

Le Pouvoir de l'Information

mutations et constances

BOUMAIZA Said *

Parler du pouvoir de l'information est une tâche difficile, eu égard à la complexité du phénomène et sa grande étendue.

Cette difficulté, nous dicte la tenue à quelques aspects de la problématique que pose le pouvoir de l'information dans la société d'aujourd'hui.

Ces aspects se limitent à mettre en évidence :

La nature du pouvoir de l'information ; qui détient ce pouvoir ? La légitimité de ce pouvoir (implicitement comprise dans l'étymologie du mot) ; et, enfin, comment ce pouvoir est-il exercé ?

Mais avant d'aller dans le vif du sujet, il faut d'abord préciser le sens que nous allons donner à l'information, et en suite, situer l'information dans le contexte des grandes mutations qu'a connu le monde de la communication pendant ces dernières décennies.

1. La notion de l'information

Dans le langage moderne, le terme information, selon Jean Marie Auby et Robert Ducos - Ader, comporte des significations variées et assez hétérogènes.

Le terme information est utilisé, dans la terminologie juridique, économique, cybernétique ou stratégique.

Le terme s'applique également aux nouvelles, aux renseignements donnés par les moyens d'information, (journaux, télévision, radio etc....)

La signification adaptée ici se rattache à cette dernière acceptation. On entendra ainsi par information, comme le soulignent les deux auteurs cités ci-dessus : « l'action consistant à porter à la connaissance d'un public certains faits ou opinions à l'aide de procédés visuels ou auditifs comportant des messages intelligibles pour ce public ». ⁽¹⁾

L'information est également le résultat de cette action sur ses destinataires. Et, c'est là que réside le pouvoir de l'information.

2. Tendances dans la communication du monde

Il nous serait utile de situer notre problématique dans un contexte plus large, et cela, dans le but de mieux saisir la portée du pouvoir de l'information.

Ce contexte est celui des grandes mutations qu'a connu le secteur de l'information et de la communication au courant de ces deux dernières décennies, des bouleversements issus d'un processus à quatre dimensions, comme le montre Cees Hamelink⁽²⁾, à savoir la numérisation, la consolidation. La déréglementation, et la globalisation.

Nous essayons, donc, d'expliquer très brièvement la signification de chaque tendance. Celles-ci sont fondamentales dans l'évolution du secteur de l'information. Nous devons signaler au préalable que ces quatre tendances sont

intimement liées entre elles, et naturellement, influentes sur les vies des gens à travers la planète.

2 - 1 - La numérisation : indique, tout simplement, que la technologie pour le traitement et la transmission de l'information a commencé à employer le même langage. Celui - ci est le code binaire du langage de l'ordinateur. Ce langage numérique facilite la convergence des ordinateurs, des télécommunications, des technologies des bureaux et des équipements audio- visuels électroniques.

Cette intégration numérique offre la rapidité, la flexibilité, et à des coûts moins chers. Il faut souligner que la numérisation, en réalité, est une réponse à la demande des grands opérateurs qui en avaient besoin des autoroutes de l'information avancées, larges, fiables, flexibles, et abordables.

Ces opérateurs, les sociétés transnationales, vont, donc, exercer des pressions politiques sur plusieurs pays pour qu'ils dérèglementent les marchés de la communication.

Il faut noter que l'investissement dans le développement numérique est très onéreux pour la plupart des opérateurs, excepté quelques puissances financières. A titre d'exemple, le coût de la recherche dans le domaine du numérique, de 1984 à 1991 est passé de 1 milliard de dollar US à 3 milliards de dollar US.

La conséquence suivante à trait aux questions politiques et économiques concernant l'accès, le contrôle et les frais. C'est là que réside un des aspects du pouvoir de l'information et de la communication.

