5ème atelier : géopolitique, désinformation « fabrique du consentement » (Djordje Kuzmanovic et Romain Migus)

Djordje Kuzmanovic: la géopolitique fait l'économie. Le regard des médias sert à valider l'ordre dominant et cible ceux qui souhaiteraient se dégager de l'emprise des USA (la « Nation utile » selon Obama). Les médias disent tout mais avec des traitements différenciés et parfois carrément mensongers. Cette stratégie a une certaine efficacité : on constate que les USA ont un blanc-seing de moralité a priori dans les médias y compris souvent dans les médias de gauche.

Djordje donne quelques exemples de cette propagande :

- l'exagération des massacres commis au Kosovo dans une guerre de basse intensité qui ne s'est produite que pour justifier l'existence de l'OTAN
- la situation en Syrie et l'affrontement entre les USA et la Russie dans la zone de la Mer Noire, du Proche-Orient et des Balkans : on n'explique jamais l'objectif russe de faire passer le gazoduc South stream par la Mer Noire, la Turquie et les Balkans afin de contourner l'Ukraine.
- la justification du revirement diplomatique de la France depuis Sarkozy dans un sens d'alignement systématique sur les décisions de l'OTAN

Romain Migus : l'armée étatsusienne a théorisé l'importance de mener des campagnes médiatiques en direction de l'opinion publique pour justifier les guerres impérialistes.

Cette stratégie se décline en quatre points :

1 – il y a d'abord un emballement du systéme médiatique sur un sujet de politique internationale qui ne justifie pas toujours en soi cet emballement (les mêmes éléments de langage sont utilisés par les grands médias du monde entier), exemple type : l'insurrection en 2017 au Vénézuela et la focalisation des médias sur l'élection constituante alors que d'autres élections importantes ont eu lieu en même temps dans d'autres pays (Sénégal, Congo...)

2 – le « syndrome de la terrasse »: la focalisation médiatique provoque une discussion générale dans la population autour de l'évènement mis en valeur

3 – le « syndrome Omar Sy » : une personnalité connue vient alors prendre parti par rapport à cet événement

4 – les ruptures narratives : les médias n'hésitent pas à changer radicalement d'opinion sur les évènements en fonction du changement de contexte géopolitique (ex : les talibans « combattants de la liberté » contre les soviétiques deviennent des ennemis à abattre après les attentats du 11septembre 2001)

La France est particulièrement visée par ces biais médiatiques dans la mesure où elle pratique une politique étrangère erratique en fonction des intérêts des multinationales (contrairement à la Chine ou à la Russie).
La plupart des personnes savent que les médias leur mentent, mais ils restent limités dans leurs critiques dans la mesure où ils sont mal informés sur ces sujets géopolitiques.