



## Département des Relations Internationales

### **La fabrique de l'image de l'ennemi dans les conflits armés : analyse de la stratégie médiatique israélienne.**

**Étude de cas : la guerre à Gaza (7 octobre 2023).**

Mémoire présenté dans le cadre de l'obtention du diplôme de master en Science Politique, spécialité Relations Internationales

**Réalisé par :**

Mylede Bennacer.

**Sous la direction de :**

Dr. Massiva Ait Ouarab.

Ryma Abbad.

Nom et prénom de l'enseignant	Grade académique	Institution de rattachement	Rôle au sein du jury
Nardjes Flici	Professeur	L'École Nationale Supérieure de Sciences Politiques	Présidente du jury
Massiva Ait Ouarab	Maître de conférences A	L'École Nationale Supérieure de Sciences Politiques	Directrice de recherche
Ryma Abbad	Maître de conférences B	L'École Nationale Supérieure de Sciences Politiques	Co-directrice de recherche
Brahim Tiguemounine	Maître de conférences A	L'École Nationale Supérieure de Sciences Politiques	Examineur

**Année Universitaire: 2023-2024.**





## Département des Relations Internationales

### **La fabrique de l'image de l'ennemi dans les conflits armés : analyse de la stratégie médiatique israélienne.**

#### **Étude de cas : la guerre à Gaza (7 octobre 2023).**

Mémoire présenté dans le cadre de l'obtention du diplôme de master en Science Politique, spécialité Relations Internationales

**Réalisé par :**

Mylede Bennacer.

**Sous la direction de :**

Dr. Massiva Ait Ouarab.

Ryma Abbad.

Nom et prénom de l'enseignant	Grade académique	Institution de rattachement	Rôle au sein du jury
Nardjes Flici	Professeur	L'École Nationale Supérieure de Sciences Politiques	Présidente du jury
Massiva Ait Ouarab	Maître de conférences A	L'École Nationale Supérieure de Sciences Politiques	Directrice de recherche
Ryma Abbad	Maître de conférences B	L'École Nationale Supérieure de Sciences Politiques	Co-directrice de recherche
Brahim Tiguemounine	Maître de conférences A	L'École Nationale Supérieure de Sciences Politiques	Examineur

**Année Universitaire: 2023-2024.**

*“Chaque génération sans doute se croit vouée à refaire le monde. La mienne sait pourtant qu'elle ne le refera pas. Mais sa tâche est peut-être plus grande : elle consiste à éviter que le monde ne se défasse.”*

- Albert Camus.

## **Remerciements :**

Je tiens tout d'abord à exprimer ma gratitude infinie envers Dieu Tout-Puissant, pour m'avoir accordé la force, la patience et la persévérance nécessaires à la réalisation de ce mémoire. Sans sa guidance, rien de tout cela n'aurait été possible.

Je tiens à exprimer ma gratitude à Mme Massiva Ait Ouarab, ma directrice de recherche, et à Mme Abbad Ryma, ma co-directrice de recherche, pour leur soutien indéfectible, leurs conseils éclairés et leur engagement constant tout au long de l'élaboration de ce mémoire. Leur accompagnement attentif et leur patience ont été essentiels à la réussite de ce travail.

Je souhaite également adresser mes remerciements les plus sincères à l'ensemble du corps professoral, à toutes celles et ceux qui ont cru en moi et m'ont soutenue durant ces cinq années d'études. Leurs enseignements, leur rigueur intellectuelle et leur dévouement ont constitué des fondations solides sur lesquelles j'ai pu bâtir mon parcours universitaire.

Je ne saurais omettre d'exprimer ma reconnaissance envers ma famille, particulièrement envers ma mère, qui incarne mon plus grand modèle de force, ainsi que mes amis, notamment Soundous Belaid, dont le soutien m'accompagne depuis ma toute première année à l'école.

Enfin, je remercie toutes les personnes qui, de près ou de loin, ont contribué à la réalisation de ce mémoire. Leur encouragement et leur soutien moral ont été une source inépuisable de motivation.

## **Résumé :**

Depuis des temps immémoriaux, les États ont constamment cherché à identifier les menaces potentielles et à façonner une perception de l'ennemi. Cette tendance s'est généralisée dans les conflits armés contemporains, où la propagande est devenue un outil prépondérant dans la construction de cette image de l'ennemi. La propagande, en diabolisant l'ennemi, cherche à le présenter comme une menace pour influencer l'opinion publique en faveur de la mobilisation.

Ce mémoire se propose d'explorer la construction narrative de l'ennemi, en se concentrant spécifiquement sur le conflit israélo-palestinien depuis la guerre du 07 octobre 2023. À travers une analyse des stratégies médiatiques employées par Israël, il vise à mettre en lumière les mécanismes de fabrication de l'ennemi, les techniques de manipulation de l'information, ainsi que les répercussions de ces pratiques sur la perception du conflit par le public. De plus, il examinera le rôle des médias de masse dans la propagation de ce récit et son influence sur les dynamiques du conflit.

À travers cette approche multidimensionnelle, ce mémoire vise à fournir une compréhension approfondie et holistique et une analyse complète et éclairée de la dynamique complexe entre médias, propagande et perception publique dans le contexte du conflit israélo-palestinien.

**Mots clés** : conflit israélo-palestinien, stratégie médiatique, propagande, diabolisation de l'ennemi, médias de masse, opinion publique, guerre de l'information.

**Abstract :**

Since time immemorial, states have consistently sought to identify potential threats and shape an image of the enemy. This trend has become widespread in contemporary armed conflicts, where propaganda has emerged as a predominant tool in constructing this image of the enemy. Propaganda, by demonizing the enemy, seeks to portray it as a threat to influence public opinion in favor of mobilization.

This thesis aims to explore the narrative construction of the enemy, focusing specifically on the Israeli-Palestinian conflict since the war of October 7, 2023. Through an analysis of the media strategies employed by Israel, it aims to highlight the mechanisms of enemy fabrication, information manipulation techniques, and the repercussions of these practices on public perception of the conflict. Additionally, it will examine the role of mass media in disseminating this narrative and its influence on the dynamics of the conflict itself.

By delving into these various aspects, this thesis seeks to provide a comprehensive and enlightened analysis of the complex interplay between media, propaganda, and public perception in the context of the Israeli-Palestinian conflict.

**Keywords:** Israeli-Palestinian conflict, media strategy, propaganda, demonization of the enemy, mass media, public opinion, information warfare.

## ملخص :

لطالما حاولت الدول منذ الازل تحديد التهديدات المحتملة وإزالة الغموض عن صورة العدو، حيث انتشر هذا الاتجاه في النزاعات المسلحة المعاصرة، في حين أصبحت الدعاية أداة أساسية في بناء هذه الصورة عن العدو، التي تسعى إلى التأثير على الرأي العام لصالح التعبئة من خلال تشويه صورة العدو .

في عصر الثورة الإعلامية، أصبحت الدعاية سلاحاً فعالاً في ترسيخ التوجهات والمعتقدات، حيث تشكل الانطباعات وتثير المشاعر وتبرر السياسات. وتعد فكرة " تصنيع الموافقة "، التي أشهرها الصحفي والكاتب والناقد السياسي الأمريكي والتر ليبمان، معياراً لفهم هذا الاستخدام الاستراتيجي لوسائل الإعلام.

في هذا السياق، يظهر الصراع الإسرائيلي الفلسطيني كنموذج مثالي لهذه الظاهرة، حيث تأخذ الصراعات الإقليمية القديمة شكلاً عالمياً بفعل التطورات السياسية والاجتماعية والتكنولوجية الحديثة. ويمثل الخطاب الإعلامي الإسرائيلي جزءاً أساسياً من هذا السياق، حيث يُظهر تأثيراً بارزاً على المشهد الدولي، ويشكل وجهة نظر مهمة في المعركة الإعلامية الدولية.

تسعى هذه الدراسة لتقديم فهم وتحليل عميق لعملية صناعة العدو في سياق الصراع الإسرائيلي الفلسطيني، لا سيما منذ بداية حرب 07 أكتوبر 2023. من خلال تحليل الاستراتيجيات الإعلامية المعتمدة من قبل إسرائيل بعناية، يهدف هذا البحث إلى كشف الآليات والتكتيكات المعقدة المستخدمة في صناعة العدو، استكشاف البناء السرد للعدو، تقنيات تلاعب المعلومات، وتحليل الآثار المترتبة على الرأي العام والصراع نفسه. كما تسعى هذه الدراسة في الختام إلى استعراض الدور الحاسم لوسائل الإعلام الجماهيرية في تعزيز هذا السرد وتأثيره على ديناميات الصراع.

من خلال استكشاف هذه الجوانب المتنوعة، تهدف هذه الدراسة إلى تقديم تحليل شامل للعلاقة المعقدة بين وسائل الإعلام، الدعاية، وتصور الجمهور في سياق الصراع الإسرائيلي الفلسطيني.

**الكلمات المفتاحية:** الصراع الإسرائيلي الفلسطيني، استراتيجية إعلامية، الدعاية، تشويه صورة العدو، وسائل الإعلام، الرأي العام، حرب المعلومات.

# **Introduction**

La nécessité de définir, fabriquer et diaboliser l'ennemi est une constante inhérente aux conflits armés depuis les temps les plus reculés de l'histoire humaine. Cette pratique, ancrée dans les époques les plus anciennes, a évolué au fil des siècles pour s'adapter aux changements de paradigme, passant des affrontements tribaux aux guerres modernes entre États-nations. Autrefois, les moyens de marquer l'ennemi étaient clairs : la force militaire, la territorialité, les alliances. Cependant, avec l'avènement de la mondialisation et l'émergence des médias de masse, une nouvelle dimension s'est ajoutée aux conflits : la guerre de l'information.

À l'ère de la révolution médiatique, la propagande s'est érigée en une arme redoutable dans l'arsenal de la guerre psychologique. Façonnant les perceptions, mobilisant les masses et justifiant les actions militaires, elle incarne le pouvoir subtil de manipuler la vérité au service d'objectifs politiques et stratégiques.

La notion de fabrication du consentement, chère à Walter Lippmann, illustre parfaitement cette utilisation stratégique des médias pour influencer les opinions publiques et légitimer les politiques gouvernementales.

Dans ce contexte, le conflit israélo-palestinien se profile comme un exemple poignant. Enclavée dans une région tourmentée par des décennies de rivalités territoriales, de revendications identitaires et de luttes pour la souveraineté, cette confrontation a donné naissance à un récit aux ramifications internationales. Le discours israélien, en particulier, exerce une influence décisive sur la perception mondiale du conflit, façonnant sa représentation dans les médias à l'échelle planétaire.

Ce travail de recherche explore comment cette construction narrative de l'ennemi est élaborée dans le contexte singulier du conflit israélo-palestinien, en particulier depuis la guerre du 7 octobre 2023. En analysant de près les stratégies médiatiques adoptées par Israël, il cherche à révéler les mécanismes sophistiqués de manipulation de l'information, les images et les récits déployés pour fabriquer une image diabolisée de l'ennemi. De plus, il examine l'impact de ces pratiques sur la perception publique du conflit, et comment elles contribuent à modeler l'opinion internationale. Ce travail met en lumière le rôle crucial des médias de masse dans la diffusion de ce narratif, ainsi que leur capacité à influencer les dynamiques même du conflit.

### **La pertinence de l'étude :**

L'importance de cette étude réside dans sa capacité à mettre en lumière les mécanismes sous-jacents qui influencent la perception publique des conflits armés, notamment dans le cadre du conflit israélo-palestinien. À travers une analyse approfondie de l'impact des médias et de la propagande sur la perception du public, cette étude propose une vision critique des dynamiques de construction de l'ennemi et de manipulation de l'opinion.

Il est crucial de comprendre ces mécanismes pour diverses raisons. En premier lieu, cela remet en cause les récits simplistes et unilatéraux véhiculés par les médias de masse, ce qui est crucial pour une vision plus juste et équilibrée des conflits. Cette étude peut contribuer à renforcer la résilience du public face à la manipulation médiatique et à promouvoir un esprit critique vis-à-vis des informations reçues en mettant en évidence les stratégies de diabolisation de l'ennemi.

Une meilleure compréhension de l'influence des médias sur la façon dont les conflits sont perçus peut être utile pour orienter les politiques de communication et les pratiques journalistiques, ce qui favorise une couverture médiatique plus éthique et responsable. Enfin, cette étude peut favoriser des approches plus nuancées et inclusives en soulignant l'importance de la contextualisation et de la complexité dans la compréhension des conflits armés.

### **Motivations et justifications derrière le choix de ce thème :**

L'originalité et l'innovation de ma recherche résident dans l'application du concept de "fabrique de l'ennemi" à l'analyse de la stratégie médiatique israélienne dans la guerre contre Gaza. Alors que de nombreux travaux ont exploré les dynamiques de la création de l'ennemi dans les conflits armés, peu ont examiné de manière approfondie comment ce processus s'articule spécifiquement à travers les médias et les stratégies de communication dans le contexte du conflit israélo-palestinien.

- **Les motivations personnelles :**

Notre motivation personnelle pour ce sujet découle d'un intérêt profond et d'une préoccupation pour les questions relatives aux conflits armés, au rôle des médias de masse, à la propagande médiatique et à la construction de l'ennemi dans la société contemporaine. Le conflit israélo-palestinien, en raison de son histoire complexe et

de ses implications mondiales, a particulièrement captivé mon attention et a renforcé mon désir d'explorer ces thématiques de manière rigoureuse et approfondie.

Les médias exercent une influence majeure sur la perception des conflits armés par le public, souvent en véhiculant une interprétation partielle qui altère la vision globale de la situation. Le manque de contexte contribue à cette distorsion en offrant une vision simpliste des origines et de la complexité du conflit. Dans le cadre du conflit israélo-palestinien, les médias ont tendance à simplifier excessivement la situation, en négligeant une analyse approfondie des racines et des dynamiques du conflit. Cette simplification entretient une perception déformée des protagonistes et des enjeux en présence. Ainsi, réduire ce conflit à une simple confrontation religieuse ou territoriale masque les multiples nuances politiques sous-jacentes.

De surcroît, la propagande médiatique renforce cette vision partielle en diabolisant l'ennemi et en promouvant des récits unilatéraux qui favorisent une adhésion de l'opinion publique à une des parties en conflit, influençant non seulement la perception du conflit par le public, mais également les orientations politiques et les décisions des acteurs internationaux.

- **Les motivations objectives :**

Le choix d'adopter ce concept découle de sa capacité à saisir l'idée que l'ennemi n'est pas simplement une entité préexistante, mais qu'il est activement construit et façonné par divers acteurs à travers des outils spécifiques, notamment la propagande. Cette approche offre une vision plus nuancée et dynamique des interactions entre la diabolisation de l'ennemi, les stratégies médiatiques et les perceptions publiques dans les conflits contemporains.

Ce travail ambitionne de contribuer à une meilleure compréhension des mécanismes sous-jacents qui influencent la perception de l'ennemi dans les conflits armés, tout en mettant en lumière le rôle crucial de la propagande médiatique dans ce processus. En offrant une nouvelle perspective et une analyse approfondie de la stratégie médiatique israélienne lors de la guerre contre Gaza à travers le prisme de la "fabrique de l'ennemi", nous aspirons à apporter une contribution à ce domaine de recherche complexe et en constante évolution.

### **La revue de littérature :**

La notion de "fabrique de l'ennemi" a été explorée par de nombreux chercheurs qui s'accordent sur le fait que l'image de l'ennemi est une construction politique et culturelle, souvent instrumentalisée pour répondre à des besoins stratégiques internes

et externes. **Pierre Conesa**, dans son ouvrage "**La Fabrique de l'ennemi ou Comment tuer avec sa conscience pour soi**" (2011), décrit cette construction comme un processus intentionnel où l'ennemi devient une figure indispensable pour justifier des politiques de défense, renforcer la cohésion nationale ou détourner l'attention des problèmes internes. Selon Conesa, l'ennemi est choisi et façonné pour répondre à des intérêts précis, devenant ainsi un outil de contrôle social et de mobilisation politique.

Dans le champ des relations internationales, les approches constructivistes ont enrichi cette réflexion en insistant sur le caractère socialement et discursivement construit de l'identité de l'ennemi. **Alexander Wendt**, dans "**Social Theory of International Politics**" (1999), argue que l'identité des États, y compris celle d'un ennemi, n'est pas donnée de manière objective, mais résulte d'interactions sociales et de discours qui façonnent les perceptions et les comportements des acteurs internationaux. Cette perspective est essentielle pour comprendre comment les récits sur l'ennemi sont négociés et reconfigurés en fonction des contextes politiques et des besoins stratégiques.

L'idée que l'opinion publique peut être façonnée par les élites pour servir des intérêts particuliers est un thème central dans les études sur la communication politique et la propagande. **Walter Lippmann**, dans "**Public Opinion**" (1922), a été l'un des premiers à articuler le concept de "fabrication du consentement", décrivant comment les élites utilisent les médias pour simplifier et manipuler la réalité, créant ainsi un consensus artificiel en faveur de leurs politiques. Selon Lippmann, le public est incapable de comprendre directement les événements complexes et dépend donc de "pseudo-environnements" médiatiques créés par des professionnels de la communication.

Cette notion est approfondie par **Edward Bernays**, considéré comme le père de la propagande moderne. Dans son livre "**Propaganda**" (1928), Bernays présente la propagande comme un outil indispensable de la gouvernance démocratique, arguant que la manipulation de l'opinion publique est essentielle pour la gestion des masses dans une société moderne. Pour Bernays, la propagande ne se contente pas de persuader ; elle structure et conditionne la perception de la réalité elle-même.

**Noam Chomsky** et **Edward S. Herman**, dans "**Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media**" (1988), développent cette idée en proposant un modèle de propagande qui met en lumière les mécanismes institutionnels par lesquels les médias filtrent et structurent l'information pour maintenir l'ordre

dominant. Leur modèle identifie cinq "filtres" - la propriété des médias, la publicité, les sources d'information, les mécanismes de contre-feu, et l'idéologie dominante - qui déterminent quels récits sont amplifiés ou marginalisés. Ce cadre analytique est crucial pour comprendre comment la construction de l'ennemi est soutenue et perpétuée par des discours médiatiques spécifiques qui servent des intérêts géopolitiques et économiques.

Des chercheurs comme **Ilan Pappé**, dans "**The Ethnic Cleansing of Palestine**" (2006), et **Yoav Peled**, dans leurs travaux sur la politique identitaire israélienne, ont analysé comment la Hasbara est utilisée pour renforcer des récits simplistes qui dépeignent les Palestiniens comme une menace existentielle. Ces récits reposent sur des stéréotypes et des mythes qui légitiment les actions d'Israël tout en minimisant les violations des droits humains et du droit international. L'utilisation de techniques de propagande modernes, telles que la manipulation d'images, l'utilisation stratégique des réseaux sociaux, et la création de contenus multimédias ciblant des audiences spécifiques, permet à Israël de contrôler efficacement le discours global sur le conflit.

L'avènement des technologies numériques et des médias sociaux a considérablement modifié les dynamiques de la propagande et de la guerre de l'information. Comme le souligne **Manuel Castells** dans "**Communication Power**" (2009), les réseaux numériques ont démocratisé la production et la diffusion de l'information, permettant à une multiplicité d'acteurs – y compris des acteurs non étatiques comme les ONG, les groupes militants, et les citoyens ordinaires – de participer activement à la construction de récits alternatifs. Cependant, cette même infrastructure a été exploitée par des acteurs étatiques pour intensifier leurs campagnes de propagande et manipuler les perceptions à une échelle sans précédent.

Les ouvrages et études que nous avons examinés ont joué un rôle déterminant dans le choix du thème de ce mémoire. Les perspectives analytiques offertes par ces auteurs, allant de l'analyse critique de la propagande médiatique à la compréhension des dynamiques de construction de l'ennemi dans les conflits armés, ont approfondi notre réflexion et renforcé notre intérêt pour la manière dont les mécanismes de communication façonnent les perceptions internationales des conflits. Cette immersion a ainsi dirigé notre recherche vers une exploration approfondie de la manière dont Israël utilise les médias pour influencer l'opinion publique internationale, en mettant en lumière les stratégies de diabolisation et de fabrication du consentement.

**Problématique :**

- Comment la stratégie médiatique israélienne façonne-t-elle l'image de l'ennemi dans le conflit israélo-palestinien et cela à partir du 7 octobre 2023 ? Quels sont, par ailleurs, les outils utilisés pour influencer l'opinion publique internationale ?

**Questions secondaires :**

- Comment Israël exploite les médias pour façonner et diaboliser l'image de l'ennemi dans le cadre de sa guerre contre Gaza, et quelles sont les conséquences de cette stratégie sur la perception internationale du conflit ?
- Quels sont les objectifs stratégiques poursuivis par Israël dans la construction de l'ennemi à travers sa stratégie médiatique ?
- Quels sont les mécanismes employés pour mobiliser l'opinion publique internationale à sa cause et légitimer ses actions dans le contexte du conflit israélo-palestinien ?

**Hypothèses :**

- La stratégie médiatique israélienne utilise des techniques de propagande sophistiquées — telles que la manipulation des images, des récits et des symboles visuels — pour construire l'image des Palestiniens, en particulier du Hamas, comme des ennemis dangereux. En mobilisant ces outils pour influencer l'opinion publique internationale, elle cherche à légitimer ses actions militaires et à modeler la perception globale du conflit israélo-palestinien en faveur d'un narratif qui minimise les responsabilités israéliennes et diabolise l'adversaire.
- Israël utilise vraisemblablement une rhétorique médiatique chargée émotionnellement visant à déshumaniser les Palestiniens et justifier ses actions, contribuant ainsi à renforcer l'image de l'ennemi dans le conflit israélo-palestinien.
- Les objectifs stratégiques d'Israël dans la construction de l'ennemi à travers sa stratégie médiatique pourraient inclure la consolidation de son soutien national et international, la légitimation de ses actions militaires et politiques, ainsi que la délégitimation de ses adversaires palestiniens.
- Israël mobilise l'opinion publique internationale en utilisant divers mécanismes tels que la sélectivité des informations, la manipulation du langage et des images, l'exploitation des médias sociaux, ainsi que l'engagement de porte-parole influents, afin de légitimer ses actions et de susciter un soutien public à sa politique dans le contexte du conflit israélo-palestinien.

**Le cadre spatio-temporel :**

Notre recherche se concentre sur le conflit israélo-palestinien, en particulier sur l'escalade des hostilités qui a débuté le 7 octobre 2023.

### **Le cadre spatial :**

Le cadre spatial de notre étude inclut plusieurs zones géographiques clés, chacune ayant une importance stratégique dans la compréhension de la dynamique du conflit et de la propagande associée :

- **Bande de Gaza :** Zone centrale de l'étude, Gaza est l'épicentre des affrontements et des opérations militaires israéliennes. Nous analysons comment les médias israéliens représentent Gaza et comment cette représentation influe sur l'opinion publique internationale.
- **Israël :** En tant que principal acteur de la guerre médiatique, Israël joue un rôle crucial dans la diffusion de la hasbara (propagande israélienne). Nous examinons les stratégies de communication déployées par les institutions israéliennes et leur impact sur la perception globale du conflit.
- **La Cisjordanie occupée :** La Cisjordanie est également incluse dans notre analyse pour comprendre comment les récits médiatiques englobent l'ensemble des territoires palestiniens.
- **Le contexte international :** L'étude s'étend également à la diffusion internationale des narratifs médiatiques, en analysant comment les informations et les représentations circulent et sont perçues au niveau mondial, influençant ainsi les perceptions et les attitudes internationales.

### **Le cadre temporel :**

Notre analyse s'inscrit dans un cadre temporel précis, qui commence avec le déclenchement du conflit le 7 octobre 2023 et s'étend jusqu'à la période actuelle. Ce cadre temporel permet de saisir l'évolution des événements et des stratégies médiatiques de manière détaillée :

- **Début du conflit (7 octobre 2023) :** Cette date marque le point de départ de notre étude, offrant une vue d'ensemble des premières réponses médiatiques et des stratégies de communication mises en œuvre immédiatement après le début des hostilités.
- **Évolution continue :** Nous examinons les changements dans la couverture médiatique et les stratégies de propagande au fil du temps, en réponse aux développements sur le terrain, aux interventions internationales et aux ajustements stratégiques des parties impliquées.

### **Le cadre méthodologique**

Pour ce travail, nous avons adopté une approche analytique combinée qui intègre l'analyse des articles médiatiques et des représentations visuelles. Ce cadre méthodologique vise à explorer en profondeur la manière dont les médias construisent et véhiculent la perception de l'ennemi dans le contexte du conflit israélo-palestinien.

**1. Analyse des Articles Médiatiques:** La première partie de la méthodologie repose sur une analyse critique des articles médiatiques. Cette approche inclut :

**Sélection des Sources:** Identification et sélection de divers articles publiés dans des journaux et médias internationaux concernant le conflit israélo-palestinien, en particulier ceux ayant couvert les événements récents depuis le 7 octobre 2023.

**Analyse de Contenu:** Examen des titres, des récits, des choix de vocabulaire, et des cadrages utilisés pour présenter les événements. Cette analyse permet de comprendre comment les médias construisent et légitiment l'image de l'ennemi en fonction des narratifs adoptés.

**Déconstruction des Discours:** Identification des biais, des stéréotypes, et des mécanismes de légitimation présents dans les articles, afin d'évaluer leur impact sur la perception publique du conflit.

**2. Analyse des Images et des Vidéos:** La deuxième partie de la méthodologie se concentre sur l'analyse des représentations visuelles diffusées par les médias :

**Sélection des Visuels:** Choix et collecte d'images et de vidéos pertinentes diffusées en lien avec le conflit, notamment celles diffusées par les médias israéliens et internationaux.

**Analyse Visuelle:** Évaluation des choix de mise en scène, des couleurs, des cadrages, et des sons utilisés dans les vidéos. Cette analyse permet de révéler comment les images et les vidéos sont conçues pour influencer les perceptions et manipuler les émotions du public.

**Interprétation des Symboles:** Décryptage des symboles visuels et des messages implicites véhiculés par les représentations pour comprendre comment ils contribuent à la diabolisation de l'ennemi et à la formation d'un consensus international.

**Méthode de Recherche:** Cette étude utilise une approche qualitative et critique, combinant l'analyse de contenu et l'analyse visuelle pour fournir une compréhension approfondie de la fabrication de l'ennemi dans le cadre du conflit israélo-palestinien. En mettant en lumière les mécanismes de propagande et de manipulation, cette méthode permet de dévoiler les dynamiques sous-jacentes à la perception et à la légitimation des conflits contemporains.

**Le cadre théorique :**

Pour analyser la fabrication de l'ennemi dans le contexte du conflit israélo-palestinien, plusieurs théories offrent des cadres analytiques précieux, chacun apportant une perspective unique sur les mécanismes à l'œuvre.

**La théorie réaliste**, défendue par **Hans Morgenthau** et **Kenneth Waltz**, offre un cadre pour examiner les motivations sécuritaires d'Israël. Le réalisme postule que les États cherchent à maximiser leur pouvoir et à garantir leur sécurité. Cette théorie aide à analyser comment Israël utilise la diabolisation des Palestiniens pour justifier ses politiques militaires et sécuritaires, renforçant ainsi sa position géopolitique et minimisant les critiques internationales.

**La théorie libérale**, avec des contributions de **Robert Keohane** et **Joseph Nye**, fournit une perspective sur le rôle des institutions et des normes internationales. Cette approche est essentielle pour comprendre comment Israël utilise les médias internationaux et les institutions pour promouvoir son image et orienter les perceptions mondiales. Les actions israéliennes sont souvent mises en avant dans un cadre qui légitime ses politiques, illustrant l'impact des institutions et des normes sur la perception du conflit.

**La théorie constructiviste**, articulée par **Alexander Wendt** et **Nicholas Onuf**, est particulièrement pertinente. Elle met en lumière la manière dont les identités et les intérêts des acteurs internationaux sont socialement construits à travers des discours et des interactions. Dans notre étude, cette approche permet de comprendre comment Israël construit et maintient l'image des Palestiniens comme une menace existentielle. En utilisant des récits médiatiques spécifiques, Israël façonne la perception internationale du conflit, illustrant comment les représentations sociales influencent la construction des ennemis.

**La théorie de la construction sociale de la réalité**, développée par Peter Berger et Thomas Luckmann, est cruciale pour comprendre comment les perceptions de la réalité sont façonnées par les discours et les représentations. Cette théorie permet d'analyser comment Israël construit socialement l'image des Palestiniens à travers des narratifs médiatiques, influençant ainsi la perception internationale du conflit.

**La théorie de l'agenda-setting**, formulée par **Maxwell McCombs** et **Donald Shaw**, explique comment les médias déterminent l'importance des sujets et orientent l'attention publique. Cette théorie est clé pour comprendre comment Israël utilise les médias pour mettre en avant des narrations favorables, comme la menace terroriste palestinienne, tout en minimisant les critiques de ses propres actions, orientant ainsi l'opinion publique mondiale.

Enfin, **la théorie de la securitisation**, développée par **Ole Wæver** et **Barry Buzan**, examine comment certaines questions sont transformées en enjeux de sécurité pour légitimer des mesures exceptionnelles. Cette théorie est utile pour analyser comment Israël utilise la diabolisation des Palestiniens pour justifier ses politiques de sécurité, renforçant ainsi le consentement international pour ses actions militaires.

En intégrant ces théories dans notre analyse, nous révélerons comment Israël manipule les perceptions internationales à travers des stratégies médiatiques sophistiquées, façonnant l'image de l'ennemi et influençant les dynamiques du conflit israélo-palestinien. Cette approche permet d'éclairer les mécanismes complexes de la fabrication du consentement et la manière dont ils contribuent à la légitimation des politiques de sécurité et des actions militaires.

### **Plan :**

Nous avons structuré notre travail en deux chapitres distincts pour approfondir l'exploration des mécanismes de fabrication de l'ennemi et de la stratégie médiatique dans le cadre du conflit israélo-palestinien.

Le premier chapitre, intitulé "La Fabrique de l'ennemi dans les conflits armés", se penchera sur les mécanismes fondamentaux à la base de la construction de l'image de l'ennemi et sur le processus de fabrication du consentement qui légitimera ces perceptions. Nous commencerons par définir la notion d'ennemi, en retraçant son évolution historique depuis les conflits tribaux jusqu'aux guerres modernes entre États-nations. Cette exploration permettra de comprendre comment la perception de l'autre sera façonnée par des enjeux sécuritaires et des dynamiques de pouvoir en transformation. Nous approfondirons l'approche de Pierre Conesa sur la fabrication de l'ennemi, qui offrira un cadre théorique pour saisir les complexités de ce processus.

La seconde partie du chapitre abordera la fabrication du consentement et la propagande comme outils cruciaux dans la diabolisation de l'ennemi. En nous appuyant sur les travaux de pionniers tels que Walter Lippmann, qui a théorisé la fabrication du consentement, et Edward Bernays, qui a étudié la propagande moderne, nous examinerons comment ces concepts ont évolué et seront appliqués dans le contexte contemporain. La perspective critique de Noam Chomsky sur la propagande et les médias de masse servira de cadre analytique pour explorer les mécanismes modernes de manipulation de l'opinion publique. Nous étudierons également le modèle de propagande de Chomsky et Herman, en analysant les cinq filtres qui structureront la fabrication du consentement et influenceront les perceptions de l'ennemi.

Le deuxième chapitre, intitulé "Les mécanismes de la stratégie médiatique israélienne", se concentrera sur la notion de hasbara, une stratégie de communication israélienne qui a évolué en une propagande médiatique de portée mondiale. Nous définirons la hasbara et examinerons son évolution, mettant en lumière son intégration dans la stratégie nationale d'Israël, en particulier en lien avec les objectifs militaires. Nous analyserons les mécanismes spécifiques de la stratégie médiatique israélienne, notamment la déshumanisation et la diabolisation des Palestiniens. Cette analyse révélera comment Israël sélectionne minutieusement les mots, les images et les cadres médiatiques pour influencer les perceptions internationales et légitimer ses actions politiques et militaires.

En explorant l'impact de l'image et de la rhétorique émotionnelle utilisée par les médias israéliens, nous étudierons comment les choix de couleurs, d'arrière-plan et d'autres éléments visuels seront employés pour façonner le récit et susciter des réponses émotionnelles chez les auditoires internationaux. Ce chapitre fournira une analyse rigoureuse et critique des stratégies médiatiques israéliennes, mettant en lumière leurs implications pour la perception mondiale du conflit israélo-palestinien.

En combinant les perspectives des deux chapitres, notre étude ambitionne de révéler comment la fabrication de l'ennemi et la propagande médiatique interagissent pour influencer les perceptions et légitimer les actions dans le conflit israélo-palestinien. Tandis que le premier chapitre établit un cadre théorique pour comprendre les mécanismes de construction de l'ennemi, le deuxième chapitre offre une analyse détaillée des pratiques médiatiques spécifiques d'Israël, montrant comment ces stratégies sont mises en œuvre pour façonner l'opinion publique internationale.

### **Difficultés rencontrées :**

#### **1. Accès et Analyse des Sources :**

- **Disponibilité des Matériaux :** L'accès aux articles médiatiques, images et vidéos nécessaires pour l'analyse a été une difficulté. Certaines sources ont pu être restreintes ou biaisées, nécessitant des efforts supplémentaires pour obtenir une représentation équilibrée et diversifiée des événements.
- **Analyse Critique des Médias :** L'analyse des représentations médiatiques a impliqué de décrypter des messages parfois subliminaux ou biaisés, rendant complexe l'évaluation objective des stratégies de propagande. La nécessité de distinguer entre les faits et les interprétations biaisées a exigé une rigueur méthodologique pour éviter les conclusions erronées.

## 2. Biais et Sensibilité des Thèmes

- **Gestion des Biais** : Les sujets liés aux conflits armés et à la propagande sont souvent chargés émotionnellement et politiquement. Les récits sont fortement influencés par des biais idéologiques ou nationaux a été un défi constant.

## 3. Évolution Rapide des Événements :

- **Dynamisme du Conflit** : La guerre israélo-palestinienne, commencée le 7 octobre 2023, a évolué de manière rapide et imprévisible. Les développements sur le terrain changent constamment, ce qui complique la tâche de suivre et d'analyser les informations de manière précise et à jour. Les événements se succèdent avec une telle rapidité que les données collectées peuvent rapidement devenir obsolètes, nécessitant une actualisation continue des sources et des analyses.
- **Répercussions sur l'Analyse** : Cette dynamique a nécessité des ajustements fréquents dans l'analyse des données. Les conclusions tirées à un moment donné peuvent ne plus être pertinentes à mesure que le conflit progresse, ce qui exige une réévaluation constante des informations et des perspectives.
- **Suppression et Censure** : Certaines informations liées au conflit ont été supprimées ou sont devenues inaccessibles en raison de la censure ou de la suppression de contenus par les autorités israéliennes et palestiniennes. Cette situation limite l'accès à des données cruciales et empêche une analyse complète et transparente des événements. Les restrictions imposées par les parties au conflit peuvent créer des lacunes importantes dans les informations disponibles.
- **Sources Incomplètes** : La difficulté d'accès aux sources fiables et diversifiées a également entravé la collecte d'informations équilibrées. Les rapports médiatiques peuvent être biaisés ou incomplets, en raison de la censure ou du contrôle des informations par les parties impliquées, compliquant ainsi l'établissement d'une vue d'ensemble objective.