2 - 2 - La consolidation : indique certaines cessions, rachats et échanges d'unités médiatiques, le tout conduisant à une concentration accrue de le

propriété des moyens de l'information et de la communication entre quelques mains, qui contrôlent le marché, par ailleurs, la consolidation englobe, en ce moment, des alliances entre le secteur de l'information et de la communication et d'autres secteurs de l'économie, tels que les banques, les assurances, l'industrie pharmaceutique, l'immobilier, le software biotechnologique, etc....

Donc, c'est un phénomène "d'oligopolisation" dans le domaine de l'information et de la communication que nous constatons. C'est l'émergence de méga - industries qui combinent la production des programmes, les systèmes de distribution et les équipements de réception. Le résultat de ce processus a un impact considérable sur la politique, l'économie et la culture, de partout dans le monde.

2.3. La déréglementation : pour s'adapter à la nouvelle situation créée par les bouleversements technologiques et économiques, plusieurs pays ont entamé une révision de leurs infrastructures d'information et de communication.

En même temps, leurs gouvernements doivent répondre aux demandes des méga-sociétés, s'ils veulent voir venir des investissements dans leurs pays.

Il faut souligner que le credo de ces méga-sociétés consiste à dire : More Market, Less State, (Plus de Marché, Moins d'Etat), également Globalize the Local, Localize the Global (Globaliser le local, Localiser le Global). Ce credo, à lui seul peut résumer l'essence même de la globalisation.

La déréglementation, un processus né dans les années 80 aux USA, suivi par la Grande Bretagne, la France et puis le reste du monde, consiste dans le retrait de l'Etat de divers secteurs, notamment l'information et la communication. et même le secteur social n'est pas épargné.

La déréglementation veut dire, aussi, la libéralisation des marchés et leurs ouvertures à la concurrence. Cela, permettra aux sociétés transnationales d'avoir plus de concentration et de contrôle des marchés.

2. 4. La globalisation : il faut noter, que le climat politique actuel est très favorable à la déréglementation qui mènera inévitablement vers une globalisation accrue. Celle-ci, dénote simplement, que la production par des méga-sociétés soit, à l'intérieur ou à l'extérieur d'un pays, est destinée à des marchés globaux.

Voilà donc les changements technologiques et économiques qui ont bouleversé le monde de l'information et de la communication. C'est dans ce contexte là qu'il faut approcher la question du pouvoir de l'information.

Néanmoins, nous allons utiliser, dorénavant, le terme « presse » au lieu de l'information qui a un sens général et dénote la neutralité. Par contre, le terme presse est plus explicite et a une connotation différente, comme nous allons le découvrir ci-dessous.

D'un autre côté, il est nécessaire de préciser que notre thème concernera, en particulier, un modèle de presse qui se présente comme libéral et démocratique. Bien entendu, ce modèle est celui de la presse écrite et électronique des pays les plus influents de la planète, notamment les Etats-Unis d'Amérique, la France et le Royaume Uni. Nous allons exclure, sauf cas de nécessité, la presse dans les pays en voie de développement pour des raisons trop évidentes qui rendent son influence sur la scène internationale quasi-inexistante.

3. La nature du pouvoir de la presse

Il est nécessaire de souligner que l'importance de la presse découle essentiellement de son contenu informationnel, qui :

a- A rapport avec les luttes politiques, les concepts de démocratie de liberté, des questions politiques, sociales et économiques prévalant au niveau d'une seule société, ou bien au niveau international.

b- La presse constitue une source principale d'information pour les différents publics.

c- La presse peut exercer le formatage des esprits par le biais de la désinformation, la propagande, la censure, et créer, éventuellement, une pensée commune.

d- La presse est supposée jouer le rôle de chien de garde concernant les activités de gouvernement, et cela pourrait lui permettre de faire et de défaire des gouvernements, dans les pays démocratiques.

Donc, c'est à cause de ces attributs qu'on a tendance à qualifier la presse de « quatrième pouvoir ». D'autant plus, que cette qualification pourrait se justifier, aussi, par le fait que : celui qui contrôle l'information, contrôle les esprits.

5 - Qui détient le pouvoir de la presse ?

