le négoce du temps de cerveau humain est souvent la rançon d'une économie que l'on dit de la gratuité.



Terrorisme

Le mot terrorisme n'est employé que par ses adversaires pour disqualifier une violence politique illégitime. Si, exceptionnellement, quelqu'un se reconnaît « terroriste », c'est toujours pour comparer son terrorisme à un autre plus puissant et pire encore qui le provoque et le justifie. Méthode de combat asymétrique du « faible », le terrorisme est aussi et surtout une forme bizarre de « communication ». Dans ce but, il recourt à des actions, notamment les attentats, qui sont pour lui presque des « performances » investies par leurs auteurs d'une richesse de sens : ainsi la victime du terrorisme « représente » le système honni, l'attentat « prouve » que nul n'est à l'abri, ou encore, il « annonce » la contagion de la révolte. La cible matériellement touchée n'est jamais l'objectif ultime visé, ni la signification totale symbolisée.

Think Tanks

Cette expression – qui signifie littéralement « réservoir à pensée » – désigne des centres de recherche de droit privé à but non-lucratif, Ils agitent les idées dans le domaine politique, économique, stratégique, écologique et font des propositions dont ils assurent la promotion. Ce type d'institutions joue un rôle crucial dans le monde anglo-saxon et surtout américain, d'où l'habitude d'employer cette expression anglaise.

Trolling

Discussion interminable, controverse qui s'enlise et agace les autres utilisateurs, par exemple sur un forum.



W

Warblog

Blog consacré à la guerre dont le plus célèbre est celui de l'irakien Pax Salam.

Web (World Wide Web)

En français: la toile d'araignée mondiale. Une métaphore souvent employée : un filet tendu sur la planète, dont chaque maille serait un ordinateur et chaque fil une ligne de téléphone.

Web 2.0

Présenté par les uns comme un concept marketing, par les autres comme une révolution (la combienième ?), le Web 2.0 est de l'avis même de ses inventeurs une notion vague et changeante. Des réalités technologiques qui rencontrent des usages sociaux avec des enjeux économiques en arrière-plan. On regroupe généralement sous l'étiquette Web 2.0 : les blogs, les tags et les nuages de tags (mots clés d'un site indiqués par ses visiteurs), les sites de « réseaux sociaux » comme Myface, les « folksonomys » (classification par les internautes), les Wikis (sites ou encyclopédies où chacun peut participer), les systèmes de syndication qui permet de reprendre sur un site une partie d'un autre site, les sites ou dispositifs de recommandation, les sites de partage de vidéo, de textes, de liens ou de musique, les sites de journalisme citoyen...





Z

Zone d'influence

Territoire sur lequel un État n'exerce pas formellement de souveraineté, mais où il attend un comportement conforme à ses intérêts des dirigeants et de la population. Au sens le plus fort : aire territoriale où il considère avoir le droit d'intervenir, secrètement ou pas, sans rencontrer d'opposition locale.