## 4. Méthodologie de Recherche :

**Combinaison des Méthodes** : Intégrer une analyse des articles médiatiques avec une étude des images et vidéos a posé des défis méthodologiques. La combinaison de ces approches nécessitait une harmonisation rigoureuse pour garantir une analyse cohérente et complète des données.

- **Développement d'une Analyse Critique** : Élaborer une analyse critique efficace des stratégies médiatiques israéliennes a exigé une compréhension détaillée des mécanismes de propagande. Cela impliquait de développer des critères spécifiques pour évaluer les techniques de manipulation et les effets sur la perception publique.

## 5. Évolution Rapide de l'Information :

- **Actualisation des Données** : Les événements dans les conflits armés évoluent rapidement, ce qui a nécessité une mise à jour constante des informations et une flexibilité dans l'analyse. La rapidité des développements a imposé une veille continue pour intégrer les dernières données disponibles dans l'étude.
- **Adaptation aux Changements** : Les changements dans la stratégie médiatique ou les réactions internationales ont exigé des ajustements dans l'analyse pour refléter les nouvelles dynamiques et maintenir la pertinence des conclusions.

Ces difficultés ont mis en lumière l'importance d'une approche méthodologique rigoureuse et d'une analyse critique approfondie pour comprendre les mécanismes de la propagande médiatique et la construction de l'ennemi dans le contexte du conflit israélo-palestinien.

**Chapitre I:**  
**La fabrication de l'ennemi**  
**dans les conflits armés**

### Introduction :

Depuis l'aube de l'histoire humaine, la guerre a été un phénomène constant, évoluant à travers les âges en fonction des contextes politiques, sociaux et technologiques. Comme l'a souligné Carl Von Clausewitz, "La guerre est un acte de violence destiné à contraindre l'adversaire à accomplir notre volonté"<sup>1</sup> Cette définition classique de la guerre met l'accent sur la dimension violente et coercitive du conflit.

Clausewitz va plus loin en affirmant que "La guerre est une poursuite de l'activité politique par d'autres moyens"<sup>2</sup>. Cette assertion éclaire la nature intrinsèquement politique de la guerre, la positionnant comme une extension et une continuation de la politique par d'autres moyens.

Cette perspective nous invite à examiner la guerre non seulement comme un phénomène militaire, mais aussi comme un processus politique complexe qui implique des stratégies, des alliances et des compromis.

À l'ère des médias de masse, la guerre ne se limite plus aux champs de bataille traditionnels, mais s'étend également à l'espace médiatique, où l'information, la désinformation et la propagande jouent un rôle crucial dans la formation de l'opinion publique et la légitimation des actions militaires.

Pendant la Guerre froide, les médias de masse ont été réorientés pour servir les intérêts gouvernementaux, transformant ainsi ces médias en outil de guerre à part entière. Plutôt que de se limiter à informer, les médias sont devenus des outils de propagande et de manipulation, visant à orienter l'opinion publique en faveur des positions politiques et idéologiques des gouvernements en conflit.<sup>3</sup> Ce changement a permis aux autorités de maîtriser le discours public, de modeler les récits et d'obtenir un soutien national et international pour leurs politiques, tout en diabolisant leurs opposants. Ainsi, les médias de masse ont joué un rôle crucial dans la stratégie de guerre informationnelle durant cette période de tensions géopolitiques marquée.

Cette convergence entre la politique, la guerre et les médias révèle une nouvelle dimension de la guerre comme extension de la politique, où la manipulation de l'information devient un outil stratégique aussi puissant que les armes elles-mêmes.

---

<sup>1</sup> Carl von Clausewitz, **De la Guerre : Livre I**, Paris, Flammarion, 2014, p 27.

<sup>2</sup> Ibid.

<sup>3</sup> Charlotte Lepri, « De l'usage des médias à des fins de propagande pendant la guerre froide », **Revue internationale et stratégique**, n° 78, IRIS, 2010, p3.

Lorsque la guerre par l'information se superpose aux actions militaires traditionnelles, elle crée un paysage complexe où les frontières entre les opérations militaires et les stratégies de communication sont de plus en plus floues. Cette superposition souligne l'importance de l'information comme outil de pouvoir et de contrôle dans les conflits contemporains.<sup>1</sup>

La communication de guerre dépasse de loin la simple "communication de crise"; elle représente plutôt une extension directe de l'objectif politique de mener une guerre. Cette communication reflète la volonté de pousser les limites dans l'utilisation de la force, une dynamique qui a des conséquences majeures pour toutes les parties impliquées.<sup>2</sup> La question se pose alors : est-il possible de mener une guerre sans prendre en compte l'influence des médias de masse ?

Dans ce contexte, la "fabrication de l'ennemi" devient un mécanisme essentiel pour mobiliser le soutien public en faveur des actions militaires et des conflits armés.<sup>3</sup> Cette fabrication repose sur des discours et des narratifs soigneusement élaborés, souvent véhiculés par les médias et les discours politiques. Elle sert à justifier les interventions et les agressions envers ceux qui sont perçus comme 'autres' ou 'ennemis'.

Ce chapitre, intitulé "La Fabrique de l'ennemi dans les conflits armés", vise à explorer les mécanismes sous-jacents à la construction de la figure de l'ennemi et à la fabrication du consentement qui légitime ces perceptions.

Nous commencerons par définir ce que nous entendons par "ennemi", en examinant sa conceptualisation initiale basée sur les moyens militaires de guerre et son évolution au fil du temps. Nous analyserons comment la perception de l'autre a évolué à travers l'histoire, façonnée par les enjeux sécuritaires qui ont également subi des transformations significatives. Cette exploration nous permettra d'aborder l'approche de Pierre Conesa sur la fabrication de l'ennemi, offrant un cadre théorique pour comprendre les dynamiques complexes qui entrent en jeu dans la construction de l'ennemi.

---

<sup>1</sup> Céline Marangé, Maud Quessard, **Les guerres de l'information à l'ère numérique**, Paris, Presses Universitaires de France, 2021, pp32-33.

<sup>2</sup> Michel Mathien, « L'emprise de la communication de guerre: Médias et journalistes face à l'ambition de la démocratie », **Revue internationale et stratégique**, vol 56, IRIS, 2004, p90.

<sup>3</sup> Edward S. Herman, Noam Chomsky, **Fabriquer un consentement: la gestion politique des médias de masse**, Bruxelles, Investig'Action, 2018, p17.

## **Chapitre I : La fabrication de l'ennemi dans les conflits armés.**

---

Dans la seconde partie de ce chapitre, nous nous tournerons vers l'étude de la fabrication du consentement et de la propagande comme outils essentiels de diabolisation de l'ennemi. Nous commencerons par une analyse théorique de l'évolution de ces concepts, en nous appuyant sur les travaux pionniers de Walter Lippmann sur la fabrication du consentement et d'Edward Bernays sur la propagande moderne. Nous explorerons ensuite la perspective critique de Noam Chomsky sur la propagande et les médias de masse, qui nous fournira un cadre analytique pour examiner les mécanismes contemporains de manipulation de l'opinion publique.

Enfin, nous approfondirons notre étude en nous concentrant sur le modèle de propagande de Chomsky et Herman, en analysant les cinq filtres qui structurent la fabrication du consentement. Cette analyse nous permettra de mieux comprendre comment les perceptions de l'ennemi sont construites, renforcées et maintenues à travers des discours et des pratiques médiatiques spécifiques.

En combinant ces différentes perspectives et approches, ce chapitre vise à offrir une compréhension nuancée et approfondie des mécanismes complexes de la fabrication de l'ennemi dans les conflits armés.

**A. La Fabrication de l'ennemi : concepts, terminologie et historique :**

**1. Fabriquer l'ennemi : la conception de l'autre.**

**i. Qu'est-ce qu'un ennemi ?**

- Définition :

Par définition, un "ennemi" est caractérisé au minimum par son manque d'amicalité, mais plus souvent perçu comme étant hostile voire malveillant. Fondamentalement, un ennemi est conceptualisé comme une entité humaine ou un groupe disposé à infliger des dommages ou à causer la mort, justifiant ainsi la riposte en légitime défense ou en représailles. En somme, l'ennemi représente une image ou une perception intrinsèquement liée au concept d'hostilité ou de défiance, ce qui se traduit par l'évaluation négative de l'individu ou du groupe en question. Par conséquent, les attitudes et les croyances jouent un rôle central dans la formation de ces images, lesquelles ne sont que le produit final d'un processus psychologique initialisé par les attitudes, les croyances, ainsi que les valeurs et les concepts, souvent ancrés dans une réalité perçue.<sup>1</sup>

Il est essentiel d'avoir un ennemi afin de définir son identité, mais également pour affronter des obstacles, évaluer ses valeurs et démontrer sa bravoure. Par conséquent, en l'absence d'un ennemi, il est impératif de le construire.<sup>2</sup>

L'élaboration d'ennemis, ou "ennemification", est un processus par lequel les individus déshumanisent leurs adversaires. Trois types d'explications peuvent être discernés quant à la nécessité pour les individus de se doter d'ennemis. Une théorie avance que psychologiquement, les individus ont besoin d'ennemis comme cibles appropriées pour déplacer leurs peurs et leurs hostilités personnelles. La deuxième explication est d'ordre politique : les leaders créent des ennemis pour mobiliser la nation autour d'objectifs communs ou pour tirer profit de l'industrie de l'armement. La troisième explication avance que la création d'ennemis est un élément naturel et crucial du combat. Elle permet d'établir une distance psychologique et stratégique entre les soldats et leurs adversaires, ce qui est considéré comme essentiel pour être en mesure de neutraliser efficacement les forces opposées.<sup>3</sup>

Les révolutionnaires ont fait une découverte novatrice en matière de propagande en mettant en lumière l'utilisation stratégique de l'ennemi, comme l'a souligné

---

<sup>1</sup> William Eckhardt, **Making and Breaking Enemy Images**, Bulletin of Peace Proposals, vol 22, 1991, p87.

<sup>2</sup> Umberto Eco, **Construire l'ennemi et autres écrits occasionnels**, Trad Myriem Bouzaher, Paris, Bernard Grasset, 2014, pp6-7

<sup>3</sup> Pinard, Cédric, et Mireille Lalancette, **Publicité négative, dénigrement de l'adversaire et ennemification Sous les images, la politique...**, Paris: CNRS Éditions, 2014, p241.

Jacques Ellul. Ils ont compris que la désignation d'un ennemi est un outil puissant pour manipuler les masses, stimuler l'émotion populaire et obtenir leur adhésion à diverses idées et actions. En désignant un ennemi officiel, ils ont réussi à cristalliser une opinion publique qui exprimait non seulement son opposition à cet ennemi, mais aussi sa fidélité envers ceux qui le dénonçaient. De plus, cette désignation a permis de libérer le sentiment d'injustice et d'infériorité en offrant à la foule une affirmation de soi à travers la vengeance contre l'ennemi.<sup>1</sup>

"L'élaboration de l'ennemi", se manifeste dans les discours politiques et médiatiques. Les dirigeants et les médias dépeignent souvent l'autre partie, les palestiniens comme une menace existentielle, alimentant ainsi les peurs et les hostilités au sein de la population. « La figure de l'ennemi prépare, accompagne et soutient l'effort de guerre ».<sup>2</sup>

Cependant, pour que cet ennemi soit efficace dans le cadre de la propagande, certaines conditions doivent être remplies. Il doit être suffisamment proche et connu, mais pas trop puissant, afin de pouvoir être accusé de manière crédible de malversations mystérieuses. De plus, il est préférable que cet ennemi soit déjà suspect et peu aimé dans l'opinion publique, facilitant ainsi sa désignation comme bouc émissaire. Les révolutionnaires ont su exploiter avec brio ce mécanisme de la propagande en désignant divers groupes comme des ennemis utiles à leur cause.<sup>3</sup>

En désignant les Palestiniens comme l'ennemi, Israël exploite la proximité géographique et culturelle entre les deux parties pour renforcer le sentiment d'insécurité et de menace au sein de sa population.

De plus, l'ennemi palestinien est souvent dépeint comme déjà suspect et peu aimé dans l'opinion publique israélienne. Cette perception est alimentée par des décennies de conflit, de violence et de propagande qui ont contribué à diaboliser les Palestiniens aux yeux des Israéliens et du monde entier. En présentant les Palestiniens comme des terroristes ou des extrémistes, Israël cherche à légitimer ses politiques répressives et son occupation des territoires palestiniens.

La Russie met en évidence une réalité incontestable des relations internationales : les États privilégient leurs intérêts nationaux plutôt que des alliances amicales ou des hostilités marquées envers d'autres États. Cette observation réaffirme l'idée selon

---

<sup>1</sup> Jacques Ellul, **Histoire de la propagande**, Que sais-je, Presses Universitaires de France, 1967, p62-63.

<sup>2</sup> Jöhler Reinhard, Freddy Raphaël et Patrick Schmoll, **La construction de l'ennemi**, Strasbourg Polémologiques: Éditions de l'III, 2019, p12.

<sup>3</sup> Jacques Ellul, Op.cit.

laquelle les relations entre États sont principalement guidées par des impératifs pragmatiques et stratégiques.<sup>1</sup>

Parallèlement, on constate que certains États, enracinés dans la conception schmittienne de la politique, continuent à chercher des ennemis ou à diaboliser leurs adversaires, même en l'absence d'une menace directe. Cette tendance à construire la figure du mal peut être interprétée comme une stratégie visant à justifier des politiques internes ou externes, ou encore à mobiliser un soutien populaire en créant un sentiment d'urgence ou de menace extérieure.<sup>2</sup>

Les perspectives de Clausewitz et de Carl Schmitt offrent un contraste saisissant sur la relation entre la politique et la guerre. Pour Clausewitz, la guerre est vue comme une extension de la politique.<sup>3</sup> Dans ce contexte, la fabrication de l'ennemi peut être considérée comme un moyen pour les acteurs politiques de justifier et de légitimer l'engagement dans des conflits armés. En diabolisant l'adversaire, ils mobilisent le soutien public et légitiment leurs actions au nom de la défense des intérêts nationaux. D'un autre côté, pour Carl Schmitt, qui soutient que c'est la politique qui prolonge la guerre, la fabrication de l'ennemi peut être vue comme une stratégie politique visant à maintenir ou à renforcer le pouvoir en interne et à consolider la position d'un État sur la scène internationale. En construisant une figure de l'ennemi, les dirigeants politiques peuvent justifier des mesures autoritaires, mobiliser le soutien populaire et détourner l'attention des problèmes internes.<sup>4</sup>

La diabolisation est un acte de discours utilisé pour créer une image de l'ennemi comme étant mauvais, comme étant une menace. "Diabolisation", "diabolisé" et "diaboliser" sont des mots-clés reconnaissables dans la politique contemporaine. Les politiciens, les journalistes et les universitaires sont familiers avec ces termes et les utilisent aujourd'hui dans leurs analyses des conflits.<sup>5</sup>

Dans son sens littéral, "diabolisation" désigne la personnification du Diable. Liée à la "déshumanisation", la "diabolisation" se produit lorsque quelqu'un dépeint son ennemi comme étant un Diable ou en collusion avec le Diable.<sup>6</sup>

---

<sup>1</sup> Ninou Garabaghi, **Construction de la figure du nouvel ennemi : Essai**, L'Harmattan, 2018, p133.

<sup>2</sup> Ibid.

<sup>3</sup> Carl von Clausewitz, Op.cit, p 27.

<sup>4</sup> Serge Sur, **Ami, ennemi : Le politique selon Carl Schmitt Formule simple, idée fausse**, Paris, Centre Thucydide, p3.

<sup>5</sup> Linn Normand, **Demonization in International Politics: A Barrier to Peace in the Israeli-Palestinian Conflict**, Middle East Today, 2016, p4.

<sup>6</sup> Ibid, p4.

Dans le contexte du conflit israélo-palestinien, Israël a développé une stratégie sophistiquée de diabolisation de l'ennemi palestinien pour justifier ses actions politiques et militaires. Cette diabolisation s'appuie sur une narration soigneusement construite et une manipulation psychologique visant à polariser l'opinion publique et à légitimer les politiques répressives à l'égard des Palestiniens.

La diabolisation de l'ennemi palestinien est un outil rhétorique largement utilisé par les politiciens, les médias et les intellectuels israéliens pour créer une identité polarisée où "nous" sommes perçus comme bons et "eux" comme mauvais. La diabolisation revêt une dimension particulière du conflit, basée sur la narration et la psychologie.<sup>1</sup>

En utilisant des termes tels que "terroristes" et "extrémistes", Israël dépeint les Palestiniens comme une menace existentielle pour la sécurité nationale, renforçant ainsi le sentiment d'insécurité au sein de sa population et justifiant ses politiques répressives.

« C'est ainsi que, lorsque l'ennemi n'a pas de visage précis ou plutôt peut en prendre une multitude, le politique, le juridique et la bureaucratie en gèrent l'identification, légitimant de la sorte leur propre action. »<sup>2</sup> Cette phrase met en lumière un aspect crucial des conflits contemporains où l'ennemi peut revêtir diverses formes et ne pas avoir de visage précis. Cela souligne la complexité des processus de gestion des conflits, où la perception de l'ennemi est souvent façonnée par des intérêts politiques et des considérations juridiques, contribuant ainsi à légitimer les actions entreprises dans le cadre de ces conflits.

Dans ce contexte, l'exemple de la fabrication de l'ennemi palestinien par Israël offre une illustration poignante de la manière dont les conflits contemporains sont alimentés par la construction délibérée de l'ennemi. Israël a historiquement dépeint les Palestiniens comme une menace existentielle pour sa sécurité, justifiant ainsi ses politiques d'occupation et ses actions militaires.

La rhétorique utilisée par Israël pour diaboliser les Palestiniens repose sur des stéréotypes et des préjugés qui les dépeignent comme des terroristes et des extrémistes. Cette représentation déshumanise les Palestiniens et légitime les politiques répressives d'Israël, telles que les blocus économiques et les raids militaires.

---

<sup>1</sup> Ibid, p2.

<sup>2</sup> Gabriel Périès, Ayse Ceyhan, **L'ennemi intérieur : une construction discursive et politique**, Cultures et Conflits, no. 43, 2001, p4.

## 2. Evolution de la perception de l'autre à travers l'histoire.

« Plus la civilisation s'étendra sur la terre, plus on verra disparaître les guerres et les conquêtes comme l'esclavage et la misère. »<sup>1</sup>

Nicolas De Condorcet évoque une perspective optimiste sur l'évolution de la civilisation humaine. Il suggère que plus la civilisation s'étend sur la terre, plus nous pouvons nous attendre à ce que des maux tels que les guerres, les conquêtes, l'esclavage et la misère diminuent, voire disparaissent complètement. Cette vision repose sur l'idée que le progrès de la civilisation est corrélé à un accroissement de la paix, de la justice sociale et du respect des droits humains.

« Le vingtième siècle nous a appris que le premier acte de guerre ne se réalise pas dans les champs de bataille mais dans le champ de la propagande : il s'agit de l'effort qui vise à « diaboliser » en quelque sorte l'ennemi pour justifier le déclenchement de la guerre. »<sup>2</sup>

Cette citation met en exergue l'importance primordiale de la propagande dans la genèse des conflits armés contemporains, en soulignant que la première phase de la guerre ne se déroule pas sur le champ de bataille, mais dans le domaine de la manipulation des perceptions publiques. En "diabolisant" l'ennemi par le biais de la propagande, les acteurs en conflit cherchent à légitimer le déclenchement de la guerre en créant une perception de menace imminente et inacceptable. Cette analyse souligne également le rôle crucial de la propagande dans la mobilisation du soutien populaire en faveur de la guerre, en influençant les opinions et attitudes du public, même dans des circonstances où la justification morale ou légale du conflit est contestée. Ainsi, la citation met en lumière le pouvoir de la propagande dans la manipulation des perceptions et la légitimation des actions militaires, soulignant ainsi son rôle central dans la conduite des conflits modernes.

Les conflits contemporains remettent en question l'idée selon laquelle l'expansion de la civilisation conduit automatiquement à la fin des guerres. Le conflit israélo-palestinien en est un exemple pertinent.

---

<sup>1</sup> Nicolas De Condorcet, **Œuvres complètes de Voltaire: Vie De Voltaire; Suivie Des Mémoires De Voltaire**, Des Tables Des Œuvres, 1789, p146.

<sup>2</sup> Paschalis Ntagtecerenis, **L'ennemi comme monstre. Une réflexion sur la séparation entre le bien et le mal, à partir d'une analyse des conditions d'émergence et de l'usage symbolique de l'image monstrueuse d'Hitler**, Sociétés, 2003, no. 80, p42.

Il est important d'examiner les dynamiques historiques qui ont façonné les conflits. Dans l'Antiquité, la fabrication de l'ennemi était souvent liée à des différences ethniques, religieuses ou territoriales. Les empires et les cités-états utilisaient la rhétorique de l'altérité pour justifier leurs conquêtes et mobiliser leurs populations. Par exemple, les guerres médiques entre la Grèce et la Perse étaient présentées comme un affrontement entre la civilisation et la barbarie, renforçant ainsi la cohésion des Grecs face à l'envahisseur.<sup>1</sup>

L'évolution de la perception de l'ennemi à travers le temps témoigne des changements significatifs dans la manière dont les nations appréhendent leurs adversaires et les conflits qui les opposent, mettant en lumière une tendance croissante à la déshumanisation et à la stigmatisation, ce qui reflète les bouleversements historiques, politiques et sociaux survenus au cours de ces périodes tumultueuses.

La propagande a émergé comme un outil puissant lors de la Première Guerre mondiale, permettant d'influencer l'opinion publique et de légitimer les actions militaires. Les principaux adversaires étaient les puissances de l'Axe, comprenant l'Allemagne, l'Italie et le Japon. Cette propagande visait à dépeindre ces ennemis comme des forces

Bien que la propagande demeure un outil essentiel pour orienter l'opinion publique et légitimer les actions militaires, elle est désormais scrutée avec une attention accrue portée à la légitimité et à la moralité de la guerre.<sup>2</sup> En somme, l'évolution de la perception de l'ennemi à travers les guerres mondiales reflète les mutations dans la manière dont les nations et les individus conçoivent leurs adversaires et les conflits. La propagande, en tant que vecteur central de cette évolution, exerce une influence déterminante sur l'opinion publique et la justification des opérations militaires.

Toute politique stratégique ou de défense repose avant tout sur la perception de l'autre et de la menace potentielle qu'il représente. Cependant, cette perception est souvent déformée par une mauvaise interprétation des signaux émis par l'adversaire, ce qui peut conduire à des crises et même à des conflits armés. Cette confusion découle en partie de la difficulté à distinguer trois concepts cruciaux dans un contexte de bipolarisation des relations internationales et de prolifération des armes

---

<sup>1</sup> Thucydides, **Histoire de la Guerre du Péloponnèse**, Wikisource, 2018, p24.

<sup>2</sup> Heather Jones, **Violent Transgression and the First World War**, *Studies: An Irish Quarterly Review*, no. 414, 2015, consulté le 19/03/2024 <http://www.jstor.org/stable/24347757>.

nucléaires<sup>1</sup>: Les historiens ont introduit les concepts d'ennemi "héréditaire", "traditionnel" et "ancestral".<sup>2</sup>

Bien que ces notions aient parfois été confondues dans le passé, leur distinction est devenue primordiale depuis la Seconde Guerre mondiale, en particulier dans le contexte des relations avec l'URSS.<sup>3</sup>

L'une des leçons les plus marquantes tirées de la construction européenne entreprise après la Seconde Guerre mondiale a été de mettre en évidence la nature artificielle de cette conception. Les ennemis d'autrefois, pourtant enracinés dans l'histoire et les traditions, sont devenus des partenaires en moins de deux décennies. L'Allemagne et la France sont des exemples classiques. Après avoir été en conflit pendant des siècles, elles sont devenues des partenaires étroits au sein de l'Union européenne, mettant fin à des décennies de rivalité et de guerre.

Ce qui est encore plus surprenant, c'est que l'abandon de ces figures traditionnelles de l'ennemi n'a pas suscité de débats sociaux douloureux dans les mémoires. Ce revirement, presque surréaliste, nous pousse à méditer sur la réalité des inimitiés et à hésiter face aux nouvelles figures hostiles proposées aujourd'hui, qu'elles soient ethniques, religieuses, terroristes ou incarnées par un "État voyou". C'est pourquoi l'après-guerre a été une période privilégiée pour remettre en question les conceptions de la guerre et du conflit en général, ainsi que la nature même de l'ennemi. L'ennemi n'a pas d'existence objective : il est construit, comme le montrent les contributions présentées, à travers textes et images.<sup>4</sup>

« Aux sources de la figure de l'ennemi, il y a le conflit. On peut dire, d'une certaine manière, que ce n'est pas l'ennemi qui provoque le conflit, mais au contraire le conflit qui a besoin de se fabriquer un ennemi. »<sup>5</sup>

Cette idée suggère que la notion d'ennemi émerge souvent en réponse à un conflit préexistant. Plutôt que d'être la cause initiale du conflit, l'ennemi est construit dans le contexte du conflit pour servir un objectif spécifique. En d'autres termes, le conflit

---

<sup>1</sup> Jean-Christophe Romer, **Image de l'ennemi et perception de la menace en URSS (1945-1965)**, Les Cahiers de l'Institut d'Histoire du Temps Présent no. 28, 1994, p145.

<sup>2</sup> Pierre Conesa, **LA FABRICATION DE L'ENNEMI - ou comment tuer avec sa conscience pour soi**, Paris, Robert Laffont, le monde comme il va, 2011, p59.

<sup>3</sup> Jean-Christophe Romer, Op.cit.

<sup>4</sup> Jöhler Reinhard, Freddy Raphaël et Patrick Schmoll, **La construction de l'ennemi**, Strasbourg Polémologiques: Éditions de l'III, 2019, p12.

<sup>5</sup> Jöhler Reinhard, Freddy Raphaël et Patrick Schmoll, **La construction de l'ennemi**, Strasbourg Polémologiques: Éditions de l'III, 2019, p12.

créé la nécessité de désigner un adversaire ou un ennemi pour justifier ou légitimer ses propres actions. Ainsi, la figure de l'ennemi est souvent élaborée pour mobiliser les acteurs impliqués dans le conflit et pour donner un sens à leurs actions.

Le discours qui identifie un ennemi crée une division entre un "nous" et un "eux". Cette division pousse les individus à prendre parti, à choisir un camp.<sup>1</sup> Cette dichotomie illustre parfaitement comment la construction de l'ennemi peut polariser les perspectives et encourage les individus à prendre parti en faveur de leur propre camp.

L'après-guerre a été une période privilégiée pour remettre en question les conceptions de la guerre et du conflit en général, ainsi que la nature même de l'ennemi. Les contributions présentées ici mettent en lumière le fait que l'ennemi n'a pas d'existence objective : il est plutôt construit à travers des textes et des images.

La figure de l'ennemi est omniprésente dans la préparation, l'accompagnement et le soutien des efforts de guerre. Elle est élaborée à travers des rhétoriques et des scénographies, soutenue par des prétentions scientifiques ou religieuses, et transmise par les médias. Même entre deux périodes de conflit armé, les représentations persistent, suggérant que la paix n'est qu'une phase préparatoire à la guerre suivante.

Cette instabilité de la figure de l'ennemi, sa capacité à évoluer selon les discours et les scénarios qui la façonnent, révèle sa fonction essentielle. Il n'est pas simplement une entité extérieure au corps social, mais plutôt une composante nécessaire à sa cohésion. En fait, la cohésion sociale semble moins menacée par les agressions d'un ennemi spécifique que par la perspective de l'absence totale d'ennemi.<sup>2</sup>

L'évolution des perceptions de l'ennemi à travers les conflits révèle des nuances cruciales dans la façon dont les nations façonnent leurs identités et justifient leurs actions. Dans les temps anciens, les guerres étaient souvent motivées par des intérêts pragmatiques plutôt que par des considérations morales. Bien que la diabolisation de l'ennemi ait parfois été utilisée pour galvaniser les troupes, elle restait généralement superficielle. Toutefois, avec l'avènement d'un monde multipolaire, où les alliances étaient fluides, les ennemis étaient moins définis et les anathèmes moins définitifs. Des démocraties comme la France et l'Angleterre ont pu être en conflit, tandis que

---

<sup>1</sup> Oriana Reith, **La construction narrative de l'ennemi d'État. Analyse de discours du gouvernement militaire argentin de 1976-1983 et des gouvernements français durant les années 2015-2022**, Mémoire de master, Sociologie, 2022, p91.

<sup>22</sup> Johler Reinhard, Freddy Raphaël et Patrick Schmoll, Op.cit.

des régimes autoritaires comme la Russie tsariste ou l'Union soviétique ont été des alliés contre des menaces communes telles que le 2e et le 3e Reich allemand.

Les textes et les images de l'idéologie et de la propagande nazies pendant la guerre sont des moyens riches et révélateurs de comprendre pourquoi l'antisémitisme européen, et en particulier allemand, source de siècles de persécution, a conduit entre 1941 et 1945 à l'Holocauste. Hitler a proféré des abus terribles et des menaces de violence contre les Juifs de 1919 au 30 janvier 1939. Lors d'un discours au Reichstag alors qu'il préparait une seconde guerre européenne, il menaça publiquement d'"exterminer" tous les Juifs d'Europe s'ils provoquaient une telle guerre. Les nazis ont affirmé à plusieurs reprises dans leurs déclarations publiques que le lien entre la Seconde Guerre mondiale et les Juifs était causal et nécessaire, et donc par implication pas un accident de timing et de géographie. Bien qu'Hitler ait depuis longtemps planifié de déclencher la guerre au moment et à l'endroit de son choix, lui et ses propagandistes ont insisté sur le fait que "l'extermination" des Juifs était une réponse justifiée à une guerre lancée contre l'Allemagne par la "juiverie internationale". Un mélange de haine, d'indignation vertueuse et de paranoïa était au cœur de la justification nazie du génocide. La propagande nazie a joué un rôle crucial dans la justification de l'antisémitisme radical et des politiques génocidaires du régime.<sup>1</sup>

Les nazis ont présenté la guerre de l'Allemagne contre les Alliés et leur intention d'"exterminer" les Juifs d'Europe comme faisant partie d'une guerre de représailles et de défense globale.<sup>2</sup> Cette escalade de la politique nazie de la persécution à l'extermination était accompagnée et préfigurée par une radicalisation du langage public de l'Allemagne nazie sur les Juifs. Hitler et ses principaux propagandistes étaient capables de maintenir simultanément des versions totalement contradictoires des événements, l'une enracinée dans l'idée grandiose d'une race maîtresse et d'une domination mondiale, l'autre dans la paranoïa auto-apitoyée de la victime innocente et assiégée.<sup>3</sup>

Cela souligne l'importance de la propagande nazie dans la justification et la légitimation de l'Holocauste, ainsi que dans la construction d'un récit qui inversait les rôles entre les persécuteurs nazis et leurs victimes juives.

---

<sup>1</sup> Jeffrey Herf, **Nazi Propaganda During World War II and the Holocaust**, Cambridge, Massachusetts, The Belknap Press of Harvard University Press, 2006, p1.

<sup>2</sup> Ibid.

<sup>3</sup> Ibid, p5.

La propagande nazie a façonné non seulement les événements historiques de l'Holocauste, mais aussi les perceptions contemporaines de cette période sombre, illustrant ainsi comment la manipulation de l'information et la distorsion de la réalité peuvent servir à justifier des actes atroces et à inverser les responsabilités morales.

Les dirigeants nazis ont présenté les Juifs comme une menace mondiale à plusieurs reprises dans le texte. Par exemple, lorsqu'Hitler a dépeint la guerre qu'il préparait comme une série d'actes d'agression de la part du judaïsme international contre l'Allemagne « Hitler a présenté la guerre qu'il s'appropriait à déclencher comme la dernière d'une longue série d'actes d'agression de la juiverie internationale contre l'Allemagne »<sup>1</sup>. Cette présentation des Juifs comme une menace mondiale était un élément central de la propagande nazie. Elle a été utilisée pour justifier les politiques d'extermination et pour mobiliser le soutien public à l'Holocauste. « Les dirigeants nazis pensaient que les événements de la guerre confirmaient la véracité de leur idéologie antisémite radicale et renforçaient la nécessité d'éliminer les Juifs de la surface de la terre. »<sup>2</sup>. En attribuant une autonomie et un pouvoir énormes aux Juifs, la propagande nazie a non seulement diabolisé les Juifs, mais a également légitimé les politiques génocidaires du régime.

Après avoir étudié le rôle de la propagande nazie dans la justification de l'Holocauste, il devient clair que la manipulation de l'information et la construction de récits faux ou biaisés ne se limitent pas à cette période historique. En effet, la propagande continue d'être un outil utilisé pour légitimer la violence et les actions militaires, même dans le monde contemporain. Un exemple frappant de cela est le conflit israélo-palestinien

La Guerre froide, émergeant rapidement à la suite de la Seconde Guerre mondiale, a inauguré près de cinquante ans de tensions mondiales, étalées cette fois sur l'ensemble du globe plutôt que se limitant à l'Europe. Ce terme, presque paradoxal et popularisé par le journaliste américain Walter Lippmann, désignait la tension entre les États-Unis et l'Union Soviétique dans l'après-guerre. Après la fin de la Deuxième Guerre mondiale et la neutralisation de l'ennemi nazi, les Alliés ont perdu leur raison d'être unis, laissant réapparaître dès 1945 les divergences idéologiques entre l'Occident et l'URSS. Pour les États-Unis, l'ennemi principal n'était plus le nazisme mais le communisme. Le monde se scindait alors en deux blocs majeurs, chacun cherchant à promouvoir son idéologie et à étendre son influence à travers la planète.

---

<sup>1</sup> Jeffrey Herf, **Nazi Propaganda During World War II and the Holocaust**, Cambridge, Massachusetts, The Belknap Press of Harvard University Press, 2006, p5.

<sup>2</sup> Ibid, p7.