En réponse à cette question, d'aucuns pourraient dire que le pouvoir de la presse est entre les mains des professionnels de la corporation notamment les journalistes. Mais la réalité, selon beaucoup de chercheurs dans le domaine, nous indique que le vrai pouvoir de la presse est entre les mains de ceux qui la possèdent.

Pour illustrer notre propos, nous devons signaler que jusqu'à une période récente la propriété de la presse écrite se distinguait par sa diversité et la plupart des journaux appartenaient à des familles, cela permettait aux divers courants d'opinions d'être représentés. Ce n'est plus le cas aujourd'hui.

La raison, réside dans le bouleversement qu'a connu le monde de l'information et de la communication que nous avons indiqués ci-dessus.

Parmi la tendance des grandes mutations, la concentration illustre le mieux le pouvoir de la presse. A cause de celle-ci, le domaine de l'information et de la communication a vu l'émergence de grands groupes de presse et de groupes multimédia qui constituent de vrais conglomerats tentaculaires.

Ces conglomerats ont pour noms : AOL-Time Warner le premier groupe de communication mondial, dont CNN International fait partie. Cette chaîne qui touche plus de 152 foyers dans le monde et présente dans plus de 212 pays; News Corporation qui est présente dans quatre continents ; Matra Hachette, Havas, et le groupe de presse Socpresse de Hersant, en France, le groupe audiovisuel Berlusconi en Italie et enfin Bertelsmann le conglomerat (presse, audiovisuel et multimédias) le plus important de l'Europe.

Il est important de souligner que nous avons avancé quelques noms de conglomerats de média et de groupes de presse, à titre d'exemple seulement. Et, pour illustrer l'ampleur de l'une des conséquences de cette concentration dans les masses média, nous indiquons la situation suivante : un français sur cinq lit une publication Hersant; trois éditeurs contrôlent à eux seuls deux tiers des titres quotidiens et dominicaux lus au Royaume-Uni; en Australie, Rupert Murdoch, qui est propriétaire de News Corporation, est maître des deux tiers du tirage global de la presse ; Berlusconi est le magnat de l'audio-visuel en Italie ; et Bertelsmann domine les mass médias en Allemagne. Donc nous pourrions dire que le vrai pouvoir des mass média en général, et la presse en particulier est entre

les mains des magnats de ces conglomerats et de groupes de presse, ainsi que les gens qu'ils placent à la tête de leurs entreprises médiatiques, notamment les PDG, les éditeurs et les rédacteurs en chef. ⁽³⁾

Ces magnats de la communication et de l'information cultivent leurs relations au sommet du pouvoir politique, financier, industriel et militaire, et ils n'hésitent pas à faire jouer leurs médias en faveur de leurs idées politiques ou de leurs intérêts économiques.

6 - La presse comme quatrième pouvoir

Partout dans le monde on accorde une grande importance à la presse écrite et électronique et on lui attribue, même la qualification de " quatrième pouvoir". Le slogan, que les professionnels de la corporation journalistique aiment brandir, de temps à autre, pour revaloriser leur profession.

Nous allons examiner ce concept de " quatrième pouvoir" pour voir s'il conserve, toujours, le sens qu'il avait au début de son apparition.

Le concept de " quatrième pouvoir ", qui a été utilisé pour la première fois en Angleterre vers 1828 – selon certains écrits – indiquait, essentiellement, l'indépendance de la presse vis – à – vis de l'Etat, en d'autres termes la presse ne doit pas être propriété de l'Etat, ni contrôlée par ses différents appareils.

La presse, en proclamant cette indépendance voulait avoir la même légitimité qu'avaient les trois autres pouvoirs constitutionnels : l'exécutif, le législatif et le judiciaire. Ainsi, assurera-t-elle une place au sein de la société politique.

Les arguments de la presse, justifiant son ambition, pour obtenir sa légitimité se résument ainsi :

- 1- la presse constitue le lien entre les gouvernants et les gouvernés.
- 2- La presse est plus légitime que le parlement parce qu'elle représente toutes les classes et que les lecteurs de la presse sont plus nombreux que les électeurs.
- 3- La presse informe l'opinion publique qui est, dans un pays démocratique, une protection contre les abus du gouvernement.
- 4- Afin que cette opinion publique joue son rôle, il faudrait que la presse critique et commente les actions du gouvernement, en toute liberté.
- 5- La presse peut aussi garantir son indépendance par le biais de son objectivité.

Cependant, nous constatons, aujourd'hui, que ces arguments manquent de crédibilité et ne sont plus de mise depuis que la presse ait connue cette transformation que nous avons évoqué ci-dessus.

Nous considérons que la presse comme quatrième pouvoir du point de vue : indépendance, objectivité, et la formation d'une opinion publique éclairée et instruite, est en effet, un mythe plus qu'une réalité.

La presse, aujourd'hui, comme l'ont indiqué plusieurs d'observateurs avertis, n'est ni indépendante, ni objective. Ils ajoutent, même, que la presse a «la tête dans le politique et les jambes dans le commerce.»⁽⁴⁾

Nous constatons que la presse, partout dans le monde, manifeste des penchants politiques. Par exemple, des journaux se transforment en tribune à la faveur de l'opposition, et d'autres militent exclusivement à la faveur du gouvernement en place. toutefois, il faut souligner qu'ils existent des journaux indépendants, mais eux aussi peuvent avoir leurs préférences politiques et idéologique

Par ailleurs, la presse est financée par la publicité à raison de 80%, et cela ne lui permet pas d'être insensible aux exigences des annonceurs qui généralement, sont la société transnationale, et parfois affiliées aux même conglomerats et groupes de presse. Egalement, la presse est guidée par une logique commerciale et doit faire face à la concurrence dans le marché, cela influe beaucoup sur son contenu.

7- Comment la presse exerce-t-elle son pouvoir ?

1 - la mise à l'ordre du jour

Une des manières par laquelle la presse exerce son pouvoir sur le public consiste dans sa faculté de mise à l'ordre du jour ; à savoir qu'en choisissant, parmi une multitude de questions, seulement certaines questions à mettre en évidence, à des moments où elles n'ont pas d'importance dans l'esprit du public, celles-ci deviennent alors partie intégrante de l'ordre du jour existant.

Par conséquent, la presse est capable d'ordonner et d'organiser mentalement le monde du public à sa place et de lui dicter à quoi il doit penser. Même, si elle ne réussit pas toujours à dicter aux gens ce qu'ils doivent penser. ⁽⁵⁾

La mise à l'ordre du jour est déterminée par les rédacteurs en chef, qu'on appelle, aussi, " portiers", ces derniers acceptent ou rejettent les nouvelles en fonction de la ligne éditoriale en vigueur, de critères professionnels, et les exigences du marché. Signalons, également, qu'il existe une poignée de rédacteurs portiers qui jouent le même rôle dans les bureaux des agences de presse internationales (AFP, REUTERS, AP) au niveau national, régional et mondial.

Cette capacité de la presse, lui permet de déterminer, par projection et transmission de certaines images et informations, les débats et les discussions

publiques, provoquer le passage aux actes en travaillant l'opinion publique, désigner les gagnants, les perdants, les victimes et les bourreaux. D'un autre côté, la presse évacue de l'espace médiatique tout ce qui ne fait pas partie de son ordre du jour : les idées et les opinions non conformistes, les personnages qui remettent en cause le consensus existant ou dérangent l'establishment. Ce formatage de l'esprit crée, en effet, une pensée commune.