L'avènement d'un monde bipolaire a introduit une dynamique nouvelle, où l'ennemi était désigné en opposition à soi-même, favorisant ainsi sa réification. Dans cette configuration, les adversaires étaient plus susceptibles d'être déshumanisés et considérés comme des menaces irréfutables. Durant la guerre froide, par exemple, l'URSS était souvent perçue comme une puissance invincible, justifiant ainsi des mesures extrêmes de la part de l'Ouest pour se défendre.<sup>1</sup>

La période de la Guerre froide a engendré de nombreux centres de réflexion stratégique, principalement chargés de trois missions fondamentales : tout d'abord, analyser l'entité désignée comme "l'Autre", qu'il s'agisse d'un ennemi, d'un risque ou d'un défi, en élaborant un discours explicatif sur l'antagonisme ; ensuite, conceptualiser idéalement la force militaire du pays ; et enfin, légitimer éventuellement son utilisation.<sup>2</sup>

Ainsi débutait une ère de "paix impossible et de guerre improbable"<sup>3</sup>, comme l'a formulé Raymond Aron. Cette tension perdurera pendant plus de quarante ans, jusqu'à la chute du mur de Berlin en 1989, suivie de la dissolution de l'URSS en 1991. Cette confrontation n'était pas une guerre conventionnelle avec des armées s'affrontant sur le terrain, mais plutôt un conflit indirect entre deux blocs, se manifestant par des rivalités géopolitiques, diplomatiques, économiques et culturelles. Chaque bloc était animé par une idéologie politique distincte : d'un côté, les États-Unis et l'Occident défendaient le capitalisme, basé sur la propriété privée des moyens de production et la libre entreprise sans intervention de l'État ; de l'autre, l'URSS, héritière du bolchévisme, était perçue comme une puissance cherchant à instaurer une organisation sociale et économique fondée sur la socialisation des moyens de production et l'abolition de la propriété privée. Bien que le "communisme" de l'URSS à partir de la seconde moitié du XXe siècle diffère considérablement du marxisme originel ou même de la révolution bolchévique, cette étiquette avait une valeur stratégique et politique importante aux yeux du monde occidental, en particulier des États-Unis.<sup>4</sup>

Cependant, la chute du bloc de l'Est a laissé un vide dans la définition des ennemis. Comme l'a souligné Gregory Arbatov, conseiller diplomatique de Mikhaïl

---

<sup>1</sup> Oriana Reith, **La construction narrative de l'ennemi d'État. Analyse de discours du gouvernement militaire argentin de 1976-1983 et des gouvernements français durant les années 2015-2022**, Mémoire de master, Sociologie, 2022, p20.

<sup>2</sup> Pierre Conesa, **LA FABRICATION DE L'ENNEMI - ou comment tuer avec sa conscience pour soi**, Paris, Robert Laffont, le monde comme il va, 2011, p49.

<sup>3</sup> Raymond Aron, **Le Grand Schisme**, Gallimard, 1948, p165.

<sup>4</sup> Oriana Reith, Op.cit.

Gorbatchev, dans sa déclaration : "Nous allons vous rendre le pire des services, nous allons vous priver d'ennemi !" <sup>1</sup> Il met en lumière le dilemme stratégique auquel étaient confrontées les forces militaires occidentales. Avec la disparition du communisme et la fin de la guerre froide, les armées conventionnelles se retrouvaient sans adversaire à leur mesure, ce qui posait un défi majeur. Cette situation représentait un risque de "chômage technique" pour la filière de production stratégique, car elle remettait en question l'utilité et la justification de nombreuses dépenses et politiques militaires qui étaient auparavant justifiées par la rivalité avec le bloc soviétique.

« L'ennemi soviétique avait toutes les qualités d'un "bon" ennemi : solide, constant, cohérent. Militairement, il nous était semblable, construit sur le plus pur modèle "clausewitzien"; inquiétant certes, mais connu et prévisible. Sa disparition entame notre cohésion et rend vaine notre puissance » <sup>2</sup>

Cette citation souligne la nature familière et prévisible de l'ennemi soviétique, perçu comme un adversaire solide et cohérent. Sa disparition est présentée comme perturbatrice, car elle remet en question la cohésion et la puissance des acteurs occidentaux qui étaient habitués à cette dynamique bipolaire. En mettant en avant l'importance d'un ennemi identifiable pour maintenir la cohésion, la citation souligne les défis posés par le changement soudain dans le paysage géopolitique.

L'absence d'ennemi clairement défini a conduit à une quête de nouvelles menaces, souvent moins identifiables mais tout aussi inquiétantes. Ainsi, après la disparition du péril rouge, de nouveaux défis ont émergé, nécessitant une redéfinition des ennemis et des stratégies de défense. <sup>3</sup>

Le 11 septembre 2001 a marqué un tournant crucial dans l'orientation de la politique étrangère des États-Unis, réaffirmant la présence d'un adversaire de taille et ravivant un sentiment de mobilisation nationale. Sous la direction habile de l'administration Bush, les leaders américains ont su habilement ancrer cette nouvelle lutte dans la continuité des triomphes nationaux précédents, tandis que le fanatisme religieux des adversaires a facilité cette réappropriation rhétorique, évoquant rapidement les discours de la Guerre froide. Alors que Truman et Jdanov opposaient respectivement les forces de la tyrannie à celles de la liberté et le socialisme à l'impérialisme, Bush et son cercle de conseillers ont préféré dépeindre la

---

<sup>1</sup> Pierre Conesa, Op.cit, p11.

<sup>2</sup> Général de la Maisonneuve, **Société de stratégie**, no. 11, Agir, 2002.

<sup>3</sup> Lionel Pourtau, **L'ennemi à l'âge des conflits asymétriques**, Sociétés, 2003, p76.

confrontation comme une lutte entre les partisans des Lumières et les défenseurs d'un obscurantisme totalitaire. Cette stratégie a non seulement placé la lutte contre le terrorisme au centre des préoccupations nationales, mais a également entraîné la subordination de nombreux aspects de la politique intérieure aux objectifs de cette lutte.<sup>1</sup> De plus, le 11 septembre a instauré une dichotomie morale entre le bien et le mal, positionnant les États-Unis en tant que leader moral et appelant leurs alliés à participer à une croisade qui leur est propre.

« La rupture psychologique qui a marqué les attentats du 11-Septembre, plus que l'événement lui-même, c'est le regard et la médiatisation dont il a été l'objet. »<sup>2</sup>

Les propos de Pierre Conesa soulignent l'importance du prisme médiatique dans la manière dont les attentats du 11 septembre 2001 ont été perçus et ont eu un impact psychologique. Elles mettent en relief le rôle significatif des médias dans la construction de la signification de ces événements, ainsi que dans leur interprétation par le public et les répercussions sociétales qui en découlent. Cette analyse pointe également la fabrication de l'ennemi par le biais du processus médiatique, illustrant le pouvoir des médias dans la formation de la représentation de la menace terroriste et dans la mobilisation sociale contre cette entité perçue comme une menace.

« La guerre globale contre le terrorisme et la prolifération » était une invention stratégique à l'échelle de la superpuissance américaine. »<sup>3</sup>

Cette affirmation met en relief la conception stratégique de la "guerre globale contre le terrorisme et la prolifération" en tant qu'initiative orchestrée par la superpuissance américaine. En soulignant le contexte marqué par les événements post-11 septembre, elle souligne l'importance cruciale de ces événements dans l'élaboration de la politique étrangère des États-Unis. L'emploi du terme "guerre globale" met en évidence l'ambition des États-Unis de mobiliser la communauté internationale dans cette lutte à l'échelle mondiale, témoignant ainsi de leur volonté de jouer un rôle moteur dans la promotion de la sécurité mondiale.

Dans ce contexte évolutif, il est devenu clair que l'ennemi n'est pas une entité statique, mais plutôt une construction sociale et politique façonnée par des forces diverses telles que les médias, la rhétorique politique et les intérêts géopolitiques.

---

<sup>1</sup> Pierre Melandri, **Le terrorisme, voilà l'ennemi. Les attentats et la politique étrangère des États-Unis, Vingtième Siècle**, Revue d'histoire, 2002, p53.

<sup>2</sup> Pierre Conesa, Op.cit, p 35.

<sup>3</sup> Ibid, p186.

### 3. L'approche de Pierre Conesa sur la fabrication de l'ennemi :

« Si l'ennemi est une construction, il doit être possible de le déconstruire. »<sup>1</sup>

Pierre Conesa soulève un point crucial en affirmant que l'ennemi est souvent une construction plutôt qu'une entité tangible. Cette idée est profonde car elle suggère que pour surmonter un adversaire, il est nécessaire de comprendre et de remettre en question les fondements de cette construction. En d'autres termes, cela implique qu'une stratégie efficace ne se limite pas à simplement vaincre militairement l'ennemi, mais plutôt à s'engager dans un processus de déconstruction de ses idéologies, de ses motivations et de ses systèmes de soutien.

En citant Henri Michaux, Pierre Conesa exprime de manière éloquente le concept selon lequel, avant de s'engager dans un conflit armé, il est crucial de définir clairement qui sont les ennemis et les alliés. Il souligne que la guerre représente une autorisation légale de tuer des individus, qu'ils soient inconnus ou même familiers dans le cas des guerres civiles. Il met en lumière le changement de perspective brutal qui survient pendant les conflits, transformant des individus en cibles à abattre.<sup>2</sup>

Alors que la violence est souvent associée aux régimes oppressifs, la propagande, dans sa capacité à influencer subtilement les perceptions et les attitudes, peut également exercer un contrôle sur les pensées et les actions des individus au sein des démocraties modernes.

Pierre Conesa remet en question l'idée largement répandue selon laquelle la démocratie est intrinsèquement pacifique. Il souligne que des nations démocratiques telles que la France et le Royaume-Uni ont mené des actions coloniales, que les États-Unis sont intervenus en Irak, et qu'Israël continue de coloniser les Territoires occupés de Palestine. En revanche, il note que tous les régimes dictatoriaux ne sont pas nécessairement belliqueux, citant par exemple le régime militaire du Myanmar et le Portugal de Salazar<sup>3</sup>. Cette analyse remet en question l'idée selon laquelle la démocratie est un gage infaillible de stabilité et de pacifisme dans les relations internationales.

Pierre Conesa interroge la pertinence de définir un adversaire et explore son rôle au sein des sociétés contemporaines. Il interroge la nécessité pour une identité collective de se forger en opposition à un "Autre" et se réfère à Carl Schmitt, pour qui la création d'un ennemi est fondamentale dans le domaine politique. Conesa suggère que l'ennemi remplit diverses fonctions sociales et politiques, pouvant agir comme un moyen de soulager l'anxiété collective en permettant à la société de canaliser ses

---

<sup>1</sup> Pierre Conesa, Op.cit, p15.

<sup>2</sup> Ibid, pp 9-10.

<sup>3</sup> Ibid, p11.

craintes et ses appréhensions sur une cible commune. De plus, il avance que la fabrication d'un ennemi peut renforcer la cohésion sociale ou servir de bouc émissaire à une autorité politique en difficulté. Les manuels de stratégie militaire ne traitent pas de la construction de l'ennemi, ils se concentrant plutôt sur la guerre comme un fait accompli. Pierre Conesa plaide donc pour une analyse plus approfondie des processus par lesquels les représentations de l'hostilité sont élaborées et des facteurs sociaux qui influent sur l'opinion publique.<sup>1</sup>

La construction de l'ennemi implique plusieurs phases distinctes : une idéologie stratégique préétablie, un discours spécifique, des acteurs influents dans l'opinion publique que l'on peut qualifier de "marqueurs", et enfin des processus conduisant à l'escalade de la violence. Ces "marqueurs d'ennemi", qui pourraient être intégrés à la typologie des marqueurs identitaires développée par les sociologues, se présentent sous diverses formes et varient en fonction des caractéristiques propres à chaque conflit.<sup>2</sup>

Pierre Conesa développe une typologie des différents types d'ennemis, chacun représentant une menace distincte et exigeant des réponses spécifiques.

*L'ennemi proche* se manifeste dans les conflits frontaliers, centrés sur des enjeux territoriaux, tandis que le rival planétaire émerge dans les confrontations entre grandes puissances cherchant à étendre leur influence mondiale.

*Le rival planétaire* représente les puissances concurrentes engagées dans une rivalité mondiale, telles que celles observées pendant la Guerre froide ou dans les luttes impérialistes pour la colonisation. La guerre devient ainsi un moyen de démontrer la puissance et d'exercer un contrôle cynique sur la carte mondiale.

*L'ennemi intime* se trouve dans la guerre civile, où la violence entre voisins transforme des communautés en adversaires mortels. L'occupant considère la population occupée comme un ennemi, justifiant ainsi une répression violente au nom de la "pacification".

*Le barbare* représente la perception de l'occupant envers la population occupée, vue comme des individus sous-développés qui ne réagissent qu'à la force. Cette population est considérée comme l'ennemi, une sorte d'envahisseur toléré dans la demeure. La répression est alors perçue comme une forme de "pacification".

*L'ennemi caché*, alimente les théories du complot et les sentiments de paranoïa collective.

---

<sup>1</sup>Pierre Conesa, Op.cit, p12.

<sup>2</sup> Ibid, p13.

*La guerre du Bien contre le Mal* dépasse les conflits religieux pour inclure les idéologies totalitaires qui visent à l'extermination de « l'autre ». En identifiant l'Autre comme "le Mal", la guerre vise à son élimination totale à l'échelle mondiale.

*L'ennemi conceptuel* se manifeste dans l'unilatéralisme des hyperpuissances, qui se battent contre des concepts plutôt que des adversaires tangibles, tel que représenté par l'exemple de Bush, qui se trouve incapable de trouver un adversaire à sa mesure. Par conséquent, ces puissances se retrouvent à combattre des concepts plutôt que des ennemis concrets, comme illustré par la "guerre globale contre la prolifération et le terrorisme".

Enfin, *l'ennemi médiatique* émerge dans l'ère post-Guerre froide, où la médiatisation et l'image prédominent, conduisant à des actions militaires basées sur des narratifs médiatiques plutôt que sur des menaces stratégiques.<sup>1</sup>

Cette typologie souligne la diversité des ennemis contemporains et la nécessité d'adapter les réponses en conséquence.

Pierre Conesa entame son analyse en définissant d'abord la notion d'ennemi, puis explore diverses perspectives philosophiques et politiques à ce sujet. Il s'appuie notamment sur Hobbes, qui dans son ouvrage "Léviathan", oppose l'état de nature, marqué par la guerre de tous contre tous, à la société humaine où règne l'ordre grâce à une organisation commune. Pour Hobbes, l'homme est fondamentalement porté à la violence, et seule une autorité commune peut le maintenir dans l'ordre. Cette conception est en opposition avec celle aristotélicienne qui voit l'homme comme un être politique naturellement sociable. Conesa résume cette idée par la célèbre formule "l'homme est un loup pour l'homme".<sup>2</sup>

Il souligne ensuite que la fabrication de l'ennemi est structurelle, puisque dans l'état de nature selon Hobbes, les hommes sont gouvernés par l'instinct de conservation. Il cite également Rousseau, qui critique le système de Hobbes en faisant de la guerre l'ordre normal de la société humaine. Selon Rousseau, c'est l'institution de l'État social qui rend la guerre quasi perpétuelle. Conesa nuance ensuite ces théories en affirmant que les hommes ne sont ennemis que dans des situations circonstanciées, telles que les guerres entre États.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Pierre Conesa, Op.cit, pp 13-14.

<sup>2</sup> Ibid, p18.

<sup>3</sup> Ibid, p18.

Il aborde ensuite la pensée marxiste, qui simplifie les scénarios en posant un principe de guerre civile universelle et en désignant la bourgeoisie comme l'ennemi absolu, soit l'ennemi de classe.<sup>1</sup>

Raymond Aron, quant à lui, est davantage préoccupé par le risque nucléaire, consacrant plus d'attention à la paix qu'à la guerre. Il propose une typologie des différentes formes de paix en fonction des capacités des puissances à interagir.<sup>2</sup>

Conesa soulève ensuite une réflexion sur la manière dont une société détermine ses ennemis, citant la célèbre formule de Clausewitz selon laquelle "la guerre est la continuation de la politique par d'autres moyens". Cependant, cette formule présente des limites, notamment lorsqu'elle est appliquée à des conflits tels que les guerres civiles, les massacres, les actes terroristes ou les conflits religieux. De plus, la guerre nucléaire échappe à cette logique, étant donné qu'elle pourrait conduire à un la fin du monde.<sup>3</sup>

« L'ennemi est un choix, pas une donnée. »<sup>4</sup>

L'école allemande, représentée par Carl Schmitt, apporte une rupture significative dans la compréhension du politique. Schmitt affirme que la souveraineté réside dans celui qui décide de la situation d'exception, soulignant ainsi que la nature même du politique consiste à établir la distinction entre ami et ennemi. Selon lui, le politique implique nécessairement la lutte contre ce qui est considéré comme contraire à ses intérêts. Ainsi, la guerre devient l'acte politique par excellence, puisqu'elle nécessite l'identification et le combat contre l'ennemi pour affirmer son existence.<sup>5</sup>

Schmitt considère l'État comme la forme la plus aboutie du politique, car il détient le pouvoir exclusif d'identifier et de nommer l'ennemi.

Il avance par la suite l'idée que l'ennemi est en réalité une altérité de soi-même.

« L'ennemi répond à un besoin social, il participe d'un certain imaginaire collectif propre à chaque groupe. C'est un autre soi-même qu'il faut "altériser", noircir, et rendre menaçant, afin que l'usage de la violence puisse apparaître légitime. »<sup>6</sup>

---

<sup>1</sup> Pierre Conesa, Op.cit, p20.

<sup>2</sup> Ibid, p20.

<sup>3</sup> Ibid, p21.

<sup>4</sup> Ibid, p22.

<sup>5</sup> Ibid, p22.

<sup>6</sup> Ibid, p27.

Cette citation souligne que l'ennemi est une construction sociale fondée sur l'altérisation de l'autre, le rendant menaçant pour légitimer la violence. En l'associant à "un autre soi-même", elle met en lumière le processus complexe par lequel les groupes façonnent leurs identités en opposition à des ennemis imaginés.

Pierre Conesa avance que l'ennemi répond à un besoin identitaire, chaque groupe se définissant par des signes symboliques d'appartenance, tels que l'uniforme militaire et le discours exalté de différenciation. La violence contre l'ennemi devient ainsi légitimée en réaffirmant l'unité du groupe et en sacrifiant l'identité nationale de l'ennemi.<sup>1</sup> De plus, il souligne que l'ennemi agit comme un anxiolytique pour l'angoisse collective, permettant à la société de décharger ses frustrations sur une cible extérieure. Cette construction de l'ennemi est souvent influencée par des productions médiatiques de masse, exploitant l'angoisse pour un gain commercial. L'autre est perçu comme potentiellement menaçant, et sa représentation est souvent déshumanisée pour justifier son traitement violent.<sup>2</sup>

La rupture psychologique causée par les attentats du 11 septembre a été plus marquée par la médiatisation des événements que par l'événement lui-même, illustrant ainsi l'impact de la représentation médiatique dans la construction de l'ennemi. Conesa évoque également la dimension politique dans le choix des ennemis, soulignant les contradictions dans les relations internationales où des pays comme l'Iran, moins proliférants et terroristes que d'autres, sont désignés comme ennemis par des choix unilatéraux.<sup>3</sup>

Dans son livre : *Hollywar Hollywood*, arme de propagande massive, Pierre Conesa souligne que le cinéma, en particulier le western, a une influence propagandiste considérable, façonnant les perceptions de plusieurs générations en présentant les cow-boys comme les héros et les Indiens comme les antagonistes. Cette représentation simpliste a longtemps occulté les véritables atrocités, telles que le génocide des populations amérindiennes, perpétrées au nom du racisme et de la supériorité occidentale. Conesa met en lumière la capacité du cinéma à créer une illusion de réalité, un outil puissant exploité par les régimes fascistes et nazis ainsi que par Hollywood, une industrie cinématographique dominante. Malgré sa réputation de divertissement, le cinéma hollywoodien dissimule souvent ses messages idéologiques derrière la façade du spectacle. En citant Roland Barthes, Conesa souligne que les stéréotypes véhiculés par le cinéma sont en réalité des constructions

---

<sup>1</sup> Pierre Conesa, Op.cit, p27.

<sup>2</sup> Ibid, p30.

<sup>3</sup> Ibid, p35.

politiques et idéologiques qui servent à désigner des ennemis, qu'ils soient internes ou externes, humains ou extraterrestres.<sup>1</sup>

Depuis le début du 20e siècle, le cinéma a été envisagé comme un moyen d'éducation visant à inculquer des leçons morales et patriotiques, dans le dessein d'américaniser une population aux valeurs et aux idéaux divers.<sup>2</sup>

« Hollywood détient un pouvoir idéologique unique et incontestable : c'est un média politique. »<sup>3</sup>

Cette idée suggère que les films produits par Hollywood ne se limitent pas au divertissement, mais qu'ils ont également un impact profond sur la façon dont les idées et les valeurs sont communiquées et intégrées dans la société. En reconnaissant le cinéma comme un média politique, ainsi, les films ont la capacité de transmettre des messages idéologiques, influencer les opinions publiques et refléter les valeurs culturelles dominantes. Une usine qui fabrique l'ennemi, façonne les récits et manipule l'opinion publique, de manière à servir ses propres intérêts.

Le cinéma est rapidement devenu un outil industriel clé du soft power à l'échelle internationale.<sup>4</sup>

Les scénaristes et les producteurs ne créent jamais la menace en fonction de la réalité, mais plutôt pour répondre à des exigences idéologiques et cinématographiques. Le sentiment d'appartenir à une société idéale, enviée par le reste du monde, est fondamental pour l'identité nationale américaine. Dans ce contexte, Hollywood désigne souvent un ennemi commun, qu'il soit intérieur ou extérieur, sans contrebalancement d'organismes publics ou académiques. Les films d'action présentent une galerie d'ennemis stéréotypés, comme le "Noir", le "Rouge", le "Jaune", le "Basané", ou le "Blanc complotiste", chacun représentant une menace spécifique. La couleur de peau a souvent été utilisée pour faciliter l'identification rapide du méchant.<sup>5</sup>

Le cinéma américain a longtemps évité le sujet de l'esclavage, reflétant ainsi les profondes cicatrices laissées par la guerre de Sécession et le racisme ancré dans la société. Pendant des décennies, peu de films ont abordé cette question, jusqu'au

---

<sup>1</sup> Pierre Conesa, **Hollywar: Hollywood, Arme de Propagande Massive**, Paris, Éd Robert Laffont, Le Monde Comme Il Va, 2018, pp 8-9.

<sup>2</sup> Ibid, p9.

<sup>3</sup> Ibid.

<sup>4</sup> Ibid, p10.

<sup>5</sup> Ibid, p13.

mouvement des droits civiques des années 1960. La blaxploitation dans les années 1970 a révolutionné la représentation des Noirs en leur donnant des rôles principaux, mais il a fallu attendre 1990 pour voir apparaître le premier film mettant en vedette un bataillon de soldats noirs combattant du côté nordiste de la guerre de Sécession, avec "Glory" d'Edward Zwick.<sup>1</sup>

La représentation du Noir dans le cinéma américain a connu différentes étapes importantes. En 1852, Harriet Beecher Stowe a écrit "La Case de l'oncle Tom", un roman abolitionniste qui a marqué les esprits. Malgré plusieurs adaptations cinématographiques, les stéréotypes persistaient, avec des personnages noirs souvent présentés comme des primitifs dansant même pendant les ventes d'esclaves. Même après la fin du cinéma muet, les studios hollywoodiens hésitaient à adapter à nouveau le roman, craignant les réactions du public.<sup>2</sup>

Dans les années 1970, le mouvement de la blaxploitation a émergé, offrant aux Noirs des rôles principaux dans les films et les présentant comme des figures puissantes plutôt que comme de simples faire-valoir. Cependant, ce n'est qu'en 1990 que le premier film mettant en vedette un bataillon de soldats noirs combattant du côté nordiste durant la guerre de Sécession a été réalisé. Ce film, intitulé "Glory" et dirigé par Edward Zwick, mettait en vedette des acteurs tels que Denzel Washington, Matthew Broderick et Morgan Freeman.<sup>3</sup>

Hollywood a souvent représenté l'Afrique comme un espace sauvage et mystérieux, peuplé de tribus féroces et de dangers exotiques. Des films comme "Tarzan" et "King Kong" ont renforcé ces stéréotypes en présentant l'homme blanc comme le héros civilisateur confronté aux sauvages africains. L'Afrique était souvent dépeinte comme une terre d'aventures romantiques ou dangereuses, peuplée de trafiquants d'ivoire, de chasseurs intrépides et de sorciers. Ces récits permettaient au héros blanc de vivre des aventures épiques et de se révéler à lui-même, tout en ordonnant, investissant et protégeant l'Afrique et ses habitants.<sup>4</sup>

Cependant, des initiatives récentes, telles que le documentaire réalisé par des jeunes Kenyans, remettent en question ces stéréotypes en se moquant des représentations simplistes des Africains à Hollywood. Ces efforts visent à souligner la diversité et la complexité de l'Afrique, qui ne peut être réduite à une simple masse

---

<sup>1</sup> Pierre Conesa, **Hollywar: Hollywood, Arme de Propagande Massive**, Paris, Éd Robert Laffont, Le Monde Comme Il Va, 2018, pp 15-16.

<sup>2</sup> Ibid, p16.

<sup>3</sup> Ibid, p15.

<sup>4</sup> Ibid, p18.

informe. En dépeignant des histoires authentiques et en mettant en lumière les défis et les espoirs des communautés africaines, ces projets contribuent à contrebalancer les narratives simplistes propagées par Hollywood.<sup>1</sup>

La glorification du héros dans le cinéma de guerre revêt une importance capitale, surtout en période de conflit tel que la Seconde Guerre mondiale. Contrairement aux films légers qui cherchent simplement à divertir, les productions de guerre ont pour dessein de mettre en lumière des figures héroïques, souvent dans un cadre de représentation bien défini des combats. « Durant toute la guerre, le cinéma dépeint les Japonais, plus que toute autre puissance de l'Axe, comme un ennemi étranger, grotesque et barbare. »<sup>2</sup>

Cette mise en scène a pour objectif principal de maintenir le moral à l'arrière et d'inculquer un sentiment de fierté nationale. Les héros sont présentés comme des modèles de courage et de dévouement, prêts à sacrifier leur vie pour leur pays et pour une cause qui les dépasse. Leur héroïsme est souvent amplifié à travers des actes spectaculaires, des démonstrations de leadership inspirantes et des sacrifices personnels poignants. Ainsi, le cinéma de guerre dépasse le simple divertissement pour véhiculer des valeurs profondes et des idéaux, tout en galvanisant l'opinion publique et en soutenant l'effort de guerre.

« Dans les démocraties, la guerre doit être « démocratique ». »<sup>3</sup>

L'idée selon laquelle la guerre doit être "démocratique" peut être interprétée comme une tentative de légitimer les actions militaires en les associant aux valeurs démocratiques. En présentant la guerre comme un processus démocratique, les gouvernements cherchent à obtenir un soutien plus large en la présentant comme étant conforme à la volonté populaire. Cela peut impliquer l'organisation de consultations publiques, de débats parlementaires et d'autres mécanismes visant à donner l'impression que la décision de faire la guerre est prise de manière transparente et démocratique.

« La construction de l'ennemi est un processus sociologique et politique. En ce sens la responsabilité des élites politiques et culturelles est plus significative que la nature des régimes. »<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Pierre Conesa, **Hollywar: Hollywood, Arme de Propagande Massive**, Paris, Éd Robert Laffont, Le Monde Comme Il Va, 2018, p19.

<sup>2</sup> Ibid, p37.

<sup>3</sup> Pierre Conesa, Op.cit, p10.

<sup>4</sup> Ibid, p223.

L'ennemi est donc une construction, ce n'est point une entité préexistente.

Après la Première Guerre mondiale, les vainqueurs ont cherché à faire payer l'Allemagne, mais sans remettre en question leur propre responsabilité dans le conflit. Le slogan "Plus jamais ça !" a émergé, pour interdire la guerre, mais les racines d'un nouveau conflit demeuraient. Malgré la création de l'ONU et de son interdiction de la guerre d'agression, le droit de veto accordé aux vainqueurs de la Seconde Guerre mondiale au Conseil de sécurité a paralysé le mécanisme, permettant aux membres permanents de mener des guerres sans mandat onusien. La Guerre froide a ensuite figé les deux camps dans un brouillard idéologique, sans remise en question des mécanismes de fabrication de l'ennemi. Les conflits de décolonisation ont perturbé cette dynamique, mais la rivalité Est-Ouest a bloqué les efforts pour une justice internationale. Conesa cite comme exemple ; la guerre du Golfe et les massacres en Yougoslavie qui ont ravivé le débat sur la justice internationale.<sup>1</sup>

La déconstruction de l'ennemi progresse de manière chaotique, mais reste un processus novateur aux niveaux national, régional et international. La question de savoir s'il est possible de vivre sans ennemi et comment déconstruire l'ennemi au niveau national et international, ainsi que l'identification des types de conflits dont les ressorts peuvent être démontés, méritent d'être explorées.<sup>2</sup>

Certaines dictatures ne sont pas intrinsèquement belliqueuses, tandis que certaines démocraties se revendiquant missionnaires ou policières le sont. Les régimes démocratiques sont pacifiques en fonction du pacte social qu'ils ont établi avec leur opinion publique. Les États-Unis se considèrent comme ayant une mission de sécurité mondiale, alignée sur leurs propres intérêts. La politique africaine de la France n'est pas nécessairement orientée vers la démocratisation. Les leaders politiques jouent un rôle essentiel dans la déconstruction des conflits en reconnaissant les responsabilités historiques. Certains leaders, ont montré la voie en renonçant à la vengeance et en reconnaissant les erreurs passées. Cependant, il reste des régimes et des leaders bellicistes qui utilisent les conflits pour cimenter l'unité nationale ou affirmer leur pouvoir.<sup>3</sup>

Pierre Conesa souligne que Carl Schmitt n'a pas envisagé la possibilité politique de déconstruire l'ennemi. Selon lui, l'Europe politique, en tant qu'entité qui partage et

---

<sup>1</sup> Pierre Conesa, Op.cit, pp 189-190.

<sup>2</sup> Ibid.

<sup>3</sup> Ibid, p223.

mutualise des pouvoirs régaliens, n'a pas d'ennemi. Son fondement repose sur le consensus plutôt que sur le conflit.<sup>1</sup>

Cette conclusion souligne l'idée que la construction de l'ennemi est souvent utilisée comme un outil politique pour mobiliser les masses, cimenter l'unité nationale ou justifier des actions militaires. Cependant, dans le contexte de l'Europe politique, qui vise à transcender les rivalités nationales et à promouvoir la coopération entre les États membres, l'ennemi traditionnel semble avoir perdu de sa pertinence. Cette idée met en avant la possibilité de créer des structures politiques fondées sur le consensus et la coopération plutôt que sur la confrontation et le conflit.

### **B. La fabrication du consentement et la propagande comme outils de diabolisation de l'ennemi.**

#### **1. La fabrication du consentement et la propagande : Définition**

##### **i. La fabrication du consentement :**

La notion de "fabrication du consentement", introduite par Walter Lippmann en 1922 dans son ouvrage "Opinion publique", marque l'émergence d'une nouvelle pratique dans les démocraties. Elle vise à persuader les citoyens de soutenir des politiques qui peuvent aller à l'encontre de leurs propres intérêts.

Il parlait d'une "révolution dans l'art de gouverner démocratiquement", affirmant que cela pourrait être exploité pour "fabriquer le consentement", c'est-à-dire obtenir le soutien du public pour des mesures qu'il pourrait rejeter, en utilisant les nouvelles techniques de propagande.<sup>2</sup>

« La fabrication du consentement repose sur la connivence du pouvoir et des médias. »

Les analystes étudiant l'opinion publique, la propagande et les nécessités politiques de l'ordre social reconnaissent le rôle central de la propagande dans ce que Walter Lippmann a désigné comme la « fabrication du consentement ». Dès les années 1920, Lippmann lui-même notait que la propagande était devenue un outil banal pour gouverner les masses, dont l'importance et la complexité ne faisaient que croître.<sup>3</sup>

Au cours de la Première Guerre mondiale, l'importance de susciter un consentement de masse est devenue évidente, surtout face à un conflit prolongé nécessitant le soutien populaire, la vente d'emprunts de guerre et le recrutement

---

<sup>1</sup> Pierre Conesa, Op.cit, p224.

<sup>2</sup> Walter Lippmann, **Public Opinion**, New Brunswick, Transaction Publishers, 1998, p248.

<sup>3</sup> Edward Herman, Noam Chomsky, **Fabriquer un consentement: La gestion politique des médias de masse**, Investig'Action, 2018, p17.

massif de volontaires, comme aux États-Unis en 1917. Pour promouvoir cette cause, le président Woodrow Wilson chargea le journaliste George Creel de convaincre les Américains de la légitimité de leur engagement, malgré les promesses de sa campagne électorale. Creel forma alors le Committee on Public Information, surnommé la « commission Creel », qui utilisa les outils et techniques de persuasion les plus modernes de l'époque, posant ainsi les bases de la propagande moderne. Bernays, qui tenta en vain de s'enrôler, participa à cette initiative au sein du bureau de la presse étrangère du CPI, notamment pour la section latino-américaine. Plus tard, en 1919, il accompagna Creel à Paris pour promouvoir les accords de paix et contribuer à une "propagande mondiale" diffusant les réalisations et les idéaux américains. Bien que Bernays ait par la suite exagéré son rôle, cette expérience a sans doute influencé sa perception de la propagande et de la fabrication du consentement comme des éléments essentiels.<sup>1</sup>

Walter Lippmann a inventé l'expression « fabrique du consentement » dans une critique qu'il a publiée en 1920 du livre de Mémoires de Georges Creel. Pour lui, toute personne capable de comprendre le processus de formation de l'opinion publique est capable de la manipuler. Dans son ouvrage "Public Opinion" en 1922, Lippmann a souligné l'importance de la persuasion dans les démocraties modernes, affirmant que la maîtrise de la fabrication du consentement modifierait chaque calcul politique et prémisses politiques.<sup>2</sup>

### ii. La propagande :

Bien que la propagande soit un phénomène ancien, utilisé dès l'Antiquité, elle a atteint de nouveaux sommets de sophistication pendant la Première Guerre mondiale, qui est souvent qualifiée de "guerre totale " par le militaire allemand Erich Ludendorff<sup>3</sup>. « À guerre totale et globale, moyens globaux et totaux.»<sup>4</sup>

Elle a été marquée par une utilisation massive et systématique de la propagande par toutes les parties impliquées, visant à mobiliser les populations, à justifier les actions militaires et à influencer les perceptions publiques à l'échelle nationale et internationale.

---

<sup>1</sup> Larry Tye, **The Father of Spin: Edward L. Bernays & the Birth of Public Relations**, Crown Publishers, 1998, p19.

<sup>2</sup> Walter Lippmann, Op.cit, 1998, p45.

<sup>3</sup> Erich Ludendorff, **Der totale Krieg**, Munich, 1935, pp 201-202.

<sup>4</sup> Annette Becker, « La Grande Guerre : guerre mondiale, guerre totale », **Revue Internationale de la Croix-Rouge**, no. 4, 2015, p59.

- Définition :

D'après le Larousse, la propagande est définie comme une « Action systématique exercée sur l'opinion pour lui faire accepter certaines idées ou doctrines, notamment dans le domaine politique ou social. »<sup>1</sup>

« La propagande est l'action de diffuser, de propager, de faire connaître, de faire admettre une doctrine, une idée, une théorie politique. Son but est d'influencer l'opinion publique, de modifier sa perception d'évènements, de personnes, de produits, de convertir, de mobiliser ou de rallier des partisans. La propagande prend la forme de campagnes de diffusion d'informations toujours partiales et déformées, à grande échelle, parfois insidieuses. »<sup>2</sup>

« La propagande, faite d'images et de mots, fait partie intégrante de l'idéologie conçue comme logique d'idées qui simplifie la réalité en la déformant d'un point de vue partisan. »<sup>3</sup>

La propagande déforme les événements et intentions. Le propagandiste affirme sa pureté tout en accusant l'adversaire, reflétant ses propres intentions. Il dissimule les vrais desseins des acteurs qu'il représente pour les protéger de l'opinion publique et des adversaires. La propagande se concentre sur les intentions plutôt que sur les faits à venir, créant ainsi une illusion de pureté et d'intégrité morale. « La propagande ne peut jamais dévoiler les projets et les plans vrais »<sup>4</sup>.