Dans cette perspective, il y a lieu de souligner également un deuxième niveau d'analyse lié à l'hypothèse de la mise à l'ordre du jour. Il s'agit des procédures de cadrage (framing) et de focalisation (priming), développées par Iyengar et Kinder (1987).⁽⁶⁾

A cet égard, le "framing" signifie «le processus par lequel une source définit le problème essentiel caractérisant une question sociale ou politique particulière et met en relief un ensemble de considérations présentées comme ayant trait à la question».⁽⁷⁾ Par conséquent, le "framing" désigne le procédé par lequel on cadre un message d'une certaine manière qui contient quelques associations (entre concepts) et pas d'autres. A titre d'exemple, un message qui décrit les impôts comme une manière de garantir une distribution équitable des revenus pourrait renforcer ou créer une association entre les impôts, l'équité et les revenus. De cette manière, les concepts impôts, revenus et égalité sont cadrés ensemble. Donc le "framing" ou bien le cadrage des messages indique les associations des concepts dans les discours.

A noter que l'idée de "framing" est apparue pour la première fois dans le travail de Goffman's (1974), qui affirmait que l'organisation des messages influent sur les idées et les actes subséquents. A ce propos, Goffman avait

déclarait que « nous classifions et organisons d'une façon active les expériences de nos vies pour leur donner un sens ». ⁽⁸⁾

Par ailleurs, quand les psychologues étudient les effets du "framing", ils soulignent généralement, la relation entre contexte et information comme définissant le sens. ⁽⁹⁾

Quant au concept "priming", il indique le processus du renforcement des effets des medias en offrant aux publics un contexte à priori, un contexte qui va être utilisé pour interpréter les communications ultérieures. Le "priming" nous dicte si quelque chose est bonne ou mauvaise. Ainsi, les médias focalisent sur ce à quoi ressemble un programme d'information, sur ce à quoi ressemble une personne crédible. ⁽¹⁰⁾

C'est ainsi, à travers ces procédés, soit d'une manière délibérée ou non délibérée, que la presse exerce un impact sur les publics, et de cela découle l'un des aspects importants du pouvoir de l'information.

2. La désinformation

Généralement, quand les gens évoquent le pouvoir de la presse, ils lui donnent une connotation négative, qui pourrait signifier la propagande, la manipulation, la désinformation, le parti pris, la mésinformation, etc.

Donc, il me semble, que cette observation justifie l'utilité de notre propos sur la désinformation, qui vise à influencer l'opinion, et de ce point de vue, elle constitue un autre aspect du pouvoir de la presse.

Que signifie la désinformation ? Le terme vient du Russe "dizenformatizya". Il a été utilisé par les soviétiques pour qualifier la propagande capitaliste, pendant la guerre froide.

La désinformation se définit comme étant : «l'action de falsifier ou de supprimer l'information dans le but d'influencer l'opinion publique».⁽¹¹⁾ Le dictionnaire " Le Grand Robert "donne la définition suivante : «l'utilisation des techniques de l'information, notamment de l'information de masse, pour travestir les faits».

Qui a recours à la désinformation ? Tout d'abord, toute la presse du monde n'est pas entièrement objective, que ce soit de manières délibérée ou involontaire, il lui arrive, très souvent de fournir des informations biaisées.

En outre, tous les gouvernements, les partis politiques, les organisations économiques et industrielles, les syndicats, les ONG, et les personnages publics, recourent à la désinformation, soit d'une façon ponctuelle ou systématique.

D'autant plus, que nous vivons dans une ère caractérisée par les guerres d'images et d'informations. Par conséquence, la désinformation par le biais des mass média s'avère redoutable plus que la force des armes. C'est cela qu'à compris le Royaume Uni en utilisant la désinformation, dans sa version moderne, dans la guerre des Malouines.⁽¹²⁾ Le modèle britannique a été suivi par la suite par les alliés dans la guerre du Golf, L'OTAN au Kosovo, les américains en Afghanistan, en Iraq et à présent les israéliens en Palestine occupée.⁽¹³⁾

Le modèle repose sur : le contrôle total de l'information, restriction sévère sur le mouvement des journalistes, censure des images choquantes, une seule source d'information animé par des spécialistes de la communication et de l'information, des communiqués élaborées, etc.

Le but de cette désinformation, évidemment, est de gagner la guerre, l'opinion nationale et internationale.