« La propagande moderne exploite les connaissances et les techniques de la psychologie et de la communication. Elle privilégie la manipulation des émotions, au détriment des capacités de raisonnement et de jugement. »<sup>5</sup>

En utilisant les connaissances et les techniques de la psychologie et de la communication, la propagande cherche à influencer les individus en manipulant leurs émotions plutôt que de s'appuyer sur leur capacité de raisonnement et de jugement. En se concentrant sur les réactions émotionnelles, la propagande moderne vise à

---

<sup>1</sup> Larousse, dictionnaire en ligne, consulté le 03/05/2024, disponible sur : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/propagande/64344>

<sup>2</sup> Toupie, Dictionnaire en ligne, consulté le 03/05/2024, disponible sur : <https://www.toupie.org/Dictionnaire/Propagande.htm>

<sup>3</sup> Christian Ferrié, **La propagande de la guerre 'psychologique'**, N° 226, Raison présente, 2023, p49.

<sup>4</sup> Jacques Ellul, **Propagandes**, Paris, Éd Economica, 1990, pp 74-75.

<sup>5</sup> Toupie, Dictionnaire en ligne, consulté le 03/05/2024, disponible sur : <https://www.toupie.org/Dictionnaire/Propagande.htm>

contourner la pensée critique et à susciter des réponses impulsives et irrationnelles chez le public ciblé.

« La propagande politique tend à reposer sur la peur, à attiser l'incertitude et inquiéter son audience. Les gouvernements actuels de Hongrie et Pologne utilisent la propagande politique pour dire à leur population de qui il faut avoir peur. Leur discours se base sur l'existence d'une menace, d'un ennemi : c'est "eux" contre "nous". »<sup>1</sup>

Dans son livre "Histoire de la propagande", Jacques Ellul explore les divers moyens et techniques utilisés pour influencer l'opinion publique à travers les siècles. Il met en évidence le rôle des cérémonies dans la création d'une "psychologie de masse" en mobilisant les individus autour d'un rituel collectif et d'un mythe commun.<sup>2</sup> Analysant également l'importance de la presse dans la diffusion de la propagande, soulignant son évolution depuis les débuts de la Révolution française, où la liberté de la presse coexistait avec des mesures de censure et de répression.<sup>3</sup>

Les moyens indirects de propagande, tels que l'éducation et l'art, servent également à inculquer un sentiment d'unité nationale et à promouvoir les valeurs du régime en place. La guerre, à la fois thème et instrument de propagande, joue un rôle crucial, exploitant les conflits militaires pour mobiliser l'opinion publique et légitimer les mesures dictatoriales.<sup>4</sup>

Le concept de « l'ennemi » est abordé comme un instrument puissant de propagande, mettant en lumière comment la désignation d'un adversaire commun permet de cristalliser l'opinion publique, soulager le sentiment d'injustice, tout en déviant les mécontentements internes vers un bouc émissaire externe.<sup>5</sup>

## **2. L'évolution de la fabrication du consentement et de la propagande (approches théoriques)**

### **i. Walter Lippmann : La Naissance de la Fabrication du Consentement.**

De nombreux auteurs ont scruté le rôle de la propagande dans la manipulation de l'opinion publique ainsi que ses implications pour les besoins politiques. Dès le début des années 1920, Walter Lippmann mettait en avant l'importance croissante de

---

<sup>1</sup> **La propagande politique moderne : définition, exemples et moyens d'en venir à bout**, Liberties, consulté le 3 mai 2024, <https://www.liberties.eu/fr/stories/political-propaganda/43850>.

<sup>2</sup> Ibid,p58.

<sup>3</sup> Ibid,p59.

<sup>4</sup> Ibid, p61,62.

<sup>5</sup> Ibid, p62.

la propagande, la décrivant comme un "outil ordinaire pour gouverner les hommes", dont l'importance et le niveau de sophistication ne cessaient de croître.<sup>1</sup>

Selon lui, pour « pour mener à bien une propagande, il doit y avoir une barrière entre le public et les évènements »<sup>2</sup>.

Dans son ouvrage : « Opinion Publique », Walter Lippmann, souligne la nécessité de garantir l'unité et la flexibilité sans obtenir un consentement réel, dans un environnement incertain et instable où les masses doivent coopérer. L'idée est que pour mobiliser efficacement les masses en temps de crise, il faut parfois les immobiliser sur le plan personnel tout en les rendant très réactives en tant que groupe. L'utilisation de symboles est présentée comme l'instrument qui permet aux masses de sortir de leur inertie et de suivre une action collective dans des situations complexes et changeantes.<sup>3</sup>

« Nous allons diriger les masses stupides vers un monde qu'elles sont trop bêtes pour comprendre par elles-mêmes. »<sup>4</sup>

L'objectif serait de guider les masses vers un avenir qu'elles sont incapables de concevoir en raison de leur manque de compréhension.

Lippmann soutenait une théorie détaillée de la démocratie progressive, soulignant la présence de diverses catégories de citoyens dans une société démocratique fonctionnelle. Il identifiait une classe de spécialistes, responsables de l'analyse, de l'administration et de la direction politiques, économiques et idéologiques. Cette élite représente une minorité de la population. Lippmann désignait le reste de la population comme le "troupeau dérouté", chargé de soutenir périodiquement les membres de la classe des spécialistes par le biais d'élections, mais ensuite de se retirer de l'action politique. Selon lui, les démocraties efficaces sont caractérisées par cette division des rôles entre les spécialistes et les spectateurs.<sup>5</sup>

Lippmann affirme que la fonction des nouvelles est simplement de signaler des événements, tandis que la vérité consiste à découvrir les faits cachés, à les relier entre eux pour former une image complète de la réalité, sur laquelle les individus peuvent

---

<sup>1</sup> Noam Chomsky, Edward S. Herman, **La fabrication du consentement : de la propagande médiatique en démocratie**, Marseille, Agone, 2008, pp 14-15.

<sup>2</sup> Walter Lippmann, **Public Opinion**, New Brunswick, Transaction Publishers, 1998, p45.

<sup>3</sup> Ibid, pp 238-239.

<sup>4</sup> Noam Chomsky, **Media Control: The Spectacular Achievements of Propaganda**, Seven Stories Press, 1997, p9.

<sup>5</sup> Ibid, p10.

ensuite agir. Cependant, il souligne que ce que les gens reçoivent généralement des médias n'est pas la vérité mais des faits, et même ces faits sont souvent limités par divers facteurs tels que les stéréotypes, la standardisation, le jugement routinier et la superficialité.

Les nouvelles sont influencées par les stéréotypes et les schémas de pensée préétablis, qui déterminent ce que les individus perçoivent et comment ils interprètent les événements. Nos représentations de l'environnement sont largement influencées par ces schémas, qui sont en grande partie formés par des symboles et des idées préconçues. Ainsi, les symboles ne représentent pas simplement des idées logiques, mais agissent comme une sorte de "vérité" subjective, façonnant notre compréhension du monde et influençant nos actions.<sup>1</sup>

« Mais le dirigeant sait par expérience que ce n'est que lorsque les symboles ont accompli leur travail qu'il dispose d'un levier qu'il peut utiliser pour déplacer une foule. »<sup>2</sup>

Cela signifie que les symboles, une fois qu'ils ont influencé les opinions et les émotions du public, fournissent au dirigeant un moyen de manipulation et de mobilisation de la foule. Avant cela, il peut être difficile pour un dirigeant d'obtenir l'adhésion ou de susciter une action collective. Les symboles agissent comme un catalyseur qui facilite l'engagement et l'action du public

Lippmann reconnaît que les symboles, bien qu'ils puissent être perçus comme des outils de manipulation dans certains contextes, peuvent également être bénéfiques voire nécessaires dans d'autres situations. Il souligne que dans le domaine de la science et de la réflexion, les symboles peuvent être tentateurs, mais dans le domaine de l'action, ils peuvent être utilisés de manière constructive. Parfois, il est plus important d'agir rapidement que de tout comprendre, et que dans certaines circonstances, la compréhension totale de l'action pourrait même empêcher son succès.<sup>3</sup>

L'impact des politiques gouvernementales détermine la relation entre le dirigeant et les citoyens. S'il est difficile pour les citoyens de voir directement les conséquences des politiques, si celles-ci sont complexes ou éloignées de leur quotidien, ou si le consentement est obtenu par des émotions agréables plutôt que par une compréhension rationnelle, alors le dirigeant a tendance à avoir une plus grande

---

<sup>1</sup> Walter Lippmann, Op.cit, p9.

<sup>2</sup> Ibid, p234.

<sup>3</sup> Ibid, 236.

marge de manœuvre. Les politiques qui n'affectent pas immédiatement les habitudes privées des citoyens sont souvent plus populaires, comme la prohibition auprès des abstèmes. C'est pourquoi les gouvernements ont souvent une plus grande liberté d'action dans les affaires étrangères, où les conséquences directes sur la vie quotidienne des citoyens sont moins évidentes.<sup>1</sup>

**ii. Edward Bernays : La propagande moderne.**

«Propaganda is twin brother to advertising». – Arland Deyett Weeks.<sup>2</sup>

En se penchant ensuite sur le travail d'Edward Bernays, souvent considéré comme le père des relations publiques, on constate une évolution dans la compréhension et l'utilisation de la propagande, ses œuvres offrent un éclairage précieux sur cette transition sémantique, où le terme "propagande" a été peu à peu délaissé pour cause de connotation péjorative au profit de l'euphémisme des "relations publiques". Dans son ouvrage : *Propaganda : comment manipuler l'opinion en démocratie* ; Edward Bernays souligne que « La minorité a découvert qu'elle pouvait influencer la majorité dans le sens de ses intérêts. Il est désormais possible de modeler l'opinion des masses pour les convaincre d'engager leur force nouvellement acquise dans la direction voulue »<sup>3</sup>. Cette évolution sémantique reflète la prise de conscience croissante de la manipulation inhérente à la communication de masse.

Il est important de reconnaître l'influence omniprésente de la propagande dans notre société contemporaine, qui façonne activement nos perceptions du monde qui nous entoure. Bien que cette observation puisse sembler pessimiste à première vue, elle reflète néanmoins des tendances indéniables dans l'opinion publique. La propagande est devenue un outil largement utilisé en raison de son efficacité avérée pour susciter l'adhésion du grand public.<sup>4</sup>

En 1917, malgré la promesse du président Wilson de ne pas s'engager dans la Première Guerre mondiale, les États-Unis rejoignent massivement le conflit. Pour convaincre une population initialement pacifique, Wilson opte pour la persuasion plutôt que la contrainte.

---

<sup>1</sup> Walter Lippmann, Op.cit, p241.

<sup>2</sup> Arland D. Weeks, *The Control of the Social Mind - Psychology Of Economic And Political Relations*, 2007, p 72.

<sup>3</sup> Edward Bernays, Normand Baillargeon, *Propaganda : Comment manipuler l'opinion en démocratie*, Paris, Éd La Découverte, 2007, p 56.

<sup>4</sup> Ibid, p 65

La création de la commission Creel, avec Edward Bernays comme membre clé, met en place une vaste campagne de persuasion utilisant des outils familiers aux Américains tels que la publicité, le divertissement (cinéma, télévision)<sup>1</sup>. Inspirés par les théories de Gustave Le Bon sur la psychologie des foules, ils ciblent les émotions et les instincts plutôt que la rationalité, diabolisant les Allemands à travers des récits fictifs et des symboles visuels forts.

Grâce à cette approche émotionnelle et à l'influence des médias de masse, l'opinion publique américaine est rapidement transformée en faveur de la guerre, démontrant l'efficacité de cette stratégie de persuasion.

Edward Bernays, fortement influencé par les idées novatrices de Walter Lippmann, concevait la propagande comme l'outil prédominant de manipulation des masses. En exploitant ses compétences en relations publiques, Bernays s'employait à persuader l'opinion publique que le succès des entreprises était synonyme de bien-être général pour la population. Pour ce faire, il entreprit de métamorphoser le citoyen en simple consommateur, transformant l'acte d'achat en un désir profondément ancré plutôt qu'une simple nécessité.

« Ne pas supplier le client d'acheter votre produit, mais l'amener à vous supplier de le lui vendre: ainsi se résume la révolution qu'Edward Bernays a introduite dans la technique publicitaire. »<sup>2</sup>

Bernays exploite également l'influence des leaders d'opinion, tels que les médecins, pour faire la promotion de produits commerciaux. À titre d'exemple, il organise une campagne pour la Beachnut Company, un grand producteur de bacon, en se basant sur des études médicales pour encourager le petit-déjeuner à l'américaine.<sup>3</sup>

Bernays pousse l'art de la manipulation encore plus loin en intégrant des concepts de psychanalyse, notamment ceux de Sigmund Freud, pour modeler les comportements des consommateurs. Travaillant pour l'American Tobacco Co. en 1929, son objectif est de lever le tabou interdisant aux femmes de fumer en public, ce qui affectait les profits de la société. Il consulte le psychanalyste Brill. Edward Bernays propose alors d'associer la cigarette à un acte de rébellion féminine pour

---

<sup>1</sup> Ibid, p 16.

<sup>2</sup> Mona Chollet, **Edward Bernays, L'inventeur du marketing**, Le Monde Diplomatique, décembre 2007-janvier 2008. Disponible sur : <http://ampelosophisme.over-blog.com/2018/11/propagande.html>. Consulté le 28 mars 2024.

<sup>3</sup> Edward Bernays, Op.cit, p 95.

promouvoir l'émancipation des femmes. Par exemple, il associe les cigarettes à l'idée de liberté et de rébellion chez les femmes, contribuant ainsi à remodeler les normes sociales et à stimuler les ventes de tabac auprès de ce public.<sup>1</sup>

Cette idée, partagée par des penseurs comme Walter Lippmann, Graham Wallas et Gustave Le Bon, et souvent évoquée par Bernays, s'inscrit dans un courant antérieurement présent dans la pensée politique américaine, caractérisé par son attitude antidémocratique. Selon cette perspective, symbolisée par les mots d'Alexander Hamilton, la "grande bête" de la démocratie doit être contenue. James Madison a également défendu cette vision, arguant que le véritable pouvoir, associé à la richesse nationale, devrait être réservé aux individus les plus compétents, tandis que la principale responsabilité du gouvernement serait de protéger la minorité aisée des masses populaires. Bernays reflète ces idées en soulignant comment l'extension du suffrage universel et l'amélioration de l'éducation ont suscité des craintes au sein de la bourgeoisie, qui redoutait que les classes populaires n'accèdent au pouvoir.<sup>2</sup>

Pendant la guerre froide, la rivalité entre les États-Unis et l'URSS s'est principalement manifestée sur le plan idéologique et psychologique, mettant en avant une guerre d'images, d'idées, de propagande, de désinformation et de pression diplomatique. En l'absence de conflit ouvert entre les deux superpuissances, l'information et les médias sont devenus des outils cruciaux pour transmettre des messages et propager une idéologie. Ainsi, les Américains et les Soviétiques ont largement utilisé la propagande pour gagner le soutien de leurs populations respectives et pour susciter le rejet, voire la haine, de l'ennemi. À travers la propagande, l'objectif principal était de légitimer et de promouvoir les idées de chaque camp, soulignant ainsi l'importance de la bataille médiatique et idéologique durant cette période de tensions internationales.<sup>3</sup>

Les gouvernements américains et soviétiques ont exploité les médias de masse comme moyen d'influencer l'opinion publique dans leur propre pays et à l'étranger. Les médias étaient considérés comme un vecteur d'idéologie car ils pouvaient diffuser des idées aisément dans d'autres pays sans être contrecarrés. Pour mobiliser leurs programmes politiques, ces gouvernements ont recruté des journalistes, écrivains, artistes, scientifiques et cinéastes. Tous les canaux médiatiques étaient utilisés pour servir les objectifs du gouvernement en question.

---

<sup>1</sup> Edward Bernays, Op.cit, p 21.

<sup>2</sup> Ibid., p 25.

<sup>3</sup> Charlotte Lepri, Op.cit, p 112.

En somme, durant cette période tumultueuse de l'Histoire mondiale, le rôle des médias a été détourné afin de servir une propagande politique qui visait à convaincre par les idées plutôt que par la force militaire.

Afin de contrer ce qu'ils percevaient comme étant une "menace soviétique", les responsables politiques américains ont eu recours à la propagande comme arme idéologique contre leurs adversaires russes. Le gouvernement américain a créé l'Agence de l'information aux États-Unis (USIA) en 1953 pour gérer toutes ses activités journalistiques et propagandistes. La mission principale de cette agence était d'informer et d'influencer le public des pays étrangers afin de promouvoir les intérêts nationaux américains tout en favorisant également les échanges entre étudiants universitaires professeurs ou simples citoyens américains et étrangers ainsi que développer une compréhension approfondie quant aux comportements et décisions prises à travers le monde entier. Bien que regroupant toutes ses activités publiques officielles telles que magazines, elle préférait utiliser le terme « diplomatie publique », plutôt que celui plus connotatif péjorativement parlant au sein du territoire national: « propagande ».<sup>1</sup>

« Pour transmettre leurs messages de propagande au public, les spécialistes du plaidoyer pro domo ont le choix entre toute une panoplie de moyens qui, aujourd'hui, permettent à chacun d'entre nous de transmettre ses idées à d'autres. »<sup>2</sup>

Bernays met en évidence l'éventail diversifié d'outils disponibles pour les praticiens de la propagande, soulignant que les avancées technologiques contemporaines ont considérablement élargi les possibilités de diffusion des idées. Les médias modernes, tels que les réseaux sociaux, la télévision et l'Internet, offrent des plateformes accessibles à tous pour partager des messages persuasifs avec un large public.

La propagande en faveur d'Israël déploie une variété de stratégies visant à influencer les perceptions du public. Elle s'appuie sur une multitude de canaux de communication, notamment les médias traditionnels, les réseaux sociaux, les discours politiques et l'éducation. Un aspect central de cette propagande consiste à mettre en

---

<sup>1</sup> Charlotte Lepri, Op.cit, pp 112-113.

<sup>2</sup> Edward Bernays, Op.cit, p 209.

avant la légitimité historique et juridique de l'État d'Israël, souvent en faisant référence à la notion de "terre promise" pour les Juifs dans la tradition biblique.<sup>1</sup>

Dans le contexte du conflit israélo-palestinien, les réseaux sociaux ont été largement utilisés comme des outils de propagande pour influencer les opinions publiques internationales. Les médias occidentaux notamment ont exploité des plateformes telles que Twitter, Facebook, et Instagram pour diffuser des récits, des images et des vidéos visant à promouvoir leur point de vue. Les partisans israéliens ont utilisé les réseaux sociaux pour mettre en avant les attaques terroristes perpétrées par des groupes palestiniens. Cette utilisation des réseaux sociaux permet aux acteurs du conflit de contourner les médias traditionnels et de diffuser directement leurs messages à un public mondial, souvent sans filtre ni vérification.

« Il n'est pas de mode de communication humaine qui ne puisse aussi servir à la propagande, étant entendu que celle-ci vise simplement à faciliter la compréhension réciproque entre un individu et un groupe. »<sup>2</sup>

Bernays propose une définition de la propagande qui la positionne comme un moyen de promouvoir la compréhension mutuelle entre les individus et les groupes. Cette définition élargie suggère que la propagande ne se limite pas à des efforts unilatéraux de persuasion, mais cherche plutôt à établir des liens de communication et de confiance entre les parties prenantes.

« Le propagandiste sait en revanche que la valeur relative des divers instruments à sa disposition est tout sauf constante, de même<sup>3</sup> que leur action sur les masses. »<sup>3</sup>

Cette idée reconnaît que l'efficacité des stratégies de propagande varie en fonction du contexte et du public visé. Cette observation souligne l'importance de l'adaptabilité dans la manipulation de différents médias et méthodes de communication pour influencer efficacement les opinions publiques changeantes.

Bernays note le déclin de la popularité des rassemblements publics traditionnels, soulignant que les événements en personne nécessitent désormais des attractions spéciales pour attirer l'attention d'un large public. Cette observation met en lumière

---

<sup>1</sup> **Décryptage des stratégies de propagande médiatique en faveur d'Israël**, Libanews, dernière mise à jour le 20/02/2024. Consulté le 01/05/2024. <https://libanews.com/decryptage-des-strategies-de-propagande-mediatique-en-faveur-disrael/>.

<sup>2</sup> Edward Bernays, Normand Baillargeon, Op.cit.

<sup>3</sup> Ibid.

les changements dans les préférences et les habitudes de consommation médiatique de la société contemporaine.<sup>1</sup>

« Le journal, bien sûr, reste un outil idéal pour la transmission des points de vue et des idées, en d'autres termes pour la propagande. »<sup>2</sup>

Cette idée met en lumière l'importance continue du journal en tant qu'outil privilégié de la propagande en raison de sa portée étendue et de son influence durable. Cette observation souligne la capacité unique des journaux à façonner les opinions publiques et à influencer les débats sociaux à travers leurs contenus éditoriaux et leurs reportages.

« Les magazines ne sont pas tenus de rendre compte de l'actualité. Leurs rédacteurs choisissent les articles à tête reposée, en fonction d'une politique définie une fois pour toutes. »

En distinguant les magazines des journaux, on identifie les disparités dans leurs approches éditoriales. Alors que les journaux sont souvent tenus de rapporter les événements actuels, les magazines sont libres de choisir leur contenu en fonction de leurs orientations politiques et éditoriales préétablies. Cela souligne la diversité des médias et des perspectives médiatiques disponibles pour influencer les opinions publiques.

### **iii. Noam Chomsky : la propagande et les médias de masse.**

La célèbre comparaison de Noam Chomsky entre la propagande et la violence qu'il décrit comme une matraque, offre une perspective provocante sur la nature même de la démocratie et des régimes autoritaires.

« La propagande est à la société démocratique ce que la matraque est à l'Etat totalitaire. » - Noam Chomsky.<sup>3</sup>

Elle souligne la puissance de la manipulation psychologique et de l'endoctrinement dans les sociétés démocratiques, mettant en lumière les défis inhérents à la préservation de l'opinion publique informée et de la liberté d'expression.

Le point de départ de Noam Chomsky est fondé sur ce qu'il appelle un "modèle de propagande".

Ce modèle est une construction analytique qui vise à expliquer le comportement des médias occidentaux en mettant en lumière les principales structures

---

<sup>1</sup> Edward Bernays, Normand Baillargeon, Op.cit.

<sup>2</sup> Ibid, p210.

<sup>3</sup> Noam Chomsky et Robert W. McChesney, **Propagande, médias et démocratie : L'illusion de la liberté**, Montréal, Éd Écosociété, 2005, p25.

institutionnelles et relationnelles dans lesquelles ils opèrent. Chomsky avance l'idée que les médias, parmi leurs multiples fonctions, servent également à faire la propagande au nom des puissants groupes d'intérêts qui les contrôlent et les financent. Ces groupes ont des objectifs spécifiques et des principes à promouvoir, et ils sont en mesure de déterminer et d'influencer l'orientation des médias. Cette influence n'est généralement pas directe ou flagrante, mais plutôt exercée par le biais de la sélection d'un personnel en accord avec leurs convictions politiques, et en veillant à ce que les rédacteurs et les journalistes intègrent bien les priorités et les critères de ce qui peut être publié en conformité avec les besoins des institutions.<sup>1</sup>

Les médias fonctionnent en tant qu'instrument de pouvoir et de contrôle social, plutôt que comme un simple moyen d'informer le public. Bien que les médias ont la possibilité de pousser le public dans une direction souhaitée par les élites dirigeantes, cette influence n'est pas absolue et dépend du degré d'alignement des médias sur un ordre du jour officiel.

Lorsque les intérêts du public diffèrent significativement de ceux des élites, et que le public dispose de ses propres sources d'information indépendantes, la propagande médiatique peut être remise en question et même contestée.

Le modèle de propagande élaboré par Noam Chomsky et Edward Herman met en lumière la combinaison de différentes forces qui détermine le fonctionnement des médias. Ce modèle met en évidence les relations de pouvoir et les intérêts qui influencent les médias, sans nécessairement affirmer que toute propagande médiatique est efficace dans sa capacité à façonner les opinions publiques.<sup>2</sup>

Le fonctionnement des médias dans les démocraties repose sur un modèle de propagande, caractérisé par une censure constante et généralisée.

Dans les régimes où le pouvoir est concentré dans les mains d'une administration bureaucratique, le contrôle des médias par l'État, souvent renforcé par une censure officielle, témoigne clairement de la soumission des médias aux intérêts d'une élite dominante. En revanche, dans les sociétés où les médias sont des entités privées et où la censure officielle est rare, il est plus difficile d'identifier le fonctionnement du système de propagande. Surtout lorsque ces médias sont en concurrence directe, critiquent régulièrement les grandes entreprises et le gouvernement, et se présentent comme des défenseurs de la liberté d'expression et de l'intérêt public, ils dissimulent souvent la véritable portée de leurs critiques et l'ampleur des inégalités dans les ressources disponibles. Cette dissimulation masque les limites des critiques et leurs

---

<sup>1</sup> Edward S. Herman, Noam Chomsky, **Fabriquer un consentement: la gestion politique des médias de masse**, Bruxelles, Éd Investig'Action, 2018, p 27.

<sup>2</sup> Ibid, p28.

implications sur l'accès aux médias privés ainsi que sur leur orientation et leur comportement.<sup>1</sup>

### **3. Le Modèle de Propagande de Noam Chomsky et Edward S. Herman: Analyse des Cinq Filtres de la Fabrication du Consentement :**

Le premier filtre du modèle de propagande : « **Taille, contrôle et orientation lucrative des mass médias** »<sup>2</sup>

Ce premier filtre met en lumière la difficulté d'accès aux médias d'une audience significative en raison des coûts élevés associés à leur création et leur maintien. Ce filtre a des implications profondes sur la diversité et l'indépendance des sources d'information disponibles pour le grand public.

Un exemple concret de cette situation est l'abrogation des taxes punitives sur la presse entre 1853 et 1869 en Grande-Bretagne. Plutôt que de stimuler la diversité des médias, cela a conduit à une concentration accrue, avec l'apparition de nouveaux quotidiens locaux, mais aucun quotidien populaire local n'a été créé jusqu'à la fin du 19e siècle. Cette tendance a été observée aux États-Unis également, où le coût de lancement d'un nouveau journal à New York était déjà élevé en 1851 et a continué d'augmenter au fil des décennies.<sup>3</sup>

Aux États-Unis, des mécanismes similaires étaient à l'œuvre, comme en témoigne le coût prohibitif de lancement d'un nouveau journal à New York, évalué à environ 69 000 dollars en 1851.<sup>4</sup>

Ce problème persiste et s'intensifie de nos jours, notamment avec l'évolution des technologies et la nécessité d'optimiser l'audience pour assurer la viabilité financière des médias. Les coûts de création et de maintien des médias ont considérablement augmenté, limitant ainsi l'accès à ceux qui ont les moyens financiers nécessaires. Cette concentration financière a pour conséquence une concentration du contrôle médiatique entre les mains de quelques grands groupes, qui influent sur les perspectives et les agendas médiatiques.

Par exemple, aux États-Unis, les vingt-neuf plus grands groupes médiatiques contrôlent à eux seuls plus de la moitié de la presse écrite et la quasi-totalité des radios, chaînes de télévision, magazines, maisons d'édition et productions cinématographiques. Ces groupes sont généralement dirigés par des milliardaires ou

---

<sup>1</sup> Edward S. Herman, Noam Chomsky, **Fabriquer un consentement: la gestion politique des médias de masse**, Bruxelles, Éd Investig'Action, 2018, p92.

<sup>2</sup> Ibid, p94.

<sup>3</sup> Ibid.

<sup>4</sup> Ibid, p95.

des PDG étroitement liés aux intérêts lucratifs, ce qui influence souvent le contenu et la présentation de l'information diffusée.

Ces grands groupes médiatiques sont souvent interconnectés avec d'autres secteurs économiques, tels que les banques, les entreprises et même le gouvernement.<sup>1</sup> Cette interconnexion renforce leur influence et leur contrôle sur l'information diffusée, car leurs intérêts financiers et politiques influencent les choix éditoriaux et les angles de couverture médiatique.

Dans le cadre des conflits, les propriétaires des médias peuvent avoir des affiliations politiques ou économiques avec l'une des parties en conflit, ce qui peut se refléter dans la couverture médiatique. Cela peut conduire à des choix éditoriaux qui favorisent certaines perspectives, tandis que d'autres peuvent être négligées ou minimisées. Par exemple, dans le cadre du conflit israélo-palestinien, la propriété des médias par des groupes ayant des liens étroits avec des intérêts israéliens peut influencer la manière dont les événements sont rapportés. La propriété des médias par des entités ayant des liens étroits avec des intérêts politiques ou économiques spécifiques peut influencer la façon dont le conflit est présenté dans les médias.

Le conflit Israélo-Palestinien en est un exemple pertinent : la propriété des médias par des groupes ayant des liens étroits avec des intérêts israéliens influence la manière dont les événements sont rapportés.

Les défenseurs d'Israël, qu'ils appartiennent à des groupes de lobbying, à des institutions étatiques ou à titre individuel, mènent des campagnes concertées visant à promouvoir des messages favorables aux intérêts et aux perspectives israéliens.<sup>2</sup>

Le deuxième filtre « **La publicité ou le droit de commerce par privilège** »<sup>3</sup> met en lumière le rôle majeur de la publicité dans la transformation du paysage médiatique, en particulier dans la presse écrite et la télévision, ainsi que son impact sur le contenu, l'orientation politique et la viabilité économique des médias. Avant l'essor de la publicité, les journaux étaient contraints de maintenir des prix de vente élevés pour couvrir leurs coûts de production. Cependant, l'introduction de la publicité a permis à certains journaux d'abaisser significativement leurs prix en attirant des annonceurs, désavantageant ainsi les journaux de la classe ouvrière et radicale qui ne jouissaient pas du même attrait pour les annonceurs.<sup>4</sup> Cette situation a contribué à une concentration des médias en favorisant les publications populaires et lucratives au détriment de la diversité des opinions médiatiques. Par exemple, des

---

<sup>1</sup> Edward S. Herman, Noam Chomsky, **Fabriquer un consentement: la gestion politique des médias de masse**, Bruxelles, Éd Investig'Action, 2018, p97.

<sup>2</sup> **Décryptage des stratégies de propagande médiatique en faveur d'Israël**, Libanews, Op.cit.

<sup>3</sup> Edward S. Herman, Noam Chomsky, Op.cit, p104.

<sup>4</sup> Ibid, p105.

journaux comme le Daily Herald au Royaume-Uni ont disparu faute de soutien publicitaire, affaiblissant ainsi les mouvements politiques qu'ils défendaient.<sup>1</sup> Les annonceurs exercent une influence notable sur la programmation télévisuelle en finançant les programmes alignés sur leurs intérêts, ce qui peut exclure les contenus controversés ou politiquement dissidents afin de préserver les revenus publicitaires.<sup>2</sup> « Autrement dit, l'objectif des mass médias est d'attirer le public non pour lui-même mais en fonction de son pouvoir d'achat. »<sup>3</sup>

Cette influence peut également se traduire par une discrimination politique, où les médias ne correspondant pas aux intérêts des annonceurs risquent de perdre leur financement. Cela peut conduire à une réduction de la diversité et de la qualité du contenu médiatique, les programmes informatifs ou contestataires étant souvent relégués au profit de divertissements plus légers et lucratifs visant un public plus large.<sup>4</sup>

Le troisième filtre, qui se penche sur "**Mass médias et information, le choix des sources**"<sup>5</sup>, met en lumière la dynamique complexe entre les médias de masse et les sources d'information influentes. Cette relation est hautement symbiotique, les deux parties bénéficient mutuellement de cette relation de manière significative, alimentée à la fois par des impératifs économiques et des intérêts mutuels. Les médias ont un besoin vital d'un flux régulier d'informations, mais ils ne peuvent déployer des ressources pour couvrir tous les événements majeurs. Par conséquent, ils se concentrent là où les événements significatifs sont fréquents, là où les fuites et les conférences de presse sont monnaie courante, comme à la Maison-Blanche, au Pentagone ou dans les entreprises. Cette tendance à se concentrer sur les centres de pouvoir entraîne une dépendance envers les sources officielles, qui bénéficient déjà d'un statut et d'une crédibilité établis.<sup>6</sup>

Les grandes administrations publiques et les entreprises, principales sources d'information des médias, disposent de vastes ressources de communication. Par exemple, les services de communication du Pentagone dépensent des centaines de millions de dollars par an pour assurer leur présence dans les médias. Cette abondance de ressources permet aux grandes institutions de dicter l'agenda médiatique et de maintenir une influence considérable. En revanche, les voix

---

<sup>1</sup> Edward S. Herman, Noam Chomsky, Op.cit p106.

<sup>2</sup> Ibid, p107.

<sup>3</sup> Ibid.

<sup>4</sup> Edward S. Herman, Noam Chomsky, Op.cit p108.

<sup>5</sup> Ibid, p110.

<sup>6</sup> Ibid, p111.

dissidentes ou les organisations à but non lucratif disposent de ressources limitées et peinent à faire entendre leur voix dans les médias.<sup>1</sup>

Les grandes entreprises et les administrations publiques ont recours à diverses stratégies pour garantir leur présence dans les médias. Elles fournissent des locaux pour les journalistes, coordonnent les horaires des conférences de presse pour maximiser la couverture médiatique, rédigent des communiqués de presse adaptés aux médias et organisent des sessions de photo opportunité. Ces efforts visent à faciliter le travail des journalistes tout en promouvant les intérêts des grandes institutions.<sup>2</sup>

Les médias eux-mêmes peuvent jouer un rôle dans la production d'experts, en mettant en avant des individus qui soutiennent la version officielle des événements. Ces "experts" sont souvent financés et promus par les médias, ce qui renforce leur crédibilité et leur statut en tant que références dans leur domaine. De plus, les médias accordent souvent une attention particulière aux anciens radicaux qui retournent leur veste, leur offrant une plateforme pour promouvoir des idées alignées sur l'establishment.<sup>3</sup>

Dans le contexte du conflit Israélo-palestinien, les médias, en particulier ceux dépendant de sources officielles et gouvernementales, peuvent favoriser le point de vue israélien. Comment cette dépendance peut influencer la compréhension globale du conflit, en particulier en examinant les implications politiques et économiques de chaque source ? Les sources officielles ont souvent des intérêts politiques particuliers. En s'appuyant exclusivement sur ces sources, les médias risquent de présenter une vision biaisée du conflit, en mettant en avant les perspectives qui correspondent aux positions officielles. Par conséquent, la compréhension du public peut être déformée, car la diversité des opinions et des expériences sur le terrain peut être sous-représentée.