Il est, peut-être, nécessaire de souligner que la désinformation pourrait paraître acceptable, voir légitime, lorsque l'intérêt de la nation devient un enjeu, par contre, elle ne serait ni acceptable, ni justifiée, si c'est pour servir les intérêts d'un groupe au détriment d'autres.

Il est important de noter que c'est ce dernier genre de désinformation qui est le plus difficile à déceler, surtout dans la presse occidentale.

Parce que la désinformation est, parfois mêlée à la mésinformation. Ce derniers est involontaire, elle est souvent le produit de l'ignorance.⁽¹⁴⁾

D'un autre côté, la désinformation est beaucoup plus difficile à détecter lorsqu'elle parvient du "cinquième pouvoir" qui fait référence à une nouvelle génération de spécialistes de la communication et de l'information, que les Anglo-Saxons appellent "Spin Doctors".⁽¹⁵⁾

Le mot "Spin Doctors" n'a pas d'équivalent en français, mais on peut dire qu'ils sont des manipulateurs de la presse, de haut niveau, car ils maîtrisent les techniques de presse et de communication les plus sophistiquées

2.1 Eléments de désinformation dans la presse

Il est utile, de présenter quelques uns utilisés dans l'analyse de la désinformation dans la presse :⁽¹⁶⁾

- Semer des fausses nouvelles dans la presse et faire des révélations en forme de fuites.

- Associer le nom d'un personnage public ou d'un organe officiel à une théorie erronée pour l'entériner et convaincre le public de sa vérité.

- Empêcher la divulgation de certains documents dont le contenu serait susceptibles de déclencher des conflits d'intérêts.

- Des conférences de presse théâtrales, ou des communiqués de presse orientés.

- Commander ou inspirer des articles et des interviews, parfois, avec la complicité de journalistes, ou de rédacteurs en chef.

- Crédibiliser une discussion ou un débat public par la présence de pseudo experts ou universitaires en apparence neutres et objectifs.

- La diabolisation d'un adversaire, en transmettant des informations le discréditant.

- L'angélisation d'un allié, en transmettant des informations, qui lui sont favorables.

Sur le plan stylistique, linguistique et lexical de la presse, on peut avancer ces éléments,

- Les écrits où les sources ne sont pas identifiées.

- Les sources qui ne sont pas mises en doute.

- La non vérification des informations, et l'absence de traquage à la désinformation.

- Décrédibilisation d'une partie pour favoriser une autre.

- Traitement journalistique biaisé : grosseur de titres et d'articles.

- Les adjectifs et les adverbes, qui redorent l'image d'une partie, ou déforme celle d'une autre.

- L'utilisation du conditionnel pour les uns, et l'indicatif pour les autres.

- Les chiffres et les sondages pour travestir la réalité.

- Mettre l'accent sur les difficultés d'une partie, ou amplifier les avantages d'une autre.

- Les photos publiées et les légendes qui les commentent.

- Dans la télévision, les images peuvent devenir des symboles, donc, elles sont travaillées sur le plan du temps imparti, la date, le lieu, l'angle de la caméra, la manière de présenter, le commentaire, etc.

Voilà, donc, quelques éléments qui permettent de détecter la désinformation dans la presse. Signalons, que le seul moyen d'y faire face est d'avoir un esprit critique.

Conclusion

Nous concluons, notre propos, en disant que le problème de la presse du modèle dont on en a parlé réside dans sa concentration entre les mains très restreintes de conglomerats et de groupes de presse d'un côté, et la logique commerciale d'un autre. Par conséquence, elle ne reflète que des idées et opinions conformistes, en excluant toutes les alternatives. Elle n'est libre, il est vrai de le dire, que dans le cadre des intérêts du complexe politique, financier, industriel, militaire et médiatique. Son contenu est très attaché au sensationnel en forme de scandales, catastrophes, et conflits, dans le but de maximaliser ses profits.

La presse, aujourd'hui, est dépourvue de sens de responsabilité sociale, que se soit dans l'information et l'éducation de son public, ou dans la couverture des événements et les conflits du monde.