Il est crucial d'adopter une perspective critique à l'égard des médias et de l'information afin de contrer la propagande en faveur d'Israël. Cette démarche nécessite de remettre en question les narratifs simplistes, de chercher des sources d'information indépendantes et de diversifier les points de vue. Il est également primordial de promouvoir la transparence et la responsabilité des médias, tout en

---

<sup>1</sup> Edward S. Herman, Noam Chomsky, Op.cit 112.

<sup>2</sup> Ibid, p111.

<sup>3</sup> Ibid, p118.

soutenant les voix marginalisées et les organisations qui s'efforcent de fournir une couverture équilibrée du conflit.<sup>1</sup>

Le quatrième filtre : « **La flak entre autres moyens de pression** »<sup>2</sup>

« Le terme flak désigne certaines réactions négatives aux positions ou affirmations des médias. Cela peut prendre la forme de lettres, de télégrammes, de coups de téléphone, de pétitions, de poursuites judiciaires, de discours, de projets de loi devant le Congrès, ou diverses autres formes de récriminations, menaces et autres actions punitives. »<sup>3</sup>

Ce terme est décrit comme un moyen de pression exercé sur les médias pour influencer leur contenu et leur couverture. Il englobe une gamme variée de réactions négatives, allant des lettres de protestation et des poursuites judiciaires aux campagnes de boycott et aux attaques médiatiques concertées.

Un exemple concret de flak est la manière dont les annonceurs peuvent retirer leur soutien financier aux médias dont le contenu ou les positions déplaisent à certains groupes ou intérêts. Lorsque des annonceurs se retirent en masse en raison de pressions externes, cela peut exercer une pression considérable sur les médias pour qu'ils modifient leur ligne éditoriale ou leur couverture.<sup>4</sup>

Un autre exemple historique est celui de la période du maccarthysme aux États-Unis, où des groupes politiques et des entreprises ont utilisé des tactiques de flak pour réduire au silence les voix dissidentes et imposer un narratif spécifique. Les médias qui osaient critiquer le gouvernement ou remettre en question le statu quo étaient souvent ciblés par des campagnes de dénigrement et des menaces de boycott, ce qui limitait leur capacité à rapporter de manière objective les événements.<sup>5</sup>

Des organisations telles que l'American Legal Foundation et Accuracy in Media ont été créées dans le but explicite de générer de la flak contre les médias jugés trop critiques envers certains intérêts. Ces groupes ont utilisé leur influence et leurs ressources financières pour contester la crédibilité des médias et pousser à des rétractations ou des modifications de contenu.<sup>6</sup>

---

<sup>1</sup> **Décryptage des stratégies de propagande médiatique en faveur d'Israël**, Libanews, Op.cit.

<sup>2</sup> Edward S. Herman, Noam Chomsky, Op.cit, p119.

<sup>3</sup> Ibid.

<sup>4</sup> Ibid.

<sup>5</sup> Ibid, p120.

<sup>6</sup> Ibid.

La flak peut également être exercée par le gouvernement lui-même, à travers des agences gouvernementales ou des services d'information, pour promouvoir une certaine perspective politique ou pour étouffer les critiques. Par exemple, sous l'administration Reagan, la télévision était souvent utilisée comme un outil de propagande pour promouvoir les politiques du gouvernement et attaquer ceux qui les contestaient.<sup>1</sup>

Ce mécanisme de pression est complexe et souvent invisible, pouvant avoir un impact significatif sur la façon dont les médias opèrent et sur la diversité des points de vue présentés dans le paysage médiatique.

Les médias jouent un rôle crucial dans la façon dont le conflit israélo-palestinien est présenté au public, et la propagande pro-Israël cherche à justifier les actions d'Israël<sup>2</sup> notamment ses opérations militaires, en diabolisant « l'ennemi palestinien » à travers les médias.

Le dernier filtre est intitulé : « **L'anticommunisme comme mécanisme de contrôle.** »<sup>3</sup>

« Le dernier filtre est l'idéologie anticomuniste elle-même. Perçu comme le mal absolu, le communisme a toujours été la hantise des propriétaires, menaçant jusqu'à la racine même de leurs position et statut de classe dominante. »<sup>4</sup>

Dans ce contexte, l'anticommunisme agit comme un puissant mécanisme de contrôle idéologique, influençant profondément les perceptions, façonne les politiques, les discours et les actions des élites occidentales, tout en limitant la liberté d'expression et la diversité des opinions dans les médias.

Construction de l'ennemi commun : L'anticommunisme a permis de mobiliser les populations contre un ennemi commun perçu comme le mal absolu. Les événements historiques comme les révolutions soviétique, chinoise et cubaine ont renforcé cette perception en tant que menaces existentielles pour les élites occidentales.

La guerre froide et la propagation de la peur du communisme ont alimenté des politiques de répression et de surveillance de masse, comme le maccarthysme aux États-Unis.

---

<sup>1</sup> Edward S. Herman, Noam Chomsky, Op.cit, p121.

<sup>2</sup> **Décryptage des stratégies de propagande médiatique en faveur d'Israël**, Libanews, Op.cit.

<sup>3</sup> Edward S. Herman, Noam Chomsky, Op.cit, p123.

<sup>4</sup> Ibid.

Division de la gauche : L'anticommunisme a été utilisé pour diviser la gauche et les mouvements ouvriers en diabolisant toute forme de radicalisme ou de compromis avec les idées communistes. Cela a conduit certains libéraux à adopter des positions réactionnaires pour prouver leur anticommunisme. Exemple : Le renversement du président dominicain Juan Bosch par les États-Unis en raison de ses politiques démocratiques et de ses tentatives de réforme sociale, perçues comme trop favorables aux communistes.

Pression sur les médias et les intellectuels : L'anticommunisme exerce une pression constante sur les médias et les intellectuels, les contraignant à adopter des positions anticommunistes pour éviter d'être accusés de sympathie envers l'ennemi. Cela crée un environnement culturel où l'anticommunisme domine et limite la diversité des opinions. Les interventions militaires américaines en Amérique latine, justifiées par la menace communiste, ont souvent bénéficié du soutien tacite ou explicite des médias et des intellectuels libéraux.

L'anticommunisme justifie souvent la manipulation de l'information et la propagation de fausses nouvelles pour diaboliser les mouvements progressistes et légitimer les actions répressives.

En désignant un ennemi commun perçu comme le mal absolu, l'anticommunisme joue un rôle crucial dans la mobilisation des populations. Les révolutions soviétique, chinoise et cubaine ont exacerbé cette perception, renforçant ainsi l'idée d'une menace existentielle pour les élites occidentales.<sup>1</sup>

Durant la guerre froide, la peur du communisme a alimenté des politiques de répression et de surveillance de masse, telles que le maccarthysme aux États-Unis. De plus, l'anticommunisme a été utilisé pour diviser la gauche et les mouvements ouvriers en diabolisant toute forme de radicalisme ou de compromis avec les idées communistes. Cette division a conduit certains libéraux à adopter des positions réactionnaires pour prouver leur anticommunisme, comme en témoigne le renversement du président dominicain Juan Bosch par les États-Unis en raison de ses politiques démocratiques jugées trop favorables aux communistes.<sup>2</sup> L'anticommunisme exerce une pression constante sur les médias et les intellectuels, les incitant à adopter des positions anticommunistes pour éviter d'être accusés de sympathie envers l'ennemi. Cette pression crée un environnement culturel où l'anticommunisme domine et limite la diversité des opinions. Les interventions

---

<sup>1</sup> Edward S. Herman, Noam Chomsky, Op.cit p123.

<sup>2</sup> Ibid, p124.

militaires américaines en Amérique latine, justifiées par la menace communiste, ont souvent reçu le soutien tacite ou explicite des médias et des intellectuels libéraux.<sup>1</sup>

L'anticommunisme justifie souvent la manipulation de l'information et la propagation de fausses nouvelles pour diaboliser l'ennemi. En présentant les Palestiniens comme des acteurs violents, la stratégie d'Israël vise à délégitimer les aspirations palestiniennes à l'autodétermination et à la souveraineté politiques.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Edward S. Herman, Noam Chomsky, Op.cit.

<sup>2</sup> **Décryptage des stratégies de propagande médiatique en faveur d'Israël**, Libanews, Op.cit.

**Conclusion partiel :**

Ce chapitre a exploré en profondeur les mécanismes de construction de la figure de l'ennemi et la fabrication du consentement qui légitime ces perceptions, en utilisant un cadre théorique enrichi par les travaux des penseurs.

Ainsi notre étude s'achève sur les résultats suivants :

L'étude a montré que la notion d'ennemi a évolué significativement depuis les affrontements tribaux jusqu'aux guerres modernes entre États-nations. Initialement définie par des moyens militaires et territoriaux, la perception de l'ennemi s'est transformée avec la mondialisation et l'avènement des médias de masse. Les enjeux sécuritaires ont également évolué, faisant de la construction de l'ennemi une stratégie politique sophistiquée.

En s'appuyant sur les théories de Walter Lippmann et Edward Bernays, ce chapitre a illustré comment la propagande et la fabrication du consentement sont essentielles dans la diabolisation de l'ennemi. Israël, comme d'autres acteurs dans les conflits armés, utilise ces outils pour influencer l'opinion publique, justifier ses actions militaires et maintenir un soutien international. La manipulation des perceptions à travers les médias renforce les stéréotypes et simplifie la complexité du conflit, consolidant ainsi une vision unidimensionnelle de l'ennemi.

L'approche critique de Noam Chomsky a été employée pour analyser la propagande contemporaine et les médias de masse. Le modèle de Chomsky et Herman, avec ses cinq filtres de la fabrication du consentement, a révélé comment les perceptions de l'ennemi sont construites, renforcées et maintenues. Cette analyse a mis en évidence les mécanismes par lesquels les discours médiatiques sont filtrés et orientés pour servir des intérêts politiques et économiques, tout en obscurcissant les réalités complexes des conflits armés.

Les résultats de ce chapitre montrent que la construction et la diabolisation de l'ennemi ne sont pas seulement des tactiques militaires, mais aussi des stratégies médiatiques sophistiquées. Les discours et pratiques médiatiques jouent un rôle crucial dans la formation des perceptions publiques, influençant la manière dont les conflits sont compris et soutenus à l'échelle mondiale. Les images, les récits et les représentations médiatiques contribuent à forger une réalité simplifiée qui renforce les agendas politiques tout en minimisant les aspects critiques et nuancés des conflits.

Ce chapitre a fourni une vue d'ensemble détaillée des processus complexes impliqués dans la fabrication de l'ennemi dans les conflits armés, démontrant

l'importance d'une analyse critique des mécanismes médiatiques et de propagande pour comprendre les dynamiques de la perception et de la légitimation des conflits contemporains.

Ces éléments fournissent le socle nécessaire à l'introduction du chapitre deux, intitulé "Les mécanismes de la stratégie médiatique israélienne". Ce chapitre est indispensable pour compléter l'analyse en offrant une étude approfondie des pratiques spécifiques employées par Israël dans la gestion de son image et la diffusion de son narratif à l'international. Il se penchera sur les outils et techniques précis utilisés par Israël pour façonner les perceptions globales, notamment dans le cadre du conflit israélo-palestinien. En examinant ces aspects concrets, nous serons à même de saisir comment les théories de propagande et de fabrication du consentement, abordées dans le premier chapitre, se concrétisent dans la réalité des stratégies médiatiques israéliennes. Ce complément permettra ainsi d'enrichir notre compréhension des dynamiques médiatiques et politiques et de leur rôle dans la construction de l'ennemi et la justification des politiques internationales.

**Chapitre II :**  
**Les mécanismes de la stratégie  
médiatique israélienne.**

### **Introduction:**

L'histoire, en tant que récit dynamique, est façonnée par les actions et les interprétations des individus à travers les époques.

« Selon moi, l'histoire est faite par les hommes et les femmes, mais elle peut également être défaite et réécrite, à coups de silences, d'oublis, de formes imposées et de déformations tolérées. »<sup>1</sup> - Edward Saïd.

Edward Saïd met en évidence le rôle essentiel des acteurs humains dans la construction et la transmission des récits historiques. Néanmoins, cette construction historique est loin d'être immuable ; elle est sujette à la fragilité et à la manipulation.

L'idée selon laquelle l'histoire peut être déformée ou réécrite est particulièrement saisissante, cette déformation peut se manifester à travers divers moyens, tels que le silence sur certains événements, l'oubli délibéré de certains aspects, voire même la tolérance envers les distorsions historiques. Ces observations soulignent les défis et les enjeux inhérents à la construction et à l'interprétation de l'histoire, les récits historiques ne sont pas nécessairement neutres ou objectifs, ils peuvent être influencés par des agendas politiques, des préjugés culturels, ou des intérêts particuliers.

Cette perspective est particulièrement pertinente lorsqu'on examine le conflit israélo-palestinien qui suscite une abondance de débats et de publications. Historiens, responsables politiques, journalistes et citoyens s'y investissent avec une attention soutenue.

Depuis la fin de la guerre froide et avec l'avènement d'Internet et des médias mondiaux, l'information est devenue une arme centrale des États, bouleversant l'ordre géopolitique. La guerre de l'information, qui oppose les régimes autoritaires aux démocraties, étend les champs de bataille et transforme chaque citoyen en acteur potentiel. Aujourd'hui, la puissance des États, qu'elle soit fondée sur leur force militaire traditionnelle, leur influence culturelle ou leur capacité à manipuler les perceptions (sharp power), dépend de leur capacité à utiliser leurs moyens de communication pour influencer les opinions, par la cyber-guerre, la désinformation ou l'exploitation de théories du complot. À l'ère de l'intelligence artificielle et de la guerre cognitive, les médias sociaux sont devenus le principal théâtre d'une impitoyable "guerre du Net" où nos esprits sont le véritable enjeu.

---

<sup>1</sup> Edward Saïd, **L'orientalisme: l'Orient créé par l'Occident**, Seuil, 2005, p5.

Le conflit israélo-palestinien est une fusion brutale de violence et de rhétorique. C'est un combat incessant entre des visions antagonistes de la propriété de cette région, autrefois ottomane, puis sanctifiée sous le mandat britannique, et maintenant partagée entre Israël et les territoires palestiniens.<sup>1</sup>

Dans son ouvrage ; « Le récit impossible: le conflit israélo-palestinien et les médias », Jérôme Bourdon, suggère qu'il est essentiel de prendre du recul par rapport à nos propres opinions et préjugés pour comprendre pleinement le rôle des médias dans le conflit israélo-arabe.<sup>2</sup> Au lieu de chercher une validation de nos convictions personnelles dans les médias, Bourdon préconise une approche analytique. Il nous invite à examiner minutieusement le fonctionnement des médias, à comprendre leurs mécanismes internes, leurs motivations sous-jacentes et les diverses influences qui les façonnent.

« Le média électronique a complètement révolutionné nos notions du temps et de l'espace. La radio, puis la télévision, et aujourd'hui le satellite et l'informatique ont réalisé le miracle d'abolir la distance. (...) Dès à présent, l'image se substitue progressivement à l'écrit pour faire circuler l'information à travers le monde. (...) »<sup>3</sup>

Avec l'essor de l'ère numérique cette idée met en évidence la transformation majeure des méthodes de communication et de manipulation de l'opinion publique à l'ère numérique, en particulier depuis l'avènement des médias électroniques et du Web 2.0. Contrairement aux moyens de communication unidirectionnels antérieurs, les médias électroniques permettent désormais un retour direct du récepteur vers l'émetteur, créant ainsi un processus interactif.

L'utilisation de dispositifs de suivi et de collecte de données, tels que le tracking, offre aux propagandistes une connaissance détaillée des destinataires des messages, ainsi qu'une évaluation en temps réel de l'efficacité de ces messages. Cette capacité de mesure précise de l'impact des campagnes de propagande permet une personnalisation accrue des messages, adaptés aux caractéristiques et aux comportements spécifiques de chaque individu ciblé.

Le concept de "propagande 2.0" illustre cette évolution vers une manipulation de masse plus sophistiquée et individualisée, exploitant les nouvelles possibilités offertes par les médias numériques. De plus, la quantité massive de données collectées par les agences

---

<sup>1</sup> Jérôme Bourdon, **Le Récit Impossible: Le Conflit Israélo-palestinien et les Médias**, Paris, HAL Open Science, 2009, p5.

<sup>2</sup> Ibid.

<sup>3</sup> Alain Woodrow, **Information-Manipulation**, Éditions le Félin, 1990, pp 21-22.

de renseignement, les data-brokers et les géants de la technologie comme Facebook et Google donne à un petit nombre d'acteurs une compréhension inégalée des comportements humains à l'échelle mondiale.

*« L'image, quoi de plus séduisant ? Elle se donne totalement, dans l'instant, à un public devenu blasé, pressé, qui n'a ni le temps, ni l'envie, ni parfois la capacité de s'attarder, d'examiner, encore moins d'analyser le message reçu. L'image, c'est la facilité : elle encourage la paresse, la passivité. Elle fait d'abord résonner l'hémisphère gauche du cerveau, en appelant plus à l'émotion qu'à la raison. (...) »<sup>1</sup>*

Ce passage souligne la capacité séduisante de l'image à captiver instantanément un public qui est décrit comme blasé et pressé. Cette observation reflète une réalité où les individus sont souvent surchargés d'informations et cherchent des moyens rapides et attractifs de consommer du contenu.

L'image, par sa nature visuelle et émotionnelle, semble encourager une approche passive et une réception superficielle. En favorisant l'émotion au détriment de la raison, elle semble mobiliser principalement l'hémisphère gauche du cerveau, suggérant une prédominance de réactions instinctives plutôt que d'une analyse critique approfondie.

Une conséquence directe de cette approche est la tendance à la paresse intellectuelle, où les spectateurs peuvent absorber les messages sans remise en question ni analyse critique. Cela peut potentiellement diminuer la capacité collective à traiter les informations de manière nuancée et à s'engager activement dans la compréhension des sujets complexes.

Les stratèges militaires intègrent dans leurs plans opérationnels les tenants et aboutissants de la société de communication, ainsi que la complexité d'un monde façonné par un réseau dense de médias d'information. La manipulation des perceptions de la guerre est désormais reconnue comme une composante stratégique essentielle, au même titre que la perturbation des moyens de communication de l'ennemi. L'épisode emblématique du "sauvetage" de la soldate Lynch en 2003, largement médiatisé par l'armée américaine, illustre cette dynamique, même si les révélations ultérieures ont mis en lumière les mensonges qui l'entouraient.<sup>2</sup>

Pendant les campagnes de génocide et de nettoyage ethnique, la désinformation devient une arme redoutable : elle sert à déshumaniser les victimes, à légitimer la

---

<sup>1</sup> Ibid.

<sup>2</sup> Arnaud Mercier, "Quelle place pour les médias en temps de guerre? Guerres et médias : permanences et mutations", **Raisons politiques**, no.13, 2004, p2.

violence de masse et, surtout, à semer le doute afin de neutraliser les appels à l'intervention. Lorsque l'information est utilisée à des fins militaires, la confusion et le doute ne résultent plus simplement du "brouillard de la guerre" comme un effet secondaire, mais sont délibérément cultivés dans le but explicite de les provoquer.

Analyser le traitement médiatique du conflit israélo-palestinien, en particulier à partir des événements du 7 octobre 2023, nécessite de comprendre les dynamiques et les biais qui structurent ce traitement. Cette analyse se concentre sur le cadre global du débat public, les tendances de sous-médiatisation et de mal-médiatisation, et l'utilisation de la rhétorique émotionnelle pour façonner la perception du conflit.

La désinformation étant omniprésente sur les réseaux sociaux, Israël mobilise ses vastes ressources pour diffuser son message, connu sous le nom de « Hasbara ». Depuis le 7 octobre, la diplomatie publique israélienne a intensifié ses efforts. Les plateformes sociales israéliennes exploitent des stéréotypes racistes et déshumanisants sur les Arabes et les Musulmans pour légitimer les actions militaires à Gaza, dans une campagne marquée par la désinformation et la manipulation. Dans ce contexte, Daniel Hagari, porte-parole de l'armée israélienne, utilise des infographies méticuleusement conçues pour promouvoir la narrative israélienne concernant ses opérations à Gaza.<sup>1</sup>

Dans ce chapitre intitulé "Les mécanismes de la stratégie médiatique israélienne", nous explorerons en profondeur la notion de hasbara. Nous débiterons par une définition précise de ce concept et examinerons son évolution, passant d'une simple stratégie de communication à une propagande médiatique d'envergure mondiale. Ensuite, nous analyserons le rôle central de la hasbara dans le paysage politique et médiatique israélien, en soulignant son intégration dans la stratégie nationale, notamment sa relation avec les objectifs militaires.

Nous étudierons également les mécanismes spécifiques de la stratégie médiatique israélienne, allant au-delà de la simple diffusion d'informations pour inclure des tactiques sophistiquées telles que la déshumanisation et la diabolisation des Palestiniens. Cette analyse approfondie portera sur la manière dont Israël sélectionne minutieusement les mots, les images et les cadres médiatiques pour influencer les perceptions mondiales et légitimer ses actions politiques et militaires.

---

<sup>1</sup> Tariq Kenney-Shawa, "Hasbara: La désinformation est une arme israélienne de destruction massive." Al-Shabaka. Publié par Chronique de Palestine le 31 mars 2024. Consulté le 17 mai 2024, à 14:56. <https://www.chroniquepalestine.com/hasbara-la-desinformation-est-une-arme-israelienne-de-destruction-massive/>.

## **Chapitre II : Les mécanismes de la stratégie médiatique israélienne.**

---

Enfin, nous examinerons l'impact de l'image et de la rhétorique émotionnelle utilisées par les médias israéliens. Nous étudierons la manière dont les choix de couleurs, d'arrière-plan et d'autres éléments visuels sont délibérément employés pour façonner le récit et susciter des réponses émotionnelles chez les auditoires internationaux. Ce chapitre vise à fournir une analyse rigoureuse et critique des stratégies médiatiques déployées par Israël, en mettant en lumière leurs implications pour la perception mondiale du conflit israélo-palestinien.

**A. La Hasbara comme stratégie médiatique (comme arme de stratégie massive) :**

**1. La Construction d'un modèle de propagande israélien :**

**i. La Hasbara : concept et origines.**

- Définition :

En hébreu classique, "hasbara" signifie "explication."

La Hasbara, initiée depuis sa première formulation par Theodor Herzl au 19<sup>e</sup> siècle, vise à « formuler de manière claire et percutante le point de vue d'Israël auprès de l'opinion publique internationale »<sup>1</sup>

La hasbara vise donc à présenter les positions et les perspectives d'Israël de manière précise, compréhensible et convaincante aux yeux du public mondial. Ce qui implique l'utilisation de stratégies de communication sophistiquées et ciblées pour influencer les perceptions et les opinions en faveur des politiques, des actions et des objectifs de d'Israël.

Cette pratique, connue sous le nom de Hasbara, vise à mettre en avant les arguments favorables à Israël et à contrer les critiques ou les perceptions négatives qui pourraient exister à l'échelle internationale.

« La propagande israélienne, exprimant la thèse selon laquelle la position d'Israël est toujours juste, quelle que soit la question considérée, et qu'il est seulement nécessaire de l'expliquer »<sup>2</sup>

L'analyse de Noam Chomsky sur la propagande israélienne souligne sa perception de celle-ci comme un outil destiné à promouvoir systématiquement la légitimité des actions d'Israël, quel que soit le contexte spécifique. En qualifiant cette communication de "propagande", Chomsky critique une pratique qu'il estime unilatérale et destinée à persuader plutôt qu'à informer objectivement. Il pointe particulièrement la thèse sous-jacente selon laquelle la position d'Israël serait toujours juste, indépendamment des questions ou des critiques soulevées. Cette assertion suggère une volonté de maintenir une image favorable de manière persistante, ce qui pourrait limiter le débat critique nécessaire à une compréhension complète et nuancée des politiques et des actions d'Israël. En insistant sur la nécessité "d'expliquer", cette stratégie de communication cherche à justifier a priori les actions d'Israël plutôt que de les évaluer de manière transparente et critique.

Edward Said explore la notion de hasbara comme une stratégie délibérée employée par Israël pour influencer l'opinion mondiale en sa faveur. Cette pratique ne se limite

---

<sup>1</sup> Céline Marangé, Op.cit, p 285.

<sup>2</sup> Noam Chomsky, **Pirates and Emperors, Old and New: International Terrorism in the Real World**, Boston, South End Press, 2002, p 182.

pas à des initiatives superficielles telles que des voyages gratuits pour des journalistes ou des séminaires universitaires ciblés, mais englobe une série de tactiques sophistiquées visant à modeler activement les perceptions politiques et médiatiques. En mobilisant des ressources telles que des campagnes publicitaires intensives, des invitations stratégiques pour des personnalités politiques étrangères, et la manipulation directe de la couverture médiatique, Israël cherche à établir et à maintenir un récit favorable sur la scène internationale. L'accent mis sur la formation d'opinion, notamment à travers l'évocation de l'Holocauste et la comparaison avec la situation actuelle d'Israël, révèle une volonté d'ancrer cette vision dans un cadre historique et moral puissant.<sup>1</sup>

### 2. L'évolution de la Hasbara :

Depuis 1947, les thèmes propagés par Israël pour promouvoir une image positive et défendre ses actions sur la scène internationale sont devenus remarquablement persistants et récurrents. Ces efforts incluent notamment la mise en avant d'arguments tels que la démocratie d'Israël au sein du Moyen-Orient, le respect supposé de son armée pour le droit international, ainsi que la contestation de toute comparaison avec l'apartheid en Afrique du Sud. En 2011, le ministère de la Hasbara a distribué des brochures détaillant ces arguments aux citoyens israéliens voyageant à l'étranger, illustrant ainsi une stratégie organisée pour influencer les perceptions mondiales.<sup>2</sup>

En parallèle, Israël met en avant ses succès culturels, comme le triomphe des séries télévisées israéliennes et l'organisation de l'Eurovision à Tel Aviv en 2019, présentée comme une victoire symbolique dans la normalisation de l'État hébreu sur la scène internationale. La promotion des prouesses technologiques et l'image de la "start-up nation" contribuent également à cette stratégie de construction d'une image positive et innovante d'Israël. Ces efforts sont destinés à consolider une perception favorable du pays, tant au niveau national qu'international, en démontrant ses contributions positives et sa capacité à s'intégrer harmonieusement dans la communauté internationale.<sup>3</sup>

Après quatre décennies depuis l'instauration du projet "Hasbara", Israël a considérablement affiné ses stratégies pour améliorer son image sur la scène internationale.

En 2009, Israël a établi une "équipe de guerre sur Internet" pour contrer les critiques hostiles en ligne. La Jewish Internet Defense Force (JIDF), se présentant comme une

---

<sup>1</sup> Edward Said, "Propaganda and War", **Media Monitors Networks**, publié le 31 août 2001, consulté le 7 juillet 2024 à 20h56. <https://mediamonitors.net/propaganda-and-war/>.

<sup>2</sup> David Colon, **La guerre de l'information: Les États à la conquête de nos esprits**, Paris, Éd Tallandier, 2023, p258

<sup>3</sup> Ibid.

organisation privée indépendante, organise des campagnes sur les réseaux sociaux contre la propagande terroriste islamique et antisémite. Parallèlement, l'armée israélienne offre une formation en communication à tous ses officiers et organise des "salles de guerre Hasbara" dans les universités du pays, où des volontaires participent à des campagnes médiatiques en plusieurs langues.

Simultanément, des fondations privées engagent des étudiants pour réécrire des articles sur Wikipedia afin de promouvoir une image favorable d'Israël. En parallèle, d'anciens officiers du renseignement ont fondé les premières entreprises privées spécialisées dans la manipulation de l'influence numérique, renforçant ainsi les capacités d'Israël en communication et en influence dans le monde numérique moderne.<sup>1</sup>

Dans le dessein de protéger ses intérêts sur l'échiquier international, Israël a développé progressivement des organes militaires et politiques compétents, spécifiquement dédiés à la manipulation stratégique de l'information. La traditionnelle pratique de la "hasbara", qui consistait à promouvoir le point de vue israélien sur le conflit israélo-palestinien, a été remplacée par des méthodes plus orientées vers le militaire, inscrites dans une stratégie globale de "guerre cognitive". Son efficacité à exploiter les renseignements collectés repose sur une stratégie informationnelle divisée en deux volets distincts. Le premier volet se concentre sur la communication politique à travers la hasbara, une politique visant à expliquer ses positions politiques, enracinée dans l'histoire du sionisme. Le second volet vise l'utilisation de l'information à des fins de guerre cognitive.<sup>2</sup>

La Hasbara contemporaine représente une forme avancée de diplomatie publique qui fusionne étroitement les ONG, les entreprises du secteur numérique et les institutions gouvernementales israéliennes telles que le ministère des Affaires étrangères, les Forces de défense israéliennes, l'Agence juive, le ministère du Tourisme et le ministère de la Culture. Son objectif principal est de promouvoir le modèle israélien de démocratie, de culture et de développement économique à l'échelle mondiale.

Le concept de "guerre cognitive" illustre l'évolution stratégique d'Israël dans l'utilisation de la communication politique pour atteindre des objectifs militaires et diplomatiques. Initialement centrée sur la guerre psychologique lors de la guerre d'indépendance en 1948, où des tracts étaient largués pour dissuader les adversaires de combattre sur un sol étranger, cette stratégie s'est transformée au fil des décennies en

---

<sup>1</sup> Ibid, p131

<sup>2</sup> Céline Marangé, Op.cit, p 255.

une approche plus sophistiquée et inclusive, désormais connue sous le nom de guerre cognitive.<sup>1</sup>

Aujourd'hui, la guerre cognitive dépasse les frontières militaires traditionnelles pour influencer des audiences spécifiques à l'échelle mondiale. Des efforts significatifs sont déployés pour façonner la perception internationale d'Israël à travers divers moyens, y compris l'utilisation intensive des médias traditionnels et numériques. Cette approche vise non seulement à défendre Israël contre les menaces perçues, mais aussi à promouvoir activement ses intérêts et à modeler la perception publique internationale.

Au cœur de cette stratégie se trouve l'unité 8200 du renseignement militaire israélien, célèbre pour ses capacités avancées en matière de collecte de renseignements électroniques. Cette unité joue un rôle crucial dans la collecte d'informations sensibles qui alimentent non seulement les opérations militaires mais aussi les campagnes de guerre cybernétique. Par exemple, l'opération Olympic Games, réalisée en coopération avec les États-Unis, a utilisé le virus informatique Stuxnet pour perturber le programme nucléaire iranien.<sup>2</sup>

### **3. Les objectifs de la hasbara :**

La hasbara ne se limite pas à une simple campagne de communication, mais est intégrée dans une stratégie plus large où les éléments de diplomatie publique et les opérations militaires sont coordonnés pour façonner les perceptions internationales et influencer les comportements des adversaires et des alliés potentiels.

La stratégie israélienne visant à contrer l'influence de l'Iran illustre une intégration habile de la hasbara, qui va au-delà de la simple communication politique pour devenir une extension directe de la stratégie militaire. La hasbara, souvent traduite par "diplomatie publique" ou "explication", est utilisée par Israël pour modeler les perceptions internationales et mobiliser un soutien diplomatique en faveur de ses objectifs sécuritaires.

Dans le contexte iranien, la hasbara sert à sensibiliser l'opinion mondiale aux dangers d'un Iran nucléarisé et à délégitimer l'accord de Vienne de 2015 sur le nucléaire iranien. Elle vise également à alerter sur les autres menaces que représente l'Iran, telles que son soutien aux organisations armées régionales et son développement de missiles balistiques. En diffusant ces informations à travers des discours de haut niveau dans les arènes internationales et en utilisant des plateformes comme la page Facebook du

---

<sup>1</sup> Ibid.

<sup>2</sup> Ibid, pp 259-262.

Premier ministre, Benjamin Netanyahu, Israël cherche à influencer les politiques étrangères et à maintenir une coalition internationale contre l'Iran.<sup>1</sup>

Parallèlement, les opérations cybernétiques, telles que les attaques virales contre les installations nucléaires et industrielles iraniennes, complètent cette stratégie en utilisant la technologie pour affaiblir les capacités adverses et renforcer la dissuasion militaire. Bien que ces actions soient souvent menées dans un contexte de secret et de discrétion, leur impact sur le terrain est significatif, témoignant de la capacité d'Israël à utiliser des moyens non conventionnels pour atteindre ses objectifs stratégiques.

Dans le cadre de sa stratégie de communication, les Forces de Défense Israéliennes (FDI) ont adopté une approche axée sur la rapidité à partir de 2012. Après une attaque de roquettes du Hamas sur le sud d'Israël le 14 novembre 2012, l'aviation israélienne a éliminé rapidement Ahmed al-Jabari, commandant des brigades El Qassam du Hamas. Le porte-parole des FDI, Yoav « Poli » Mordechai, a immédiatement briefé les journalistes militaires israéliens. Simultanément, le caporal Daniel Rubenstein, responsable des médias sociaux en anglais, a publié un tweet annonçant une « vaste campagne contre des cibles terroristes » sur le compte des FDI. Deux minutes plus tard, il a diffusé une vidéo en direct de la frappe aérienne, visionnée près de 5 millions de fois. Ce live tweet a été perçu comme un tournant majeur dans la communication militaire, permettant aux FDI de contrôler efficacement les récits grâce aux réseaux sociaux.

Pendant l'opération Pilier de Défense, les FDI ont utilisé activement Twitter pour réagir en temps réel aux développements et pour contrer la propagande adverse. L'équipe des médias sociaux des FDI, composée principalement de jeunes polyglottes et spécialisée dans la création de contenu visuel et écrit, a joué un rôle crucial dans cette stratégie. En scrutant constamment les médias sociaux, les FDI ont adapté leurs actions sur le terrain en fonction du climat médiatique. Cette approche a été renforcée par la réorganisation de la communication militaire sous Moshe Ya'alon en 2013, incluant l'accueil de journalistes « embarqués », la création d'un centre de données pour les médias étrangers, et le recrutement de volontaires pour renforcer la présence des FDI sur les réseaux sociaux. En 2014, les FDI étaient reconnues comme un modèle dans la guerre de l'information, intégrant parfaitement les médias traditionnels et numériques pour influencer l'opinion publique internationale et contrôler le récit de leurs opérations militaires.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Ibid, 264.

<sup>2</sup> David Colon, Op.cit, pp 132-134.

La stratégie de communication d'Israël, est donc une composante cruciale de sa diplomatie publique et de sa défense internationale. Elle vise à promouvoir une image positive du pays tout en défendant ses actions politiques et militaires sur la scène mondiale. Cette approche s'inscrit dans un contexte où Israël cherche à contrer les critiques internationales, particulièrement celles liées aux droits de l'homme et aux conflits territoriaux.

D'un côté, la hasbara a réussi à obtenir des résultats tangibles, comme la neutralisation du mouvement BDS et la reconnaissance diplomatique, la « normalisation » accrue avec certains États arabes.<sup>1</sup>

Cela reflète une manipulation habile des médias et des alliances stratégiques pour renforcer la légitimité d'Israël sur la scène internationale.

Cependant, cette stratégie suscite également des controverses. Israël est souvent accusé de manipuler l'opinion publique mondiale en occultant les aspects négatifs de ses politiques, notamment l'occupation des territoires palestiniens et les violations des droits humains qui en découlent. Les critiques, y compris celles émanant d'organisations internationales comme la CPI, soulignent les limites et les contradictions de la hasbara.

### **B. Les mécanismes de la stratégie médiatique israélienne :**

#### **1. Le présentisme et la déshistoricisation :**

Un des principaux défauts persistants dans le traitement médiatique du conflit entre Israël et la Palestine est ce que l'on appelle le « présentisme », une tendance des médias à traiter chaque nouvelle phase du conflit comme un événement isolé, détaché de son histoire longue et de son contexte spécifique. Cette tendance s'est manifestée de manière frappante à partir de la date du 7 octobre 2023, avec des médias comme France 2 décrivant l'événement comme un soudain coup de tonnerre dans un ciel autrement calme, exprimé par Laurent Delahousse dans ses propos : « C'est une zone du monde dont on avait trop vite oublié le caractère explosif. »<sup>2</sup>

L'oubli et la contribution à l'oubli de ce conflit ne résultent pas d'une amélioration durable de la situation sur le terrain, mais plutôt d'un traitement médiatique chroniquement insuffisant de cette région du monde. Cette négligence relègue la situation à l'arrière-plan de l'agenda médiatique. Le désintérêt des grands médias,

---

<sup>1</sup> Céline Marangé, Op.cit, p 266.

<sup>2</sup> Julien Deroni. "Israël-Palestine, le 7 octobre et après (1) : un cadrage médiatique verrouillé". **ACRIMED**, publié le 12 février 2024. Consulté le 7 juillet 2024. Disponible sur : <https://www.acrimed.org/Israel-Palestine-le-7-octobre-et-apres-1-un>.

notamment audiovisuels, pour le conflit israélo-palestinien est ainsi un phénomène structurel.

Ce « présentisme » contribue à oublier non seulement la continuité des tensions historiques dans la région, mais aussi à minimiser la fréquence et la profondeur du conflit dans l'agenda médiatique global.

Une étude de l'INA publiée le 25 octobre 2023, analysant près de 13 000 reportages diffusés entre 1995 et juin 2023, a révélé que le conflit israélo-palestinien est souvent absent des grands journaux télévisés, sauf lors de moments de confrontation militaire intense.

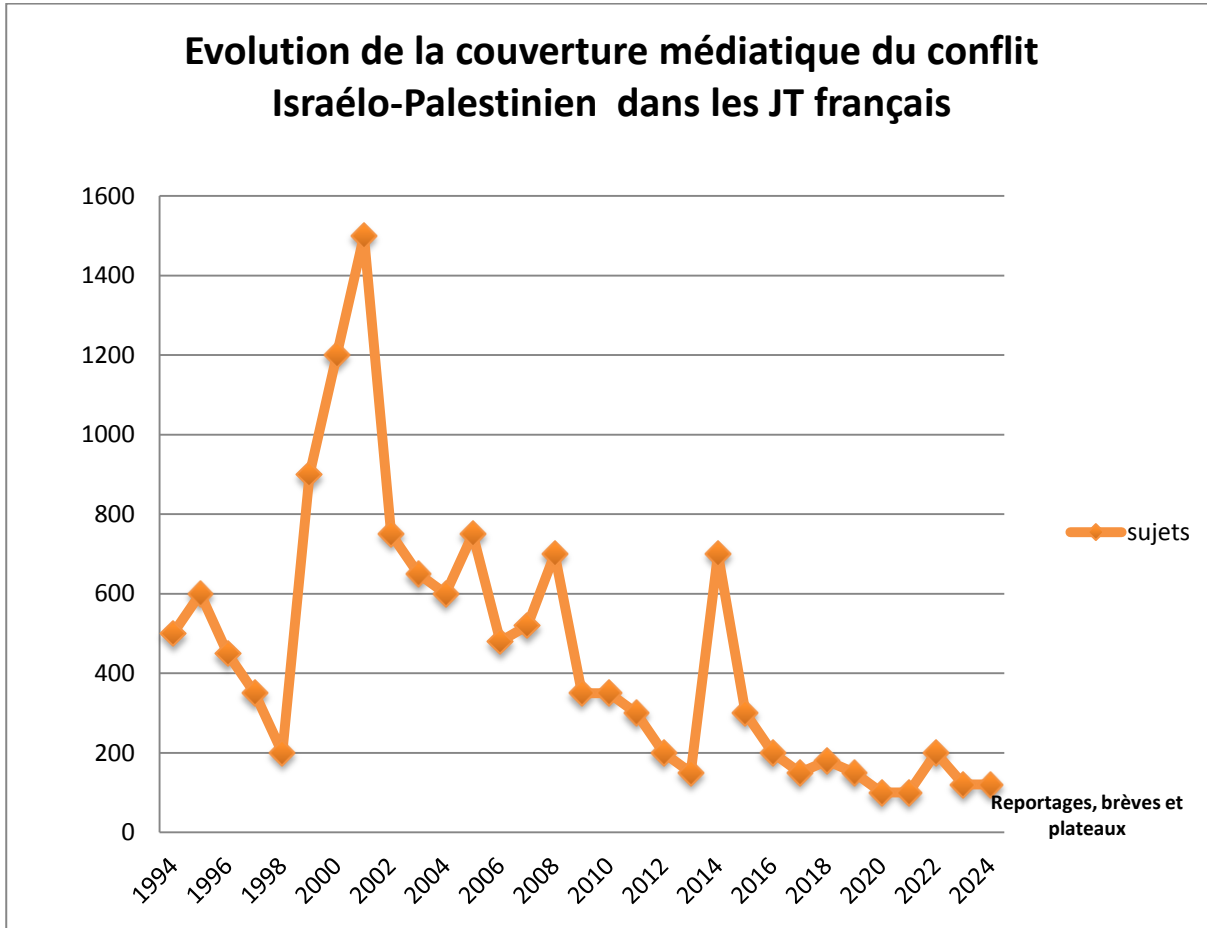
La fréquence de la couverture médiatique du conflit israélo-palestinien met en lumière un constat alarmant : la tendance à oublier la nature volatile et explosive du conflit. Ce constat est crucial car il souligne non seulement une amnésie médiatique mais aussi un impact direct sur la perception publique de la situation au Moyen-Orient.

Dans son article, "Propaganda and War", Edward Said met en lumière l'impact déterminant des médias pendant l'Intifada d'Al-Aqsa, où le conflit semble principalement se jouer sur le terrain des images et des idées dans les médias occidentaux. Israël, selon Said, a investi des centaines de millions de dollars dans ce qu'il appelle la hasbara, ou la propagande destinée à l'étranger. Cette stratégie inclut une gamme étendue d'efforts : des déjeuners et des voyages gratuits pour les journalistes influents, des séminaires pour étudiants juifs visant à les préparer à défendre Israël sur les campus, et des campagnes intensives auprès des législateurs américains incluant des invitations et des visites. Israël dirige également la production d'images médiatiques spécifiques pendant l'Intifada, tout en formant des commentateurs à évoquer fréquemment l'Holocauste et la situation actuelle d'Israël. Cette stratégie comprend aussi de nombreuses publicités dans les journaux qui critiquent les Arabes et vantent Israël. Said critique fermement cette manipulation médiatique, soulignant comment elle efface la souffrance palestinienne et falsifie l'histoire, présentant Israël principalement comme une victime innocente des violences palestiniennes.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Edward Said, Op.cit.

**Figure 1 : "Évolution Annuelle de la Couverture Médiatique du Conflit Israélo-Palestinien dans les JT du Soir des Chaînes Françaises (TF1, France 2, France 3, Canal+, M6, Arte) " <sup>1</sup>**



**Source :La Revue des Médias**

Le graphe révèle une évolution marquée dans la couverture médiatique du conflit israélo-palestinien par les journaux télévisés français, avec des fluctuations significatives au fil des années.

En 1995, on compte 492 reportages, brèves et plateaux, suivi de 575 en 1996, et de 454 en 1997. En 1998, le nombre de reportages diminue à 357, pour atteindre 211 en 1999. En 2000, la couverture augmente à 886 reportages, brèves et plateaux, coïncidant avec le début de la seconde Intifada, qui a généré une couverture accrue en raison de l'intensité des événements et de leur impact international. Cette tendance à la hausse se

<sup>1</sup> Camille Pettineo, "Avant l'attaque du Hamas, le conflit israélo-palestinien avait presque disparu des JT." **La Revue des Médias**, 25 octobre 2023, consulté le 20 novembre 2023. <https://larevuedesmedias.ina.fr/hamas-israel-gaza-palestine-television-jt>.

poursuit avec 1 164 reportages en 2001 et 1 519 en 2002, reflétant une actualité jugée particulièrement pertinente et urgente, entraînant une attention médiatique plus soutenue.

À partir de 2003, la couverture médiatique commence à diminuer, bien que les chiffres restent relativement élevés avec des fluctuations autour de 700-800 reportages par an jusqu'en 2008. Cependant, la baisse devient plus marquée après cette année, atteignant 194 reportages en 2015. Cette diminution progressive pourrait être attribuée à une saturation de l'audience ou à un changement dans les priorités médiatiques, réduisant ainsi l'intérêt pour des sujets récurrents.

La tendance à la baisse se poursuit de manière significative dans les années suivantes (2016-2023), avec des niveaux de couverture historiquement bas. En 2019 et 2020, le nombre de reportages chute à seulement 51 et 52 respectivement. Les chiffres fluctuent légèrement dans les années suivantes, mais restent globalement faibles. Cette baisse prononcée pourrait refléter une perception du conflit comme étant moins dynamique ou urgent comparé à d'autres crises internationales, ainsi qu'une évolution des priorités éditoriales des chaînes télévisées.

Le graphe met en lumière une tendance générale vers une diminution significative de l'attention médiatique accordée au conflit israélo-palestinien dans les journaux télévisés français depuis le début des années 2000. Cette réduction de la couverture est particulièrement frappante lorsque l'on considère le contexte de la vie quotidienne des Palestiniens, qui continue de se caractériser par des conditions difficiles et des tensions constantes.

Les périodes de forte couverture médiatique sont généralement associées à des événements violents et marquants, tels que les escalades de conflit ou les attentats, qui attirent une attention internationale accrue. Cependant, en l'absence de tels événements spectaculaires, la couverture médiatique tend à diminuer de manière substantielle. Cette baisse suggère non seulement un déclin de l'intérêt médiatique, mais aussi un changement dans la manière dont les événements sont perçus et priorisés par les médias.

En conséquence, le quotidien des Palestiniens, marqué par des défis persistants et des souffrances souvent invisibilisées, reçoit une attention médiatique de plus en plus réduite. Cette tendance reflète une focalisation médiatique qui privilégie les événements violents ou les développements diplomatiques majeurs, au détriment d'une couverture continue et approfondie des réalités vécues sur le terrain.

L'enquête de la Revue des médias de l'INA, publiée le 25 octobre, présentée dans ce graphique confirme cette tendance. Avant le 7 octobre 2023, le conflit israélo-palestinien était largement absent des journaux télévisés, marquant ainsi une diminution significative de la couverture médiatique. Cette enquête s'appuie sur une analyse approfondie de plus de 13 000 reportages télévisés diffusés entre 1995 et juin 2023, mettant en lumière une rareté croissante des reportages sur ce conflit, à l'exception des pics de couverture lors des confrontations militaires majeures.

Les données spécifiques recueillies sur le 20h de France 2 entre janvier et octobre 2023 sont particulièrement révélatrices. Seulement 10 sujets ont été consacrés au conflit sur cette période, avec un temps de parole alloué aux Palestiniens ne totalisant que 33 secondes. De plus, un seul sujet a abordé les exactions des colons malgré leur hausse marquée dans les territoires palestiniens occupés. Le bilan tragique des neuf premiers mois de 2023 n'a pratiquement pas été mentionné, et les bombardements sur Gaza par l'armée israélienne n'ont reçu qu'une couverture médiatique minimale, avec seulement deux brèves totalisant 37 secondes.<sup>1</sup>

Ces données illustrent un désintérêt persistant des médias pour un conflit complexe et chronique, souvent réduit à des moments de crise aiguë plutôt que traité dans sa continuité et sa complexité. Cette tendance soulève des questions sur le rôle des médias dans la formation de l'opinion publique et la compréhension des enjeux géopolitiques contemporains.

Une analyse des comptes des médias sur les réseaux sociaux comme Twitter confirme cette sous-médiatisation. De janvier à octobre 2023, les publications mentionnant Gaza étaient rares et souvent concentrées sur des périodes de tensions militaires aiguës. Les alertes répétées de la société civile palestinienne, des ONG internationales et des organismes de l'ONU sur la détérioration continue de la situation humanitaire à Gaza en raison du blocus israélien ont été largement ignorées.<sup>2</sup>

Ce phénomène de sous-médiatisation est exacerbé par une « mal-médiatisation », où les événements sont présentés de manière fragmentée, sans lien clair avec les causes sous-jacentes du conflit ou ses dynamiques à long terme. Cette approche, prive le public d'une compréhension approfondie des racines du conflit et des perspectives de résolution durable. En se concentrant sur les événements sensationnels plutôt que sur les contextes historiques et socio-politiques, les médias contribuent involontairement à une

---

<sup>1</sup> Camille Pettineo, "Avant l'attaque du Hamas, le conflit israélo-palestinien avait presque disparu des JT." **La Revue des Médias**, 25 octobre 2023, consulté le 20 novembre 2023. <https://larevuedesmedias.ina.fr/hamas-israel-gaza-palestine-television-jt>.

<sup>2</sup> Ibid.

perception déformée du conflit israélo-palestinien, où les violences apparaissent comme sporadiques et inexplicables.

Le titre choisi « La bande de Gaza bombardée et assiégée : les habitants sous le feu de la riposte israélienne »<sup>1</sup> publié sur le site de TF1 illustre bien le biais de légitimation implicite présent dans le discours médiatique sur le conflit israélo-palestinien.

Le terme « riposte » choisi par le titre est central pour comprendre le cadrage médiatique. Selon le Larousse, une riposte est une « action qui répond sur-le-champ et vivement à une attaque ».<sup>2</sup> En utilisant ce terme, le titre présente la campagne militaire d'Israël comme une réaction justifiée et défensive, donnant l'impression qu'Israël est simplement en train de répondre à une agression. Cette simplification ignore la complexité du conflit et les actions antérieures qui ont pu contribuer à l'escalade. En mettant l'accent sur la « riposte » d'Israël, le titre se concentre sur la réaction israélienne plutôt que sur les événements ou actions qui ont déclenché cette réponse. Cela donne l'impression que l'action d'Israël est justifiée et réactive, minimisant ainsi la complexité du contexte initial.

Le narratif qui s'est imposé dès les premiers jours a été celui d'Israël qui « répond », en procédant à une « riposte », parfois à des « représailles », à une « contre-offensive » ou à une « réplique ».

Ce cadrage est encore à l'œuvre plusieurs mois plus tard. Par exemple, lors du journal de 8h30 de la matinale de France Info TV le 9 février, on a pu entendre qu'« Israël intensifie ses frappes sur Rafah en riposte aux attentats du Hamas le 7 octobre dernier ». Cette continuité dans le langage utilisé contribue à une perception d'Israël comme étant en état de réaction, minimisant les causes profondes et les actions antérieures du conflit.<sup>3</sup>

Ce phénomène participe du **présentisme** et de la **déshistoricisation** : puisque « tout a commencé le 7 octobre », Israël est logiquement perçu comme la partie qui « réagit ». Ce champ lexical n'a pas été utilisé pour l'opération menée par le Hamas, qui est appréhendée comme un point de départ plutôt que comme une nouvelle étape d'un

---

<sup>1</sup> La rédaction de TF1info, "Les images de la bande de Gaza bombardée et assiégée, les habitants sous le feu de la riposte d'Israël après l'attaque du Hamas." **TF1**, publié le 10 octobre 2023 à 17h38. Consulté le 10 novembre 2023. <https://www.tf1info.fr/international/video-tf1-les-images-de-la-bande-de-gaza-bombardee-et-assiegee-les-habitants-sous-le-feu-de-la-riposte-d-israel-apres-l-attaque-du-hamas-2272535.html>.

<sup>2</sup> Larousse, dictionnaire en ligne, consulté le 03/07/2024, disponible sur : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/riposte/69528#:~:text=Action%20qui%20r%C3%A9pond%20sur%20le,%C3%A9%20prompte%20%C3%A0%20la%20riposte>

<sup>3</sup> Julien Deroni. "Israël-Palestine, le 7 octobre et après (1) : un cadrage médiatique verrouillé". **ACRIMED**, publié le 12 février 2024. Consulté le 7 juillet 2024. Disponible sur : <https://www.acrimed.org/Israel-Palestine-le-7-octobre-et-apres-1-un>.

long conflit. À l'échelle de ce dernier, cette action armée aurait pu être présentée comme une « riposte » ou des « représailles » face au blocus de Gaza, voire plus globalement face au colonialisme. Cependant, les grands médias n'ont pas eu un suivi régulier et approfondi des dynamiques catastrophiques sur le terrain, ce qui donne l'impression que le 7 octobre marque un début soudain plutôt qu'une continuité d'un conflit existant. Ce type de cadrage omet de questionner la proportionnalité et les conséquences humanitaires de ces actions.

L'article de Radio France intitulé "La riposte d'Israël s'intensifie sur la bande de Gaza, Benjamin Netanyahu promet de 'détruire' le Hamas"<sup>1</sup> met en avant la figure du Premier ministre israélien Benjamin Netanyahu et sa déclaration de vouloir « détruire » le Hamas. En soulignant cette promesse, l'article renforce une vision binaire du conflit israélo-palestinien, où Israël est présenté comme le défenseur face à une menace claire et identifiée, le Hamas. Le mot « détruire » est particulièrement fort, impliquant une intention d'éradication totale, ce qui transforme le Hamas en ennemi existentiel. Cette personnalisation du conflit par le biais d'une figure politique israélienne et d'une organisation palestinienne simplifie le narratif et occulte les autres dimensions et acteurs du conflit. Cela réduit l'ensemble du conflit israélo-palestinien à une confrontation entre une figure politique israélienne et une organisation palestinienne, ignorant les nombreuses autres dimensions et acteurs impliqués.

L'accent mis sur l'intensification de la riposte et la promesse de Netanyahu donne une impression de légitimité et de prévisibilité à l'action d'Israël. Cela crée une perception où les actions israéliennes apparaissent comme faisant partie d'une stratégie nécessaire et annoncée. En se focalisant exclusivement sur le Hamas, le titre simplifie la narrative du conflit et renforce l'idée d'une action défensive et nécessaire de la part d'Israël. En disant que « la riposte d'Israël s'intensifie », le titre met en avant l'escalade de la violence, ce qui peut être perçu comme une augmentation justifiée de la réponse israélienne face à une menace importante. Cela peut renforcer l'idée d'une action défensive ou nécessaire de la part d'Israël.

Le titre de l'article du journal « Le Figaro », « Israël et Gaza en guerre après une offensive du Hamas »<sup>2</sup>, utilise des termes spécifiques qui méritent une analyse

---

<sup>1</sup> L'équipe de France Culture, Julie Pacaud "La riposte d'Israël s'intensifie sur la bande de Gaza, Benjamin Netanyahu promet de 'détruire' le Hamas." **France Culture**, journal de 8h, 12 octobre 2023. Consulté le 10 novembre 2023. <https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/journal-de-8-h/journal-de-8h-du-jeudi-12-octobre-2023-1620712>.

<sup>2</sup> Le Figaro, "Israël et Gaza en guerre après une offensive du Hamas", publié le 7 octobre 2023. Consulté le 10 novembre 2023. <https://www.lefigaro.fr/international/dossier/attaque-du-hamas-contre-israel-le-point-sur-la-situation>.

approfondie. Le mot "guerre" évoque un conflit intense et généralisé, impliquant des actions militaires à grande échelle. Cette terminologie confère une gravité immédiate à la situation, laissant entendre que les hostilités sont vastes et organisées en réponse à l'« offensive » du mouvement de résistance palestinien Hamas.

L'usage du terme "offensive" pour décrire l'action du Hamas implique une attaque initiale et agressive, positionnant ce mouvement de résistance comme l'instigateur des hostilités. Cela contribue à un cadrage où Israël apparaît en position défensive, réagissant à une agression. Ce choix de mots simplifie le contexte complexe du conflit, en réduisant l'ensemble des dynamiques historiques et politiques à une seule action récente.

En se concentrant sur une "offensive" récente, le titre participe à une forme de présentisme, négligeant les décennies de tensions antérieures, les causes profondes du conflit, et les nombreuses actions militaires des deux côtés. Cette déshistoricisation masque les réalités historiques et structurelles, réduisant ainsi la compréhension du conflit à un simple schéma de cause à effet immédiat.

Ce cadrage crée également un biais de légitimation implicite. En présentant Israël comme réagissant à une attaque, le titre confère une légitimité de principe à ses actions militaires. Cela peut influencer la perception du public en suggérant que les actions d'Israël sont justifiées et défensives, minimisant les impacts humanitaires et les souffrances des civils palestiniens.

Le langage utilisé joue un rôle crucial dans la fabrication de l'ennemi. Le terme « organisation terroriste » est une désignation politiquement chargée qui facilite la justification des actions militaires drastiques. Cette classification permet de déshumaniser le Hamas et, par extension, la population de Gaza associée à cette organisation. En utilisant le terme « riposte », le titre confère une légitimité implicite à l'action militaire israélienne, présentant Israël comme réagissant à une attaque et, de facto, se défendant. Cette approche renforce l'idée que les actions militaires israéliennes sont justifiées et nécessaires.

### **2. La dépolitisation de la guerre, le double standard et la compassion sélective:**

Le corollaire du biais présentiste est la dépolitisation, qui se manifeste notamment par la manière dont la séquence actuelle est nommée et interprétée. Cette approche tend à neutraliser le contexte historique et politique, simplifiant ainsi la situation en des actions isolées, déconnectées des dynamiques de pouvoir et d'occupation en cours. En

occultant les racines politiques et historiques du conflit, cette dépolitisation minimise les injustices structurelles subies par les Palestiniens, favorisant une vision déséquilibrée et réductrice de la réalité sur le terrain.

Le double standard devient évident dans le traitement médiatique, où les droits d'Israël sont systématiquement mis en avant, tandis que ceux des Palestiniens, y compris leur droit à résister à l'occupation militaire, sont négligés. Cette asymétrie entérine des pratiques de compassion sélective, reléguant les souffrances palestiniennes au second plan.

Le cadrage médiatique qui a émergé après le 7 octobre s'est construit autour du mantra des porte-parole israéliens affirmant qu'« Israël a le droit de se défendre ». Ce message, a été largement diffusé et légitimé à travers le choix des termes, la structure narrative et les questions posées par les médias. Ce biais met en avant les "droits" d'Israël, en négligeant ceux des Palestiniens, y compris leur droit de se défendre face à une occupation militaire. Cette approche déshistoricise le conflit et perpétue une asymétrie, où Israël est présenté comme un sujet agissant et les Palestiniens comme des objets sans agentivité réelle.<sup>1</sup>

Ce double standard est flagrant : tandis que les actions israéliennes sont souvent justifiées par le droit à la légitime défense, les actions des Palestiniens sont rarement contextualisées de la même manière. En conséquence, le traitement médiatique tend à simplifier la complexité du conflit, négligeant l'histoire longue de l'occupation et les injustices subies par les Palestiniens. Cette asymétrie ne fait qu'aggraver les perceptions inéquitables, renforçant l'idée qu'Israël est en position défensive légitime, tandis que les Palestiniens sont perçus comme des agresseurs illégitimes. Ce biais contribue à graver dans le marbre une pratique de "deux poids, deux mesures", où les Palestiniens ne sont pas reconnus comme des acteurs avec des droits équivalents, mais plutôt comme des entités passives et réactionnaires. Cela crée une perception biaisée où les actions israéliennes sont vues comme justifiées et légitimes, tandis que les Palestiniens apparaissent dépourvus de légitimité et de capacité d'agir pour leurs propres droits et intérêts.

Près de neuf mois après le 7 octobre, on constate que le terme générique « Guerre Israël-Hamas » est largement dominant, suivi de « Guerre Israël-Gaza ». Ce biais terminologique contribue à la dépolitisation du conflit, réduisant sa complexité historique et contextuelle à une simple confrontation entre deux entités. En désignant le

---

<sup>1</sup> Julien Deroni. "Israël-Palestine, le 7 octobre et après (2) : un cadrage médiatique verrouillé". **ACRIMED**, publié le 12 février 2024. Consulté le 7 juillet 2024. Disponible sur : <https://www.acrimed.org/Israel-Palestine-le-7-octobre-et-apres-2-doubles>.

conflit de cette manière, on omet souvent de mentionner les dynamiques d'occupation et les droits des Palestiniens, ce qui favorise une lecture asymétrique du conflit où Israël est souvent perçu comme un acteur légitime défendant son territoire, tandis que les actions palestiniennes sont décrites principalement en termes de violence. Cette narration établit un double standard où les souffrances et les droits des Palestiniens sont marginalisés, créant une compassion sélective qui déséquilibre davantage la perception publique et médiatique du conflit.

L'analyse du titre de l'article "guerre entre Israël et le Hamas : Benjamin Netanyahu se dit opposé à la création d'un état Palestinien à l'issue du conflit"<sup>1</sup>, publié par France Info le 18 janvier 2024, révèle des biais médiatiques significatifs.

Premièrement, en nommant spécifiquement le Hamas, l'article cadre le conflit comme étant une confrontation entre un « État reconnu » et une organisation désignée comme terroriste par plusieurs pays, ce qui peut renforcer une perception manichéenne du conflit. Ce choix lexical contribue également à dépolitiser le conflit en omettant le contexte historique et les dynamiques de pouvoir en jeu, et il favorise un double standard en ne mettant pas sur un pied d'égalité les droits des Palestiniens face à ceux d'Israël ce qui peut polariser davantage l'opinion publique.

Ce titre suggère également une égalité entre Israël et le Hamas, occultant le déséquilibre massif entre, d'une part, un « État » doté d'une armée puissante et, d'autre part, un mouvement de résistance. Cette présentation simpliste masque la réalité des forces en présence et offre une vision déséquilibrée du conflit.

En désignant le Hamas comme l'adversaire principal d'Israël, le titre adopte implicitement le narratif israélien, qui justifie ses actions militaires à Gaza comme des efforts pour neutraliser ou détruire le Hamas. Cela présente les autres pertes humaines et matérielles comme des dommages collatéraux regrettables mais inévitables, minimisant ainsi l'impact sur la population civile palestinienne. Cette formulation contribue à invisibiliser les Palestiniens en général et leurs diverses organisations, réduisant le conflit à une opposition Israël-Hamas. Cette approche néglige les dimensions

---

<sup>1</sup> France Info, "Guerre entre Israël et le Hamas : nouveaux raids israéliens meurtriers à Gaza." publié le 18 janvier 2024. Consulté le 24 mars 2024. [https://www.francetvinfo.fr/monde/proche-orient/israel-palestine/direct-guerre-entre-israel-et-le-hamas-nouveaux-raids-israeliens-meurtriers-a-gaza\\_6310941.html](https://www.francetvinfo.fr/monde/proche-orient/israel-palestine/direct-guerre-entre-israel-et-le-hamas-nouveaux-raids-israeliens-meurtriers-a-gaza_6310941.html).

géographiques et politiques plus larges, ainsi que le vécu des Palestiniens sous occupation, qu'ils résident à Gaza, en Cisjordanie occupée, ou ailleurs.<sup>1</sup>

En qualifiant le conflit actuel de « guerre entre Israël et Hamas », les médias dominants dépolitisent et déshistoricisent le conflit, renforçant ainsi une vision asymétrique et simpliste du conflit israélo-palestinien. Cette présentation contribue à maintenir des doubles standards et une compassion sélective, omettant de reconnaître les droits des Palestiniens et leurs réalités quotidiennes sous occupation.

Après le 7 octobre 2023, les médias ont largement focalisé leur attention sur Gaza, reléguant la Cisjordanie à un rôle secondaire. Ce phénomène, illustré par un faible nombre de publications et de reportages, constitue un angle mort significatif du traitement médiatique. Les événements en Cisjordanie, pourtant marqués par des violences intenses, une répression sévère et une expansion coloniale, ont été insuffisamment couverts. En conséquence, la dépolitisation et la déshistoricisation de la situation sont renforcées, détachant symboliquement la Cisjordanie de Gaza et marginalisant les souffrances palestiniennes dans cette région.<sup>2</sup>

Cette marginalisation médiatique s'inscrit dans un cadre plus large de double standard et de compassion sélective. Tandis que les souffrances israéliennes reçoivent une couverture immédiate et empathique, les violations des droits des Palestiniens et leurs souffrances sont souvent minimisées ou présentées comme secondaires. Cette asymétrie dans le traitement médiatique reflète et renforce les biais institutionnels et politiques existants, contribuant à une représentation déséquilibrée du conflit israélo-palestinien.

Lorsque les médias, notamment BFM TV, diffusent des images fournies par l'armée israélienne, elles sont fréquemment introduites avec des expressions telles que "vidéos officielles de l'armée israélienne" ou "images fournies par les forces de défense israéliennes"<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Julien Deroni. "Israël-Palestine, le 7 octobre et après (2) : un cadrage médiatique verrouillé". ACRIMED, publié le 12 février 2024. Consulté le 7 juillet 2024. Disponible sur : <https://www.acrimed.org/Israel-Palestine-le-7-octobre-et-apres-2-doubles>.

<sup>2</sup> Julien Deroni. "Israël-Palestine, le 7 octobre et après (2) : un cadrage médiatique verrouillé". ACRIMED, publié le 12 février 2024. Consulté le 7 juillet 2024. Disponible sur : <https://www.acrimed.org/Israel-Palestine-le-7-octobre-et-apres-2-doubles>.

<sup>3</sup> Comme le montre l'annexe 1.



(Annexe 1 : Image Présentée comme Fournie par l'Armée  
Israélienne)<sup>1</sup>

Ces termes confèrent aux images une présomption de légitimité et de fiabilité. La musique de fond, neutre ou patriotique, renforce l'idée d'une communication officielle et authentique. Cela crée une perception chez le public que ces images et le narratif qu'elles soutiennent sont crédibles et dignes de confiance.

En revanche, les images provenant de sources palestiniennes, en particulier celles associées au Hamas, sont souvent présentées avec des mises en garde. BFM TV utilise des expressions telles que "propagande du Hamas" ou "vidéos non vérifiées"<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Julien Deroni. "Israël-Palestine, le 7 octobre et après (2) : un cadrage médiatique verrouillé". ACRIMED, publié le 12 février 2024. Consulté le 7 juillet 2024. Disponible sur : <https://www.acrimed.org/Israel-Palestine-le-7-octobre-et-apres-2-doubles>.

<sup>2</sup> Comme le montre l'annexe 2.



### (Annexe 2 : Image Décrite comme Propagande du Hamas)<sup>1</sup>

Ces termes suggèrent que ces images sont potentiellement biaisées ou manipulées. La musique de fond dans ces segments est souvent dramatique ou sombre, accentuant une perception de danger ou de méfiance. Ce traitement incite les spectateurs à remettre en question la véracité et l'authenticité de ces images.

Cette différence de traitement révèle des doubles standards dans la couverture médiatique de BFM TV. Les sources israéliennes bénéficient d'une présomption de légitimité et de crédibilité, tandis que les sources palestiniennes sont systématiquement suspectées et présentées de manière à induire la méfiance. Ces pratiques médiatiques renforcent des biais cognitifs chez le public, qui est plus enclin à croire les récits israéliens et à minimiser la souffrance palestinienne. Cela contribue à la déshumanisation des Palestiniens en réduisant leur voix à de la "propagande" en provenance d'une organisation qualifiée de « terroriste ».

Un exemple frappant de double standard dans le traitement médiatique des bilans humains concerne le recours systématique à la formule « selon le Hamas » lorsqu'il s'agit de mentionner le nombre de morts à Gaza. Cette expression, souvent intégrée directement dans les titres, comme dans le cas du titre "La guerre a fait 20 000 morts à

<sup>11</sup> Julien Deroni. "Israël-Palestine, le 7 octobre et après (2) : un cadrage médiatique verrouillé". ACRIMED, publié le 12 février 2024. Consulté le 7 juillet 2024. Disponible sur : <https://www.acrimed.org/Israel-Palestine-le-7-octobre-et-apres-2-doubles>.

Gaza selon le Hamas"<sup>1</sup>, est utilisée de manière similaire par des sites comme Euronews et 20 Minutes.<sup>2</sup>

Cette pratique sous-entend une mise en doute de la crédibilité des sources palestiniennes, contrastant avec l'absence de telles précautions lorsque les chiffres sont fournis par des sources israéliennes. Cela contribue à renforcer un narratif biaisé, où l'information palestinienne est systématiquement suspectée, tandis que celle d'Israël est acceptée sans réserve. Cette approche différenciée participe à la déshumanisation des victimes palestiniennes et à la légitimation implicite des actions militaires israéliennes, en minimisant la gravité de leurs conséquences humaines.

La Palestine ne se résume pas au Hamas, bien que ce groupe fasse partie intégrante de la lutte pour la libération nationale palestinienne. Israël, soutenu par ses alliés américains et européens, s'efforce de diaboliser le Hamas, souvent décrit comme un « mouvement de résistance islamique ». En assimilant le Hamas à l'ensemble de la Palestine, ces acteurs internationaux cherchent à discréditer l'ensemble des mouvements de résistance palestiniens. Il est crucial de comprendre que le Hamas est une organisation politique née de l'aspiration profonde du peuple palestinien à se libérer de l'occupation coloniale, contrairement à l'État islamique (EI), qui est un groupe violent sans enracinement historique local, formé en réponse à l'invasion américaine de l'Irak.<sup>3</sup>

Il est également important de noter que le Hamas n'est pas le seul groupe à se battre pour la libération de la Palestine. Le peuple palestinien est composé de nombreux acteurs — érudits, artistes, scientifiques, médecins, ingénieurs, et militants — qui forment une communauté riche et cultivée, déterminée à résister contre les tentatives de déposséder sa terre. La Palestine ne se réduit pas au Hamas, mais représente une lutte collective plus vaste, où les Palestiniens aspirent à la justice et à la récupération de leur terre malgré les tentatives internationales de fragmenter leur cause en réduisant la situation à une simple crise humanitaire. Les Palestiniens continueront de revendiquer

---

<sup>1</sup> Euronews, "La guerre a fait 20 000 morts à Gaza selon le Hamas", publié le 21 décembre 2023. Consulté le 17 janvier 2024. <https://fr.euronews.com/2023/12/21/la-guerre-a-fait-20-000-morts-a-gaza-selon-le-hamas>.

<sup>2</sup> Julien Deroni. "Israël-Palestine, le 7 octobre et après (2) : un cadrage médiatique verrouillé". ACRIMED, publié le 12 février 2024. Consulté le 7 juillet 2024. Disponible sur : <https://www.acrimed.org/Israel-Palestine-le-7-octobre-et-apres-2-doubles>.