En outre, la presse peut servir de tribune de désinformation, surtout quand il s'agit des intérêts de son pays.

Même les journalistes ont perdu l'honnêteté professionnelle, qu'ils avaient auparavant. A présent, ils sont riches, deviennent stars sollicités sur un plateau de télévision ou un campus en échange de biens fort estimés.

Il existe, même, ceux qui reçoivent des pots de vin, acceptent des cadeaux et de voyages en contre partie, ils redorent l'image de leurs corrupteurs.

Signalons, enfin, que les batailles d'aujourd'hui ne se gagnent plus avec les moyens traditionnels, mais avec la communication, l'information et les images.

* Maître de Conférence, Département des Sciences de l'Information et de la Communication.

Notes

1. LAUBY (J.M) et DUCOS, ADER (R) ; Droit de l'Information, Dalloz , Paris, 1979, Pp 1415.

2. HAMELINK (C); Trends in World Communication,

Source : [http : //www.cccs.hamelink./2002/htm](http://www.cccs.hamelink./2002/htm) (14 /02/2005)

3. Lire absolument les travaux MATTELART (A) et SCHILLER (H) qui détaillent, les chiffres à l'appui, la collusion, à l'échelle mondiale, des intérêts entre différents groupes : politique, financier, industriel, médiatique et militaire.

4. COKRELL (A) et al, Sources Close to The Prime Ministre, Macmillan, London, 1986, pp. 729.

5. AGEE (W), HAULT (H) and EMERY (E); Médias, de Boeck Université, Bruxelles, 1989, p 45,47

Cet ouvrage donne un aperçu très élaboré sur l'histoire, le fonctionnement et le pouvoir des mass média aux Etats Unis d'Amérique.

6. Iyengar, Shanto & Kinder (1987), News that matters, The University of Chicago Press, Chicago,

7. Nelson, T. E., R. A. Clawson, and Z. M. Oxley (1997). Toward a psychology of framing effects. *Political Behaviour*, 19(3), 221-246

8. cf. Goffman, E. (1974). *Frame Analysis*. New York : Harper and Row.

9. cf. Minsky, M. (1975). A Framework for Representing Knowledge. In P. H. Winston (Ed.), *The Psychology of Computer Vision*. (pp. 211-277). New York : McGraw.Hill.

10. Domke, D., Shah, D.V., & Wackman, D.B. (1998). Media priming effects : accessibility, association, and activation. *Communications abstracts*, 21(6).

11. cf. Compte rendu de ENCELE (F) sur le colloque tenu par le Sénat français pour débattre le thème de la presse et la désinformation.

source : <http://www.alliance.com/lactualite/colloque/> (04 /09/2006)

12. à propos des méthodes de désinformation employées par le gouvernement THATCHER lors du conflit des Malouines. cf. COKRELL (A) et al, op. cit

13. c.f. HALIMI (S) et VIDAL (D) ; Leçons d'une guerre : médias et désinformation. *Le monde diplomatique*, Mars 2000.

Les auteurs décrivent la désinformation de l'OTAN pour justifier les bombardements de la Serbie.

14. SAID (E); *Covering Islam*, Rutledge and Keegan Paul, London 1981.

Cet ouvrage montre comment les mass médias, surtout américains, pratiquent la désinformation et la mésinformation à l'égard du monde arabo musulman.

15. GREENSLADE (R); press put into a spin by labor's dedication to TV, the *GUARDIAN*, Tuesday, May 15, 2001.

Cf. HANDLEY (F); Israel's spin doctor's wage war of images and words against Palestinian rock children, in *Washington Report*, Special Report, January, February 2001, p 21 - 52.

16. Frédéric Deniger et Julie le Guerrier, « La désinformation et la couverture des élections présidentielles américaines de 1996 par la presse et The Gazette ».

Source : <http://www.brebeuf.qc.ca/enjeux/gaz1.htm/> (02/04/2006)