<sup>3</sup> Hamid Dabashi, "Guerre Israël-Palestine : les dix principaux éléments de propagande israélienne démythifiés." **Middle East Eye**, 19 novembre 2023. <https://www.middleeasteye.net/fr/opinion-fr/guerre-israel-palestine-propagande-desinformation-histoire-occupation>. Consulté le 13 juillet 2024.

leur patrie et de lutter pour leur retour, quelle que soit la pression exercée pour les déplacer ou les diviser.<sup>1</sup>

Cette méfiance soulignée dans le titre de l'article : "Joe Biden n'a "aucune confiance dans les chiffres utilisés par les Palestiniens" : que sait-on de la fiabilité du décompte de victimes à Gaza ?"<sup>2</sup> de « TF1 INFO » n'est pas appliquée de manière égale aux sources israéliennes, souvent acceptées sans remise en question similaire. Ce double standard dans le traitement des informations crée une perception biaisée où les données israéliennes sont présumées plus fiables que celles des Palestiniens. En conséquence, les lecteurs sont davantage enclins à douter des chiffres palestiniens, ce qui peut déformer leur compréhension de la situation sur le terrain. Le titre influence directement la perception du lecteur en instillant un doute sur la véracité des informations fournies par les Palestiniens. L'utilisation des mots "aucune confiance" renforce cette suspicion, créant une image de fiabilité douteuse des sources palestiniennes par rapport aux sources israéliennes.

Le recours à une figure d'autorité comme Joe Biden pour exprimer cette méfiance renforce encore plus l'effet de cette framing. En citant un leader mondial, le titre utilise son autorité pour légitimer le scepticisme envers les chiffres palestiniens. Cela peut conduire à une minimisation des souffrances des Palestiniens dans l'opinion publique et à une moindre empathie envers les victimes de Gaza, tout en renforçant la perception que les rapports israéliens sont intrinsèquement plus fiables.

Le titre de France info, "Guerre entre le Hamas et Israël : les chiffres sur le nombre de victimes à Gaza sont-ils fiables ?"<sup>3</sup>, soulève une question critique concernant la crédibilité des décomptes de victimes dans le contexte du conflit. En mettant en doute la fiabilité des chiffres fournis par les sources palestiniennes, ce titre participe à la dévaluation systématique des bilans humains rapportés par ces dernières. Il renforce ainsi une perception biaisée qui favorise les récits israéliens, tout en occultant la gravité de la situation humanitaire à Gaza. Le scepticisme systématique envers les chiffres

---

<sup>1</sup> Ibid.

<sup>2</sup> Felicia Sideris, "Joe Biden n'a 'aucune confiance dans les chiffres utilisés par les Palestiniens' : que sait-on de la fiabilité du décompte de victimes à Gaza ?" **TF1 Info**, publié le 29 octobre 2023. Consulté le 10 novembre 2023. <https://www.tf1info.fr/international/guerre-israel-hamas-que-sait-on-de-la-fiabilite-du-decompte-de-morts-a-gaza-transmis-par-le-ministere-de-la-sante-du-hamas-2274388.html>.

<sup>3</sup> France TV Info, "Guerre entre le Hamas et Israël : les chiffres sur le nombre de victimes à Gaza sont-ils fiables ?", publié le 28 octobre 2023 à 10h30. Consulté le 10 novembre 2023. [https://www.francetvinfo.fr/monde/proche-orient/israel-palestine/guerre-entre-le-hamas-et-israel-les-chiffres-sur-le-nombre-de-victimes-a-gaza-sont-ils-fiables\\_6149955.html](https://www.francetvinfo.fr/monde/proche-orient/israel-palestine/guerre-entre-le-hamas-et-israel-les-chiffres-sur-le-nombre-de-victimes-a-gaza-sont-ils-fiables_6149955.html).

fournis par le ministère de la Santé palestinien contribue à la dévaluation des bilans humains rapportés par ces sources. Ce type de cadrage contribue à la déshumanisation des victimes palestiniennes et à l'adoption de doubles standards dans le traitement médiatique du conflit.

L'article du Parisien, intitulé "Guerre à Gaza : le ministère de la Santé du Hamas annonce 'plus de 30 000' morts depuis le 7 octobre"<sup>1</sup>, démontre une stratégie médiatique qui contribue à la dévalorisation des sources palestiniennes. La récurrence de l'usage du terme « ministère de la Santé du Hamas » au lieu de l'appellation officielle « ministère de la Santé palestinien » illustre une stratégie médiatique qui vise à discréditer les sources palestiniennes. En associant systématiquement le ministère de la Santé à une organisation considérée comme terroriste par plusieurs pays, les médias renforcent l'idée que les informations provenant de Gaza sont biaisées ou manipulées. Cette pratique, fréquente dans les studios TV/radio ainsi que dans les dépêches et articles, contribue à la dépolitisation et à la déshumanisation du conflit, en mettant en doute la fiabilité des données fournies par les Palestiniens.<sup>2</sup>

Le rappel constant des événements du 7 octobre dans le titre et les articles renforce l'idée que les actions israéliennes sont une réponse légitime à une agression initiale, minimisant ainsi la gravité des pertes palestiniennes en les présentant comme des conséquences inévitables de la défense israélienne.

En ajoutant le terme « Hamas » au ministère, compte tenu du traitement médiatique global de cette organisation politique, un puissant effet de délégitimation se manifeste, jetant automatiquement le doute sur l'institution et les informations qu'elle communique.

La première phrase de l'article, "Un chiffre vertigineux, que nous ne sommes toutefois pas en mesure de vérifier de façon indépendante," renforce ce scepticisme. En soulignant l'incapacité à vérifier les chiffres de manière indépendante, les médias accentuent l'incertitude quant à la fiabilité des données fournies par le ministère de la Santé palestinien. Ce type de formulation contribue à la dépolitisation et à la

---

<sup>1</sup> Le Parisien. "Guerre à Gaza : le ministère de la Santé du Hamas annonce 'plus de 30 000' morts depuis le 7 octobre.", publié le 29 février 2024. Consulté le 23 mars 2024. <https://www.leparisien.fr/international/israel/guerre-a-gaza-le-ministere-de-la-sante-du-hamas-annonce-plus-de-30-000-morts-depuis-le-7-octobre-29-02-2024-CKEMKKVKLVBIDLWJ46HZWGE7V4.php>.

<sup>2</sup> Julien Deroni. "Israël-Palestine, le 7 octobre et après (2) : un cadrage médiatique verrouillé". **ACRIMED**, publié le 12 février 2024. Consulté le 7 juillet 2024. Disponible sur : <https://www.acrimed.org/Israel-Palestine-le-7-octobre-et-apres-2-doubles>.

déshumanisation du conflit. En mettant en doute la véracité des informations, les médias minimisent l'impact humanitaire de la situation à Gaza et favorisent une perception biaisée qui peut influencer l'opinion publique et les décisions politiques.

Par exemple, une dépêche de France Info du 11 janvier 2024 affirme : « Le ministère de la Santé du Hamas affirme que 23 469 personnes sont mortes depuis le début de l'offensive israélienne, et fait état de 59 604 blessés. Aucune autre source ne permet de confirmer ce bilan de manière indépendante. »<sup>1</sup>

Ce choix de terminologie renforce la suspicion et remet en question la crédibilité des chiffres fournis: une délégitimation intentionnelle.

L'une des manifestations les plus frappantes de la normalisation des doubles standards réside dans la banalisation de les compassions sélectives, y compris dans ses formes les plus brutales. Cela se traduit notamment par les interventions d'éditorialistes et d'intellectuels qui, malgré leurs efforts pour se justifier, ont expliqué que la valeur des vies humaines et des morts pouvait varier en fonction des intentions présumées des auteurs des crimes. Cette vision inégale de la valeur des vies humaines, souvent défendue avec des arguments plus ou moins sophistiqués, illustre la manière dont certaines voix médiatiques perpétuent des hiérarchies morales et éthiques dans la couverture des événements tragiques.<sup>2</sup>

La « banalisation des compassion sélectives » est un autre aspect critique, indiquant que la compassion exprimée pour certaines tragédies est devenue systématiquement partielle. En d'autres termes, certaines souffrances reçoivent plus d'attention et de sympathie en fonction de facteurs tels que l'identité des victimes ou des considérations géopolitiques, plutôt que sur la base de la gravité intrinsèque des événements. Cette partialité dans la réponse émotionnelle et médiatique contribue à une hiérarchisation des souffrances, où certaines tragédies sont jugées plus dignes d'intérêt que d'autres.

***« Il y a une différence à faire entre des gens, des civils qui sont assassinés dans la rue par des commandos islamistes, qui débarquent dans les villages pour brûler les maisons, et les victimes collatérales de bombardements consécutifs à cette attaque. Je***

---

<sup>1</sup>Julien Deroni. "Israël-Palestine, le 7 octobre et après (2) : un cadrage médiatique verrouillé". **ACRIMED**, publié le 12 février 2024. Consulté le 7 juillet 2024. Disponible sur : <https://www.acrimed.org/Israel-Palestine-le-7-octobre-et-apres-2-doubles>.

<sup>2</sup> Ibid.

*pense qu'il faut marquer cette différence, que c'est même très important de la faire. Là encore, ça n'est pas commensurable. »<sup>1</sup>*

Cette phrase illustre parfaitement la manière dont les biais et les hiérarchies morales sont normalisés dans le discours médiatique. Raphaël Enthoven, dans une intervention sur BFM-TV, exprime clairement une distinction entre différents types de victimes, en suggérant qu'il y a une différence importante à faire entre les personnes assassinées directement par des commandos islamistes et celles qui sont des victimes collatérales de bombardements ultérieurs. Enthoven insiste sur le fait que cette distinction est non seulement pertinente mais cruciale, affirmant que les deux types de souffrances ne sont pas commensurables.

En d'autres termes, Enthoven propose une hiérarchisation des tragédies basée sur la nature de l'attaque et des victimes. Cette approche reflète une forme de compassion sélective, où les victimes des attaques directes sont perçues comme ayant une valeur différente de celles touchées par les conséquences indirectes de ces attaques. L'idée de marquer une telle différence souligne une normalisation des doubles standards, où certaines souffrances sont jugées plus « légitimes » ou « significatives » que d'autres.

Dans cette intervention, Raphaël Enthoven fait référence au conflit israélo-palestinien en établissant une distinction entre les victimes directes et les victimes collatérales. Dans le contexte du conflit israélo-palestinien, cette distinction a des implications importantes. Enthoven suggère que les milliers de Palestiniens qui meurent quotidiennement à la suite de frappes aériennes, de siège ou d'autres formes de violence indirecte ne devraient pas être comparés aux victimes directes des attaques. En d'autres termes, ces Palestiniens sont considérés comme des victimes collatérales, dont les souffrances sont perçues comme moins significatives par rapport aux victimes des attaques ciblées.

Les interventions des éditorialistes et des intellectuels jouent un rôle clé dans la formation de ces normes biaisées. En fournissant des justifications pour la hiérarchisation des vies humaines en fonction des intentions présumées des auteurs des crimes, ils influencent l'opinion publique de manière à légitimer des positions moralement contestables. Leur discours sophistiqué peut ainsi contribuer à renforcer des hiérarchies morales et éthiques qui favorisent certaines victimes au détriment d'autres.

---

<sup>1</sup>Julien Deroni. "Israël-Palestine, le 7 octobre et après (2) : un cadrage médiatique verrouillé". **ACRIMED**, publié le 12 février 2024. Consulté le 7 juillet 2024. Disponible sur : <https://www.acrimed.org/Israel-Palestine-le-7-octobre-et-apres-2-doubles>.

### 3. Le silence médiatique et la déshumanisation des palestiniens :

Le troisième biais repose sur la construction d'un narratif qui diabolise les Palestiniens tout en occultant leurs souffrances. Les médias et les discours politiques tendent à dépeindre les Palestiniens, en particulier le Hamas, de manière agressive et négative, simplifiant ainsi le conflit en créant un ennemi défini. Cette représentation omet souvent les violations des droits humains subies par les Palestiniens et la réalité de l'occupation, ce qui renforce une perception asymétrique. Israël est perçu comme l'acteur légitime et réactif, tandis que les Palestiniens sont réduits à un rôle passif et problématique, dépourvu de toute humanité.

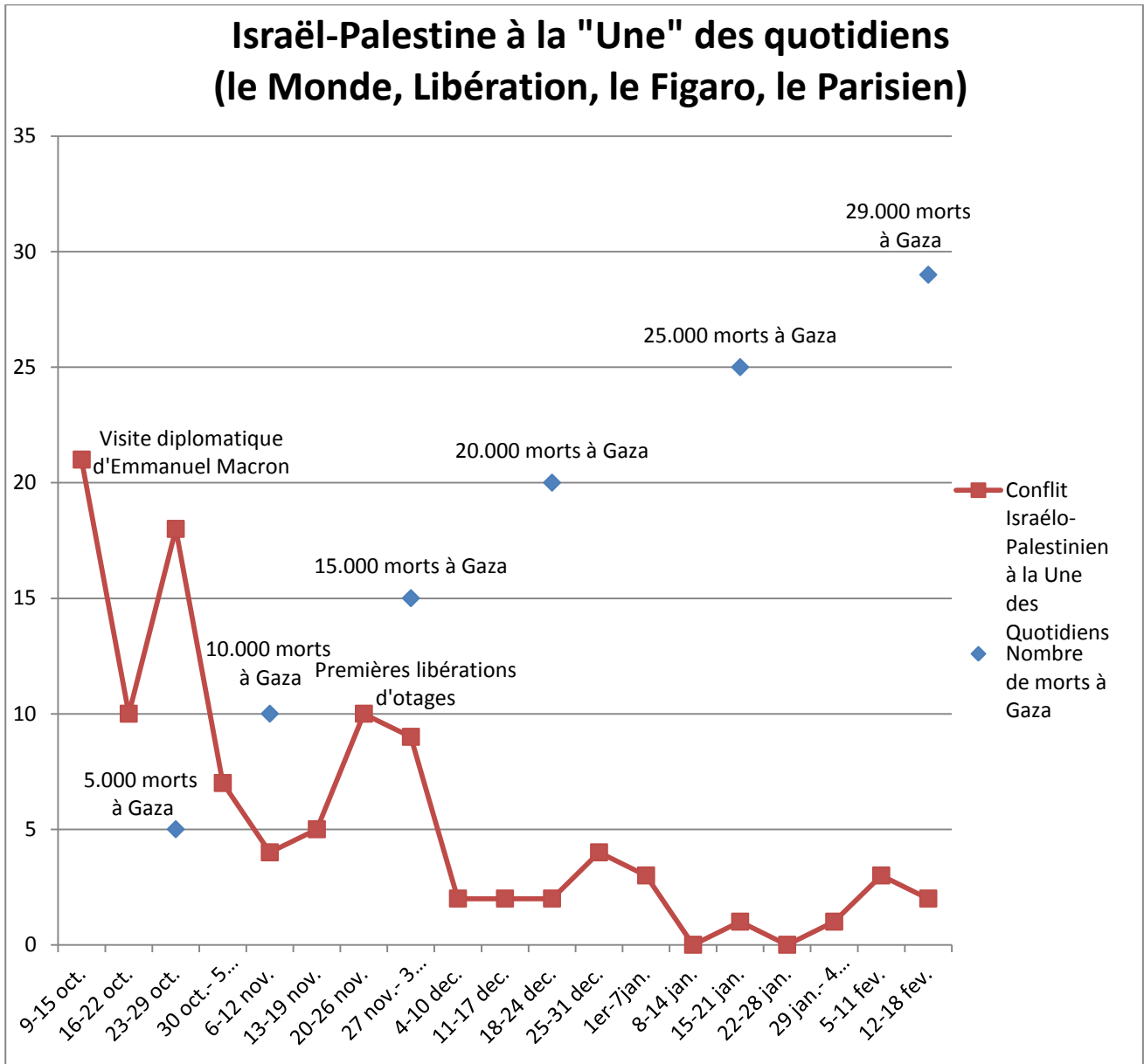
Ce processus a véritablement pris son essor dès les premiers jours qui ont suivi le 7 octobre 2023.

Le traitement médiatique des événements a mis en lumière un déséquilibre flagrant entre la couverture des victimes israéliennes et celle des Palestiniens. Malgré le bilan humanitaire désastreux à Gaza et en Cisjordanie, les grands médias ont montré une tendance marquée par des doubles standards, des compassions sélectives et une invisibilisation de la tragédie palestinienne. Ce biais médiatique a contribué à la déshumanisation des Palestiniens, occultant leur souffrance et complexifiant la compréhension globale du conflit.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Julien Deroni. "Israël-Palestine, le 7 octobre et après (2) : un cadrage médiatique verrouillé". **ACRIMED**, publié le 12 février 2024. Consulté le 7 juillet 2024. Disponible sur : <https://www.acrimed.org/Israel-Palestine-le-7-octobre-et-apres-2-doubles>.

Figure 2 : "Graphique sur la couverture médiatique du conflit israélo-palestinien."



Source : ACRIMED.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Julien Deroni. "Israël-Palestine, le 7 octobre et après (2) : un cadrage médiatique verrouillé". ACRIMED, publié le 12 février 2024. Consulté le 7 juillet 2024. Disponible sur : <https://www.acrimed.org/Israel-Palestine-le-7-octobre-et-apres-2-doubles>.

L'analyse approfondie du graphe révèle une tendance troublante et significative dans la manière dont les grands quotidiens français ont couvert le conflit israélo-palestinien, notamment au cours des derniers mois.

Au début de la période étudiée, du 9 au 15 octobre, le conflit israélo-palestinien attire une attention médiatique notable, avec 21 Unes consacrées au sujet. Ce niveau de couverture peut être attribué à la résurgence des hostilités ou à des événements particulièrement violents qui ont poussé les rédactions à concentrer leur attention sur la région. Cependant, même avec ce nombre relativement élevé d'articles en première page, il est crucial de noter que cette couverture n'est pas à la hauteur de la gravité de la crise humanitaire en cours à Gaza, où les pertes humaines s'accroissent déjà de manière inquiétante.

La semaine suivante, du 16 au 22 octobre, marque une chute brutale de l'attention médiatique, avec une réduction de plus de la moitié du nombre d'Unes, passant de 21 à 10. Cette baisse drastique illustre un désengagement rapide des médias français face à un conflit qui ne cesse pourtant de s'aggraver. Ce phénomène reflète une dynamique où la médiatisation du conflit semble être dictée par des considérations éditoriales ou diplomatiques, plutôt que par une volonté de rendre compte de la réalité de la situation sur le terrain.

Le graphe montre ensuite un pic significatif dans la couverture du conflit, du 23 au 29 octobre, avec 23 Unes. Ce regain d'intérêt est étroitement lié à la visite d'Emmanuel Macron en Israël et à Ramallah le 24 octobre. Cette attention soudaine, alimentée par la visite présidentielle, met en lumière ce que l'on pourrait appeler un « journalisme de diplomates »<sup>1</sup>, où l'agenda médiatique s'aligne sur celui des décideurs politiques. Pendant cette période, le nombre de morts à Gaza atteint 5 000, mais cet aspect humanitaire est largement éclipsé par les reportages centrés sur les déplacements et les déclarations de Macron. Ce phénomène démontre une tendance des médias à privilégier les événements diplomatiques, même lorsqu'ils n'apportent aucune avancée concrète sur le terrain, aux dépens d'une couverture continue et sensible des réalités humanitaires.

Malgré la gravité croissante de la situation à Gaza, la couverture médiatique retombe à 7 Unes la semaine suivante, du 30 octobre au 5 novembre. Cette diminution de l'intérêt des médias coïncide avec une augmentation du nombre de victimes palestiniennes, soulignant une fois de plus le décalage entre les événements sur le

---

<sup>1</sup> Julien Deroni, "Israël-Palestine, le 7 octobre et après (3) : invisibilisation de Gaza et déshumanisation des Palestiniens," **ACRIMED**, 22 février 2024, consulté le 10 mars 2024 <https://www.acrimed.org/Israel-Palestine-le-7-octobre-et-apres-3>.

terrain et leur représentation médiatique. Le manque de couverture médiatique, alors que les violences s'intensifient, met en lumière une tendance à l'invisibilisation progressive du conflit.

La tendance à la baisse se poursuit du 6 au 12 novembre, avec seulement 4 Unes consacrées au conflit. Cette semaine-là, le nombre de morts à Gaza dépasse les 10 000, un seuil qui aurait dû susciter une réponse médiatique substantielle. Toutefois, la couverture reste minimaliste, montrant une indifférence croissante des médias face à l'ampleur de la catastrophe humanitaire. Cette sous-représentation renforce l'idée que la tragédie des Palestiniens ne figure pas parmi les priorités éditoriales des grands quotidiens français.

La semaine du 13 au 19 novembre montre une légère résurgence de l'intérêt médiatique, avec 5 Unes. Cependant, ce sursaut est modeste et reste insuffisant pour couvrir la situation de manière appropriée. À ce moment, la situation à Gaza continue de se détériorer, mais les médias persistent dans leur dépriorisation de ce drame, optant plutôt pour des sujets plus en phase avec leur agenda éditorial.

Le second pic de couverture se produit du 20 au 26 novembre, avec 10 Unes. Ce regain d'attention est déclenché par l'accord de trêve et la première vague de libérations d'otages israéliens. Bien que cet événement soit crucial, il est important de noter que, durant cette période, le nombre de morts à Gaza atteint 15 000, un chiffre qui, à lui seul, aurait justifié une couverture beaucoup plus importante. Les médias semblent ici une fois de plus privilégier les développements diplomatiques et les événements concernant les citoyens israéliens, tandis que les souffrances des Palestiniens restent largement invisibles.

À partir du 27 novembre, la couverture du conflit décline progressivement, atteignant un minimum de 2 Unes par semaine du 4 au 24 décembre. Pendant ce temps, le nombre de morts à Gaza dépasse les 20 000, mais cela ne se reflète presque pas dans les médias. Cette période est caractérisée par un désengagement quasi total, avec seulement quelques Unes sporadiques qui ne parviennent pas à mettre en lumière l'aggravation de la situation sur le terrain. Cette invisibilisation progressive de la tragédie palestinienne montre une priorisation de l'agenda éditorial français qui marginalise les souffrances des populations civiles à Gaza.

Les semaines suivantes, du 25 décembre au 7 janvier, voient un léger sursaut avec 4 Unes, puis une baisse à 3 Unes. Ce retour d'intérêt reste limité, malgré une situation sur le terrain qui ne cesse d'empirer, avec un nombre de morts atteignant 25 000. Le désengagement médiatique, malgré l'intensification du conflit, montre que les médias

continuent de détourner leur attention des conséquences humanitaires de la guerre à Gaza, privilégiant d'autres sujets.

La période qui suit, du 8 janvier au 18 février, est marquée par une absence quasi totale de couverture médiatique, avec plusieurs semaines sans aucune Une consacrée au conflit. Ce désengagement survient alors que la situation humanitaire atteint un point critique, avec une catastrophe humanitaire en pleine expansion. Le faible regain de 1 à 3 Unes au cours des dernières semaines ne parvient pas à compenser l'invisibilisation massive des événements. La crise à Gaza, avec ses 25 000 morts, est ainsi reléguée au second plan, voire complètement ignorée par les médias français.

L'analyse de ce graphe met en lumière une déconnexion alarmante entre la couverture médiatique du conflit israélo-palestinien et les événements sur le terrain. Les médias français semblent adopter une approche sélective, où l'attention accordée au conflit est fortement influencée par des événements diplomatiques ou politiques spécifiques, au détriment de la réalité humanitaire vécue par les Palestiniens. Cette sélection éditoriale privilégie les récits qui s'alignent sur les agendas diplomatiques et minimise, voire ignore, la tragédie humaine en cours. En conséquence, la souffrance des populations civiles palestiniennes est largement invisibilisée, ce qui contribue à une perception publique déformée et incomplète de la gravité de la situation à Gaza.

Cette analyse montre que la couverture médiatique est non seulement insuffisante, mais aussi biaisée, donnant priorité à des événements qui ne reflètent pas l'ampleur des violences et des pertes humaines. Ce constat soulève des questions cruciales sur la responsabilité des médias dans la représentation des conflits et sur l'impact de ces choix éditoriaux sur la perception du public.

La façon dont les médias traitent les victimes palestiniennes, en les rendant largement invisibles, contribue à un processus de déshumanisation. Cette invisibilisation des victimes palestiniennes et de la tragédie à Gaza, particulièrement marquée dans les journaux télévisés de TF1 et France 2, est révélatrice d'une tendance plus large dans le traitement médiatique du conflit.<sup>1</sup>

En visionnant 46 JT, Arrêt sur images n'a relevé aucune séquence dédiée au sort des Gazaouis, avec un silence total sur les milliers de morts, alors qu'une couverture disproportionnée a été accordée aux otages israéliens.<sup>2</sup> Cette absence d'équilibre dans la

---

<sup>1</sup> Julien Deroni. "Israël-Palestine, le 7 octobre et après (2) : un cadrage médiatique verrouillé". **ACRIMED**, publié le 12 février 2024. Consulté le 7 juillet 2024. Disponible sur : <https://www.acrimed.org/Israel-Palestine-le-7-octobre-et-apres-2-doubles>.

<sup>2</sup> Ibid.

couverture médiatique ne reflète pas seulement un manque d'information, mais participe activement à la marginalisation et à la déshumanisation des Palestiniens, en les présentant comme des figures invisibles, en contraste avec la couverture empathique réservée aux Israéliens.

Ce traitement médiatique n'est pas isolé; il s'inscrit dans une logique plus large « d'impensé colonial »<sup>1</sup>, où les vies des peuples colonisés ou perçus comme tels sont systématiquement dévalorisées. En omettant de donner la même importance aux pertes humaines du côté palestinien, les médias contribuent à une perception biaisée du conflit, où les victimes palestiniennes sont reléguées à une simple statistique, tandis que les souffrances israéliennes sont humanisées et mises en avant.

Cette situation est renforcée par une asymétrie marquée dans l'empathie médiatique, où les souffrances israéliennes sont amplifiées, tandis que celles des Palestiniens sont minimisées, voire ignorées. Cela mène à une distorsion de la réalité du conflit, rendant invisible une tragédie humanitaire de grande ampleur et, en conséquence, contribuant à sa déshumanisation.

Ainsi, l'analyse des médias révèle non seulement un manque d'équité dans le traitement des deux côtés du conflit, mais aussi une tendance plus inquiétante à la déshumanisation systématique des victimes palestiniennes. Cette tendance ne peut être comprise qu'en tenant compte du contexte colonial dans lequel elle s'inscrit, et qui continue d'imprégner la manière dont les médias occidentaux traitent les conflits impliquant des populations non occidentales.

### **C. Analyse des Représentations Visuelles Médiatiques et leur impact sur la formation de l'Opinion Publique**

#### **1. La manipulation de l'opinion publique à travers les médias :**

Le 7 octobre 2023 marque le début des représentations visuelles médiatiques concernant cette nouvelle étape de la guerre entre la Palestine et Israël dans les médias occidentaux. Ce jour-là, la couverture médiatique s'est concentrée de manière significative sur les souffrances des Israéliens, diffusant des images qui ont rapidement capté l'attention du public occidental et du monde entier. Les premières images diffusées ont largement mis en avant la détresse israélienne, accentuant la violence subie par les civils israéliens à travers des reportages poignants et des témoignages émouvants. Cette focalisation sur la douleur israélienne a non seulement orienté l'opinion publique vers une empathie accrue pour les victimes israéliennes, mais a aussi contribué à une hiérarchisation des souffrances. En effet, alors que la représentation

---

<sup>1</sup> Ibid.

médiatique des victimes israéliennes dominait les écrans, les souffrances et les pertes du côté palestinien ont été reléguées au second plan, alimentant une vision biaisée du conflit.

Cette première étape de la couverture médiatique, marquée par une forte présence visuelle des images israéliennes, pose les bases de l'analyse de la manière dont les représentations visuelles influencent la perception du conflit. En observant les images diffusées et leur impact sur l'opinion publique, il devient crucial de comprendre comment ces représentations façonnent les attitudes et les perceptions envers les différents acteurs du conflit, ainsi que l'impact des choix éditoriaux sur la visibilité des souffrances palestiniennes.

Le choix des mots et la terminologie utilisée jouent un rôle déterminant dans la couverture des événements mondiaux, car les termes employés, avec leur charge sémantique, possèdent la capacité d'influencer les émotions, de façonner l'opinion publique, d'évoquer des représentations mentales, et parfois même d'atténuer la perception de la gravité des faits.<sup>1</sup>

Le choix des mots ne constitue pas le seul levier d'influence dans la couverture des événements mondiaux ; la sélection des images diffusées par les médias joue également un rôle crucial dans la manipulation de l'opinion publique. Les images possèdent une force d'évocation immédiate, capable de générer des réactions émotionnelles puissantes et de créer des narrations visuelles qui orientent la perception des faits. Elles peuvent amplifier ou atténuer l'importance d'un événement, en dramatiser certains aspects ou en minimiser d'autres, en fonction des objectifs éditoriaux poursuivis.

Par exemple, une image de destruction ou de souffrance humaine peut polariser l'opinion, susciter de l'empathie ou justifier une intervention, tandis que l'absence de ces représentations, ou le choix de diffuser des images de calme ou de résilience, peut adoucir la perception d'une crise. Ce cadrage visuel, conscient ou inconscient, façonne la réalité perçue et peut renforcer ou déconstruire des récits dominants. En définitive, le pouvoir de l'image, au même titre que celui du mot, réside dans sa capacité à influencer les dynamiques de visibilité et d'invisibilité, contribuant ainsi de manière décisive à la construction sociale de la réalité.

C'est précisément le cas des médias occidentaux depuis le début de la guerre du 7 octobre 2023. La couverture médiatique de ce conflit a été marquée par des choix éditoriaux qui ne se limitent pas seulement à la sélection des mots, mais qui incluent

---

<sup>1</sup> Middle East Eye, "Guerre à Gaza : comment les choix linguistiques des médias minimisent les souffrances des Palestiniens.", publié le 28 décembre 2023. Consulté le 3 juin 2024. <https://www.middleeasteye.net/fr/decryptages/guerre-israel-palestine-gaza-medias-couverture-choix-linguistiques-influence>.

également des décisions stratégiques concernant les images diffusées. Ces choix ont un impact significatif sur la manière dont le public perçoit et comprend la situation sur le terrain.

Le récit visuel est une composante essentielle de la couverture médiatique des événements. Il s'agit de la manière dont les médias construisent une narration des événements à travers des images, façonnant ainsi la perception du public sur ce qui se déroule sur le terrain. Depuis le début de cette guerre, les médias occidentaux ont largement recours aux images pour structurer et orienter leur narration des événements. Le récit visuel qui en résulte n'est pas un simple reflet de la réalité, mais une construction qui sert des objectifs éditoriaux et idéologiques. Par exemple, la mise en avant de photographies montrant des scènes de destruction, de victimes civiles, ou de familles en deuil renforce un récit centré sur la souffrance et la violence, qui peut susciter l'empathie et l'indignation du public. Cette sélection visuelle crée une certaine proximité émotionnelle avec les victimes, incitant le public à adopter une position morale ou politique en réponse aux images diffusées.

Certains médias ont privilégié des images dramatiques qui mettent en exergue la violence et la souffrance d'un camp, tout en minimisant, par leur absence ou leur rareté, les souffrances de l'autre camp. Ce déséquilibre visuel contribue à orienter l'empathie du public, à consolider des récits préétablis, et à renforcer certaines interprétations des événements tout en en excluant d'autres. En manipulant ainsi les dynamiques de visibilité et d'invisibilité, les médias occidentaux participent activement à la construction d'une réalité médiatique qui peut diverger sensiblement de la complexité de la réalité sur le terrain. La hasbara ou la propagande israélienne cherche à dépeindre Israël comme un bastion de la démocratie et des droits de l'homme.<sup>1</sup>

L'image présentée en Figure 3 (p 127), diffusée par i24news, montre les visages de dix individus — enfants, femmes, et hommes — tous souriants, joue un rôle stratégique dans la construction du récit médiatique autour de la guerre du 7 octobre 2023. En mettant en avant ces visages radieux, l'image crée une connexion émotionnelle immédiate avec le spectateur, en humanisant les personnes potentiellement touchées par le conflit. Les visages souriants, en particulier ceux des enfants, sont utilisés pour susciter une réponse empathique plus profonde en renforçant la perception de leur vulnérabilité et de leur innocence. Cette approche crée un contraste poignant avec les images de souffrance et de destruction souvent associées aux conflits, accentuant la douleur potentielle que la violence pourrait infliger à ces vies. L'accent mis sur les enfants renforce ce contraste, mobilisant des sentiments de protection et de solidarité en

---

<sup>1</sup> **Décryptage des stratégies de propagande médiatique en faveur d'Israël**, Libanews, Op.cit.

mettant en lumière leur innocence perdue. Par cette représentation, i24news ne se contente pas de diffuser des images ; elle façonne un récit visuel qui vise à établir une connexion personnelle avec le public et à influencer son opinion. En humanisant les victimes potentielles, cette narration visuelle ne se limite pas à informer, mais cherche également à susciter une réaction émotionnelle forte et à orienter les réponses politiques et humanitaires, en mettant en avant la perte et l'injustice perçues dans le conflit. Ainsi, l'image joue un rôle crucial dans la création d'une réalité médiatique qui va au-delà des faits bruts, touchant la dimension émotionnelle et personnelle du spectateur pour mobiliser son empathie et son engagement.

La stratégie médiatique employée par la chaîne israélienne i24news, , illustre un ensemble de techniques visant à construire un récit spécifique autour du conflit du 7 octobre 2023, et à influencer la perception du public international.<sup>1</sup>



### (Annexe 3 )<sup>2</sup>

I24news utilise une stratégie de narration émotionnelle, la chaîne cherche à humaniser les personnes touchées par le conflit et à susciter une empathie immédiate auprès du public.

Le choix de diffuser cette image s'inscrit dans une stratégie plus large de construction du récit qui vise à influencer la perception internationale du conflit.

Cette stratégie de récit visuel n'est pas limitée à i24news mais est souvent reprise par les médias occidentaux. Les images et les narrations d'i24news trouvent leur chemin

<sup>1</sup> Comme le montre l'annexe 3.

<sup>2</sup> I24 News. "Massacre du 7 octobre : Des chiffres officiels font état de 1290 tués." 12 décembre 2023. <https://www.i24news.tv/fr/actu/israel-en-guerre/1702400857-massacre-du-7-octobre-des-chiffres-officiels-font-etat-de-1290-tues>.

dans les couvertures médiatiques internationales, amplifiant ainsi le récit original construit par la chaîne israélienne. Les médias occidentaux, en reprenant ces visuels et récits, contribuent à diffuser et renforcer les messages véhiculés par i24news. Ce phénomène montre comment les récits médiatiques peuvent se propager au-delà de leurs sources initiales, façonnant ainsi la perception globale du conflit.

En adoptant et en diffusant ces images, les médias occidentaux participent à la reproduction et à l'amplification du récit construit par i24news. Ce processus de circulation médiatique contribue à établir des cadres narratifs dominants et à influencer la manière dont le conflit est perçu à l'échelle mondiale. Ainsi, la stratégie médiatique d'i24news, par son utilisation ciblée des visuels et son impact sur les médias internationaux, joue un rôle crucial dans la formation des perceptions globales du conflit israélo-palestinien.

L'image diffusée par BFM TV le 6 novembre 2023<sup>1</sup>, montrant des photos des victimes du 7 octobre 2023 projetées sur le Mur des Lamentations, accompagnée de 1 400 bougies allumées, offre une représentation visuelle riche en significations et en implications médiatiques.



(Annexe 4)<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Comme le montre l'annexe 4.

<sup>2</sup> BFMTV. "1.400 bougies, photos... Israël rend hommage aux victimes un mois après les attaques du Hamas." 7 novembre 2023. [https://www.bfmtv.com/international/moyen-orient/israel/1-400-bougies-photos-israel-rend-hommage-aux-victimes-un-mois-apres-les-attaques-du-hamas\\_AN-202311070102.html](https://www.bfmtv.com/international/moyen-orient/israel/1-400-bougies-photos-israel-rend-hommage-aux-victimes-un-mois-apres-les-attaques-du-hamas_AN-202311070102.html).

La projection des visages sur ce site sacré, lieu de grande importance religieuse et symbolique pour le judaïsme, accentue le poids émotionnel et la portée symbolique de l'hommage. Le Mur des Lamentations, étant un lieu de mémoire et de prière, est utilisé pour créer une connexion directe entre les victimes et la mémoire collective juive, soulignant ainsi la profondeur du deuil ressenti par la communauté israélienne. En choisissant ce lieu pour diffuser les photos, l'image cherche à renforcer le sentiment de perte et à mobiliser une réponse émotionnelle forte de la part du public.

L'hommage visuel, marqué par les 1 400 bougies, sert à personnaliser le deuil en transformant les pertes humaines en visages et histoires personnelles. Les bougies, symboles universels de mémoire et de lumière dans l'obscurité, sont employées pour représenter les vies perdues et l'ampleur de la tragédie. Cette approche vise à susciter l'empathie en mettant en avant des visages individuels plutôt que des abstractions statistiques. La juxtaposition des photos avec les bougies cherche à créer un contraste émotionnel puissant, accentuant la perception de la tragédie et du deuil.

La diffusion de cette image par BFM TV joue un rôle crucial dans la manière dont le public français et international perçoit le conflit. En mettant en avant cet hommage visuel, la chaîne contribue à renforcer un récit qui humanise les victimes du conflit israélo-palestinien et accentue la perte subie par Israël. Ce choix médiatique peut influencer les attitudes et opinions des spectateurs en favorisant une empathie accrue envers Israël et ses victimes. En se concentrant sur l'aspect humain de la tragédie, BFM TV participe à la construction d'un récit qui vise à mobiliser une réponse solidaire et empathique.

Cette image a vraisemblablement un impact sur la perception globale du conflit en mettant l'accent sur les victimes israéliennes et en utilisant des symboles puissants comme le Mur des Lamentations. Cette mise en scène peut renforcer les narratives existantes en faveur d'une solidarité accrue avec Israël, tout en contribuant à la polarisation des perceptions du conflit en minimisant les perspectives ou souffrances de la partie palestinienne. En mettant en lumière les victimes individuelles de cette manière, BFM TV participe à la création d'un cadre narratif qui transforme les statistiques en récits personnels et contribue à la formation d'une opinion publique influencée par des représentations visuelles émotionnellement chargées.

## **2. La déshumanisation des palestiniens :**

L'expression de Carl von Clausewitz, "*Nebel des Kriegen*" (ou "brouillard de la guerre")<sup>1</sup>, acquiert une signification profonde et pertinente dans le contexte de la guerre du 7 octobre 2023, illustrant comment la complexité et l'incertitude des conflits

---

<sup>1</sup> Carl von Clausewitz, Op.cit, p68.

contemporains sont à la fois accentuées et modifiées par les récits visuels diffusés par les médias.

Clausewitz utilise le terme "brouillard de la guerre" pour décrire la confusion et le manque de clarté qui caractérisent les opérations militaires, où les informations sont souvent fragmentaires, ambiguës, et sujettes à diverses interprétations. Ce concept met en lumière les défis inhérents à la perception et à la compréhension des événements de guerre, soulignant la difficulté de discerner la réalité dans un contexte d'incertitude.

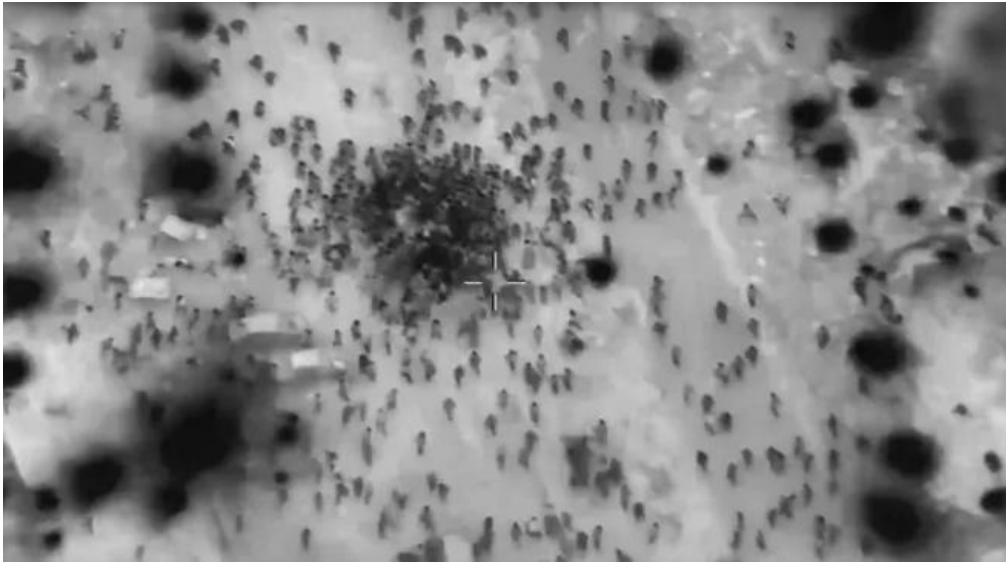
Le récit visuel des médias occidentaux joue un rôle crucial dans la gestion de ce brouillard de la guerre. Les images diffusées ne se contentent pas de représenter des faits ; elles façonnent activement la narration du conflit en sélectionnant, cadrant et contextualisant visuellement les événements.

Cette sélection visuelle est ainsi une forme de mise en scène qui réduit ou manipule l'incertitude en offrant une version particulière de la réalité en déshumaniser les palestiniens notamment. Par la diffusion d'images spécifiques et le choix du contexte dans lequel elles sont présentées, les médias contribuent à établir une narration dominante qui peut influencer la perception du public. Par exemple, en mettant en avant des scènes de détresse d'un camp tout en minimisant la visibilité des souffrances de l'autre, les médias orientent l'opinion publique vers une interprétation spécifique du conflit.

L'image aérienne diffusée par i24news le 29 février<sup>1</sup>, montrant l'attaque qui a causé la mort de plus d'une centaine de Palestiniens lors d'une distribution d'aide alimentaire à Gaza, illustre une couverture médiatique marquée par une déshumanisation poignante et une utilisation stratégique du langage. Le terme "drame" utilisé pour qualifier cet événement, alors que les informations indiquent que les attaques visaient des « suspects » et non le convoi humanitaire lui-même, révèle une approche spécifique dans la présentation et l'interprétation des faits.

---

<sup>1</sup> Comme le montre l'annexe 5.



**(Annexe 5)<sup>1</sup>**

Les images aériennes diffusées par i24news présentent une vue en hauteur du terrain où l'attaque a eu lieu. Cette perspective, qui montre les Palestiniens comme de petits points noirs indistincts, comme des fourmilles, contribue à une forme de déshumanisation. En montrant les individus de cette manière, l'image réduit les personnes touchées par le conflit à des silhouettes anonymes, minimisant leur identité et leur humanité. Cette abstraction visuelle sert à distancier le spectateur de la réalité humaine et émotionnelle de l'événement. L'absence de détails sur les visages ou les expressions des victimes contribue à créer une distance psychologique, rendant plus difficile pour le public de se connecter émotionnellement avec les personnes touchées.

Le choix du terme "drame" pour qualifier cet événement, alors que plus d'une centaine de personnes ont été tuées, reflète une stratégie de cadrage qui minimise la portée de la violence et se concentre sur l'aspect tragique plutôt que sur la responsabilité et les implications politiques. Le mot "drame" peut impliquer un événement malheureux mais imprévu, plutôt qu'une attaque ciblée avec des conséquences graves. Cette formulation contribue à orienter la perception du public vers une réaction émotionnelle centrée sur la tristesse et la compassion, tout en évitant une analyse critique de la responsabilité des attaques et des conditions spécifiques du conflit.

La déshumanisation des Palestiniens à travers l'utilisation d'images aériennes est une technique médiatique qui peut influencer fortement la perception publique. En représentant les victimes comme des points noirs indistincts, les médias contribuent à

---

<sup>1</sup> i24NEWS. "Drame de la distribution d'aide à Gaza le 29 février : Tsahal admet avoir tiré sur des 'suspects' mais non pas sur le convoi humanitaire lui-même." 3 min. Publié le 8 mars 2024. Consulté le 14 avril 2024. <https://www.i24news.tv>.

dépersonnaliser les personnes touchées par le conflit. Cette représentation réduit la visibilité de leur souffrance individuelle et colle une abstraction aux victimes, ce qui peut limiter la capacité du public à percevoir l'impact humain réel de l'événement. En concentrant l'attention sur l'aspect technique et abstrait de l'attaque, les médias minimisent l'élément humain et émotionnel, ce qui peut influencer les opinions et les réponses du public en faveur d'une compréhension moins empathique et plus distanciée du conflit.

Selon les justifications de la chaîne, les attaques auraient eu lieu dans un contexte où une foule d'environ 12 000 Palestiniens s'était rassemblée autour des camions de distribution. Les autorités israéliennes ont affirmé que ce rassemblement massif avait créé une situation chaotique où des civils se seraient retrouvés coincés, écrasés par des camions ou victimes de bousculades, ce qui aurait causé les pertes humaines. De plus, les forces israéliennes ont soutenu que la proximité des troupes israéliennes avec cette foule constituait une menace réelle pour les soldats.

Cette explication, relayée par les médias, a pour but de détourner l'attention des responsabilités directes en minimisant l'ampleur des conséquences humanitaires et en se concentrant sur la prétendue menace perçue par les troupes israéliennes. En insistant sur le fait que les pertes civiles seraient survenues à la suite de chaos et de bousculades, et non directement en raison des tirs israéliens, les autorités cherchent à atténuer la responsabilité directe de l'attaque. Cette narration s'efforce de présenter l'incident comme une conséquence secondaire d'une situation désordonnée plutôt que comme un acte de violence intentionnelle.

### **3. Manipulation des récits visuels:**

La manipulation de l'information ne se limite pas simplement à la présentation biaisée des faits. Les stratégies médiatiques déployées peuvent aller bien au-delà de la distorsion de la réalité pour embrasser une démarche active de désinformation. Cette approche consiste non seulement à omettre ou à orienter les faits de manière sélective, mais aussi à inventer des éléments qui n'ont aucun fondement réel. Par conséquent, cette stratégie vise non seulement à influencer l'opinion publique en déformant la vérité, mais également à créer et propager des récits fictifs qui servent des objectifs politiques ou idéologiques spécifiques. Dans cette optique, la désinformation devient un outil puissant pour manipuler les perceptions et les croyances, en introduisant des éléments fallacieux qui renforcent des narratifs préexistants ou en construisant de nouveaux.

La guerre ne se mène pas uniquement sur le champ de bataille. Israël s'appuie sur une stratégie de manipulation de l'opinion publique par le biais de la diffusion d'images trompeuses et de désinformation. Cette approche vise à renforcer la perception d'Israël

en tant que victime légitime, tout en diabolisant ses adversaires désignés comme des terroristes. Une telle stratégie contribue à occulter les causes fondamentales du conflit : la colonisation, la répression, les déportations, et l'apartheid qui constituent le quotidien des Palestiniens depuis 1948, bien avant la création du Hamas en 1987.<sup>1</sup>

La propagande israélienne se cristallise autour d'un message simple : « Le Hamas est une organisation terroriste qui nous attaque, et Israël ne fait que se défendre. » Depuis l'attaque du Hamas, les médias occidentaux diffusent souvent des images et des vidéos décontextualisées, voire anciennes, qui sont associées de manière trompeuse aux événements actuels pour influencer l'opinion publique. Par exemple, une vidéo montrant de jeunes enfants enfermés dans des cages pour animaux a été utilisée pour suggérer que des enfants israéliens étaient retenus en otage par le Hamas, une affirmation qui a ensuite été démentie. De même, des images de manifestations pro-palestiniennes ont été détournées pour les présenter comme des « migrants palestiniens en Europe célébrant l'attaque du Hamas ».<sup>2</sup>

La désinformation à propos des événements à Gaza est orchestrée aux plus hauts niveaux, et la manipulation médiatique atteint une ampleur inédite. La couverture médiatique occidentale tend à présenter la résistance palestinienne comme un acte de terrorisme, déshumanisant les Palestiniens et les incriminant systématiquement dans l'espace public. Les voix pro-israéliennes dominent les débats télévisés et radiophoniques, tandis que les perspectives palestiniennes sont largement ignorées.

En parallèle, les médias qui reprennent ce discours affirment qu'Israël ne cible que des « terroristes » et démentent systématiquement toute attaque contre des civils, malgré des bombardements documentés d'hôpitaux, d'écoles, et d'ambulances.<sup>3</sup>

Le dernier bilan fait état de 40 819 Palestiniens tombés en martyrs depuis le début de l'agression israélienne, parmi lesquels les journalistes ne sont pas épargnés. À ce jour, plus de 172 journalistes ont été tués, dépassant ainsi le seuil des cent morts dans cette profession. En parallèle, le Club des Prisonniers Palestiniens a révélé, ce lundi, que les forces d'occupation israéliennes ont arrêté 98 journalistes palestiniens en Cisjordanie occupée et à Gaza depuis le début de leur offensive brutale le 7 octobre 2023.<sup>4</sup>

Le ciblage systématique des journalistes par Israël semble être une stratégie délibérée pour contrôler le récit de la guerre. Les journalistes, en tant que témoins

---

<sup>1</sup> Larbi, Farida. "Médias occidentaux : L'innocence du bourreau." El Moudjahid, 14 octobre 2023. Consulté le 26 décembre 2023. <https://www.elmoudjahid.dz/fr/dossier/medias-occidentaux-l-innocence-du-bourreau-206918>.

<sup>2</sup> Ibid.

<sup>3</sup> Ibid.

<sup>4</sup> "نادي الأسير يكشف عدد الصحفيين الفلسطينيين بسجون الاحتلال بعد 7 أكتوبر." عربي21، 2 سبتمبر 2024. تم الوصول إليه في 3 سبتمبر 2024. <https://arabi21.com/story/1622516>.

oculaires et rapporteurs des faits, représentent une menace pour l'entité sioniste qui cherche à façonner l'opinion publique à son avantage. En documentant des attaques contre des civils, la destruction d'infrastructures comme les hôpitaux et les écoles, ou encore les bombardements d'ambulances, les journalistes exposent les contradictions des discours officiels et attirent l'attention de la communauté internationale sur des violations du droit humanitaire.

Israël sait parfaitement que les journalistes jouent un rôle crucial en apportant une couverture médiatique indépendante qui peut contredire sa version des faits. Ainsi, en les ciblant, l'objectif est double : d'une part, limiter la diffusion d'informations critiques susceptibles de nuire à son image et, d'autre part, dissuader les journalistes de travailler librement sur le terrain. Ce harcèlement crée un climat de peur qui réduit la présence de reporters et empêche la diffusion de témoignages alternatifs. Il s'agit donc d'une tentative de verrouillage de l'espace médiatique afin de minimiser la perception des souffrances infligées à la population palestinienne et de consolider la légitimité de ses actions militaires aux yeux du monde.

Le ciblage systématique des journalistes et la diffusion de vidéos de propagande font partie de la stratégie médiatique d'Israël pour manipuler l'opinion publique. Cela inclut l'organisation de visites en Israël pour les journalistes, la diffusion de messages biaisés, et l'utilisation de narratifs qui influencent la perception internationale. Cependant, cette stratégie ne s'arrête pas là : elle évolue pour intégrer de nouvelles méthodes de persuasion visuelle, comme l'illustre la dernière vidéo diffusée par Israël.

La vidéo récente publiée par Israël sur Gaza est un exemple frappant de manipulation médiatique, utilisant des techniques visuelles et sonores sophistiquées pour influencer l'opinion publique. À travers un montage contrasté, elle cherche à redéfinir la perception de la situation à Gaza, en jouant sur l'émotion et la simplification des réalités complexes du conflit israélo-palestinien.

Cette vidéo de propagande, diffusée le 21 janvier 2024 sur le compte YouTube de la diplomatie publique israélienne<sup>1</sup> et utilisée comme publicité sur diverses plateformes de vidéo à la demande à travers le monde, incarne parfaitement la stratégie de communication d'Israël à l'international, connue sous le nom de Hasbara. Elle manipule les perceptions en proposant un contraste saisissant entre deux images de Gaza : celle d'un lieu idyllique et celle d'un champ de ruines sous l'autorité du Hamas.

---

<sup>1</sup> National Hasbara, "Come Visit Gaza!" **The National Public Diplomacy Directorate at the Prime Minister's Office**, Vidéo YouTube, 21 janvier 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=dJaxKQrHE6U>.

Dans les vingt premières secondes, la vidéo présente une version idyllique de Gaza, qualifiée de "véritable paradis en bord de mer". La première image de la vidéo présente une plage idyllique bordée de palmiers, sous un ciel bleu éclatant, avec un soleil radieux illuminant de hauts bâtiments modernes. Le texte en surimpression indique : "Visitez la belle Gaza", accompagné d'un sous-titre en anglais : "Where there is a will, there is a way", qui se traduit par "Là où il y a une volonté, il y a un chemin".<sup>1</sup>



### (Annexe 6)<sup>2</sup>

L'utilisation de cette phrase vise à transmettre un message subtil mais puissant : elle suggère que la paix et la prospérité sont possibles à Gaza, mais à condition d'un changement politique ou de leadership, sous-entendu ici, la disparition du Hamas. Cette formulation renforce l'idée que la situation actuelle à Gaza est réversible et que la transformation en un lieu de rêve est réalisable, en alignant la volonté des habitants avec une vision conforme à celle que promeut Israël. En d'autres termes, le message cherche à influencer les spectateurs en les convainquant que le bonheur et la prospérité sont à portée de main, si seulement le "bon" chemin est suivi — celui proposé par Israël.

Les premières images montrent une plage ensoleillée avec des enfants souriants jouant au ballon près de l'eau, renforçant l'idée d'une destination touristique attrayante.<sup>3</sup>

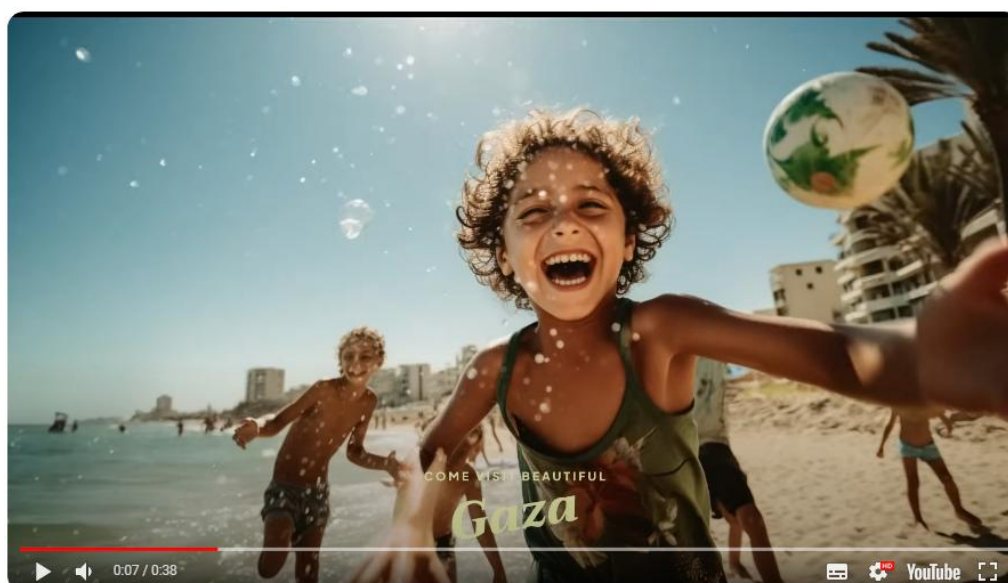
<sup>1</sup> Comme le montre l'annexe 6.

<sup>2</sup> National Hasbara, "Come Visit Gaza!" **The National Public Diplomacy Directorate at the Prime Minister's Office**, Vidéo YouTube, 21 janvier 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=dJaxKQrHE6U>.

<sup>3</sup> Comme le montre les annexes 7, 8 et 9.



(Annexe 7)<sup>1</sup>



(Annexe 8)<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> National Hasbara, "Come Visit Gaza!" **The National Public Diplomacy Directorate at the Prime Minister's Office**, Vidéo YouTube, 21 janvier 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=dJaxKQrHE6U>.

<sup>2</sup> Ibid.



(Annexe 9)<sup>1</sup>

La narration insiste sur les "belles plages", la possibilité de séjourner dans des hôtels cinq étoiles<sup>2</sup>, et de goûter aux meilleurs plats de la cuisine moyen-orientale, tout en s'amusant dans la "vibrante vie nocturne de Gaza" et en explorant une "culture riche en tradition". On y voit des scènes de personnes habillées de manière traditionnelle, des femmes portant le voile, des jeunes profitant de la vie<sup>3</sup>, et des vues de mosquées illuminées, offrant une image d'harmonie culturelle et de paix.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> National Hasbara, "Come Visit Gaza!" **The National Public Diplomacy Directorate at the Prime Minister's Office**, Vidéo YouTube, 21 janvier 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=dJaxKQrHE6U>.

<sup>2</sup> Comme le montre l'annexe 10.

<sup>3</sup> Comme le montre l'annexe 11.

<sup>4</sup> Comme le montre l'annexe 12.



(Annexe 10)<sup>1</sup>

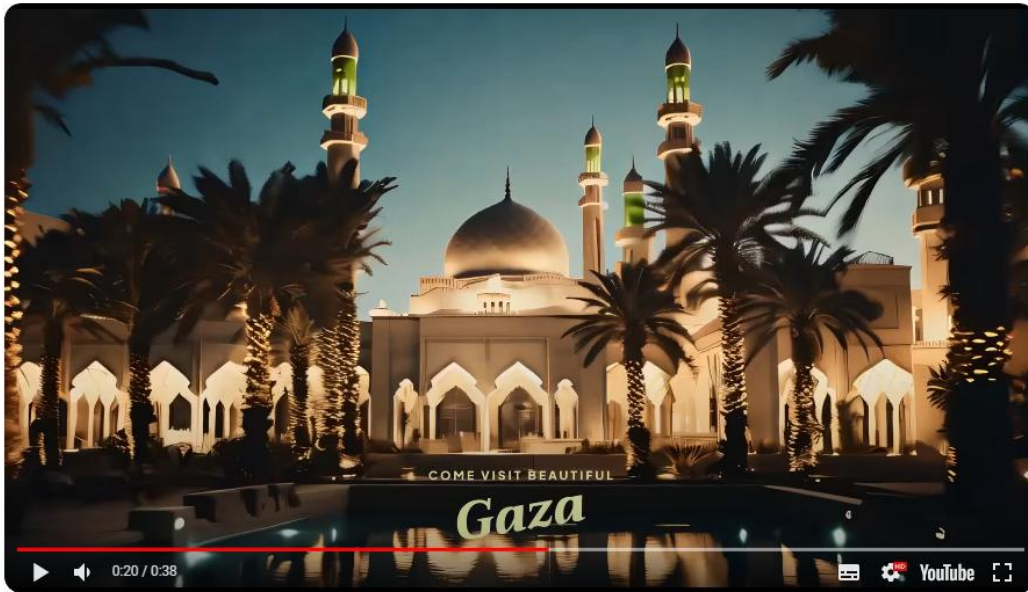


(Annexe 11)<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> National Hasbara, "Come Visit Gaza!" **The National Public Diplomacy Directorate at the Prime Minister's Office**, Vidéo YouTube, 21 janvier 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=dJaxKQrHE6U>.

<sup>2</sup> Ibid.



(Annexe 12)<sup>1</sup>

Le choix du son dans la première partie de la vidéo est particulièrement stratégique. Une musique entraînante et apaisante, évoquant des sentiments de joie, de paix et de sécurité, accompagne les images d'un Gaza imaginaire, où les habitants sont souriants et heureux qui ont un effet d'humanisation. Ils montrent des individus dans leur vie quotidienne, cultivant ainsi l'empathie et un sentiment de proximité. Ce type de bande sonore est souvent utilisé dans les publicités ou les vidéos de voyage pour susciter des émotions positives chez le spectateur, créant ainsi une association subconsciente entre Gaza et une destination attrayante et pacifique.

L'utilisation de ce son est cruciale : il prépare l'audience à une perception idéalisée, et facilite la réception d'une réalité embellie. En mettant en avant une musique légère et harmonieuse, Israël cherche à construire un narratif où Gaza pourrait être un lieu de sérénité et de prospérité, si ce n'était pour la présence du Hamas. Ce choix musical influence directement l'état émotionnel de ceux qui visionnent la vidéo, leur faisant ressentir une nostalgie pour ce qui est présenté comme un avenir potentiel de bonheur et de tranquillité.

Les couleurs utilisées dans la vidéo jouent également un rôle crucial dans sa stratégie de persuasion. Dans la première séquence, les images de Gaza sont lumineuses, saturées de couleurs chaudes et vives comme le jaune, l'orange, et le bleu. Ces teintes véhiculent des sentiments de chaleur, de bonheur, et de vie. Les paysages sont baignés de lumière naturelle, avec des contrastes élevés qui ajoutent à la vivacité et

<sup>1</sup> National Hasbara, "Come Visit Gaza!" **The National Public Diplomacy Directorate at the Prime Minister's Office**, Vidéo YouTube, 21 janvier 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=dJaxKQrHE6U>.

à la beauté des scènes. Le choix de ces couleurs et de cet éclairage contribue à renforcer l'idée d'un environnement sain, joyeux et plein de potentiel.<sup>1</sup>



**(Annexe 13)<sup>2</sup>**

En revanche, la seconde partie de la vidéo, qui montre le Gaza actuel sous le contrôle du Hamas, utilise des couleurs sombres et froides : des nuances de gris, de noir, et des teintes terreuses, à partir de la 21e seconde<sup>3</sup>, un changement brutal survient. La musique devient plus sombre et oppressante, les lumières se transforment, et les images de Gaza idyllique sont remplacées par des scènes de destruction massive et de guerre. Des soldats armés<sup>4</sup>, des rues ravagées, et des bâtiments en ruine apparaissent à l'écran, avec des mots écrits en rouge : "Gaza". La vidéo prétend que c'est ce à quoi Gaza ressemble à cause de la présence du Hamas<sup>5</sup>, utilisant des images de miliciens armés avec des enfants, des scènes de chaos, et des individus piégés dans des paysages dévastés.

---

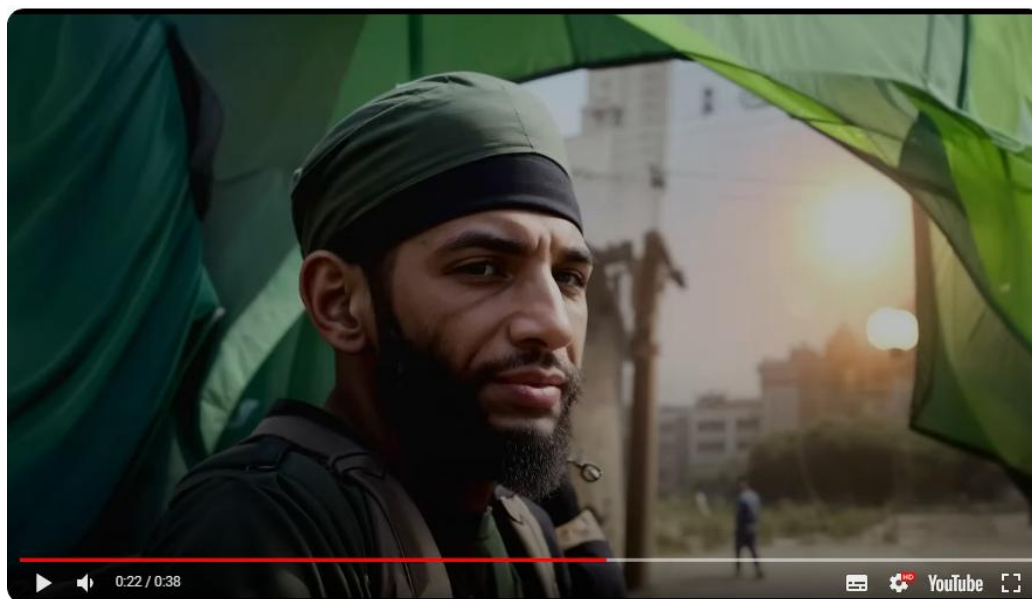
<sup>1</sup> Comme le montre l'annexe 13.

<sup>2</sup> National Hasbara, "Come Visit Gaza!" **The National Public Diplomacy Directorate at the Prime Minister's Office**, Vidéo YouTube, 21 janvier 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=dJaxKQrHE6U>.

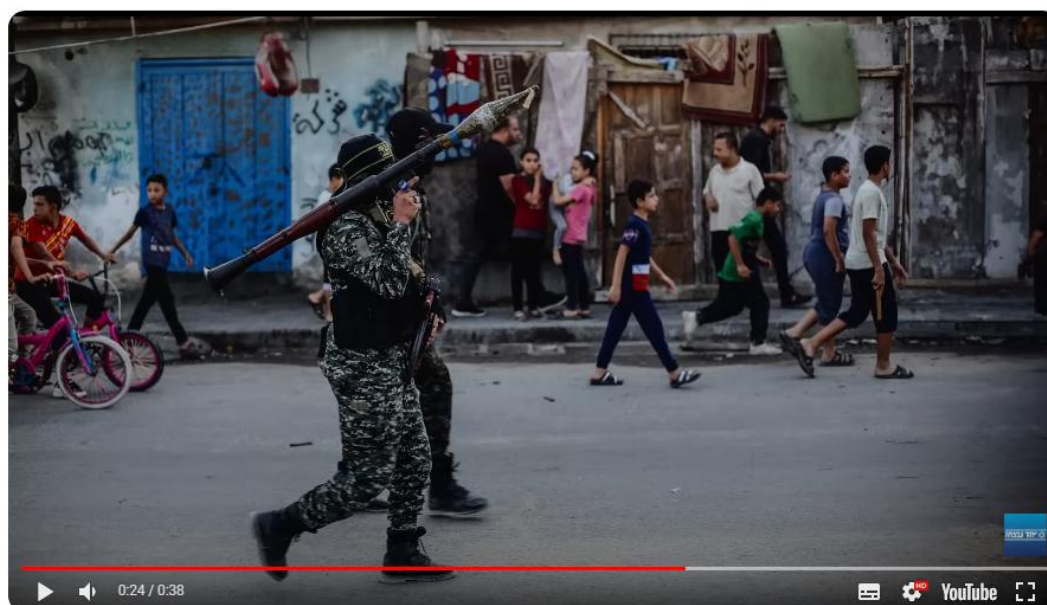
<sup>3</sup> Comme le montre l'annexe 14.

<sup>4</sup> Comme le montre l'annexe 15.

<sup>5</sup> Comme le montre les annexes 16 et 17.



(Annexe 14)<sup>1</sup>



(Annexe 15)<sup>2</sup>

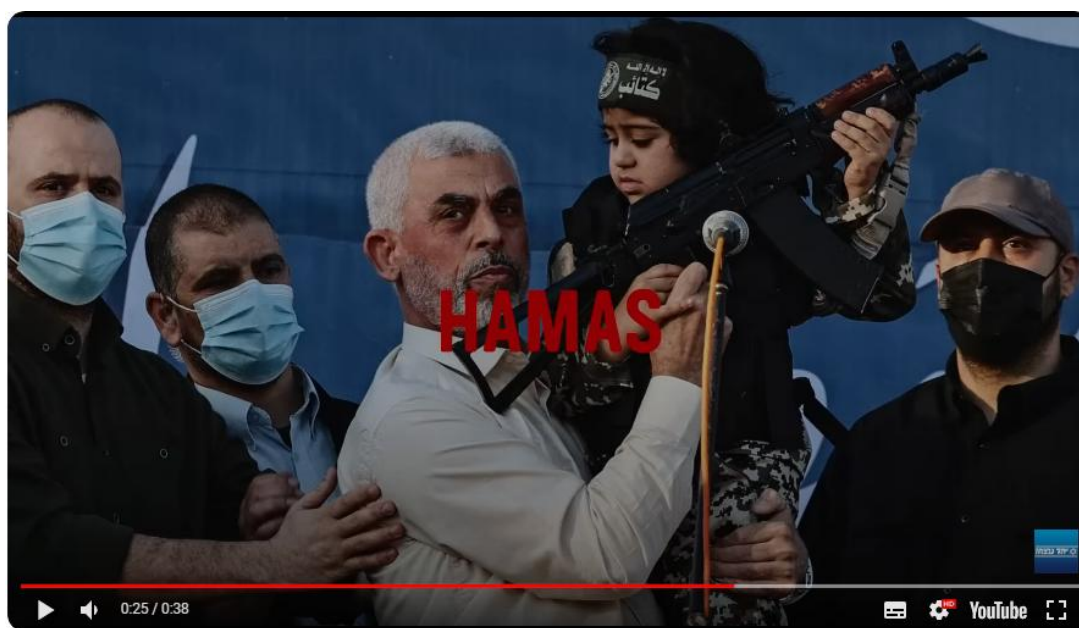
---

<sup>1</sup> National Hasbara, "Come Visit Gaza!" **The National Public Diplomacy Directorate at the Prime Minister's Office**, Vidéo YouTube, 21 janvier 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=dJaxKQrHE6U>.

<sup>2</sup> Ibid.



(Annexe 16)<sup>1</sup>



(Annexe 17)<sup>2</sup>

<sup>1</sup> National Hasbara, "Come Visit Gaza!" **The National Public Diplomacy Directorate at the Prime Minister's Office**, Vidéo YouTube, 21 janvier 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=dJaxKQrHE6U>.

<sup>2</sup> Ibid.

## Chapitre II : Les mécanismes de la stratégie médiatique israélienne.

L'éclairage devient dramatique, avec des ombres profondes, évoquant une atmosphère de menace et de désolation. Les images de destruction, de soldats, et de bâtiments en ruines sont accentuées par une palette de couleurs qui suggère la violence et le chaos, renforçant ainsi la dichotomie entre un Gaza "potentiel" (sans Hamas) et un Gaza "réel" (avec Hamas).

Dans les dernières secondes, la vidéo se focalise sur des visages d'enfants dans des environnements détruits, le texte "Libérez Gaza du Hamas" apparaissant en rouge sur un fond noir<sup>1</sup>, renforçant l'appel à la lutte contre l'organisation. Le montage se conclut avec un écran noir portant l'inscription : "Gaza aurait pu être ainsi si le Hamas n'avait pas construit la nation de la terreur au lieu de la nation de la paix."<sup>2</sup>



(Annexe 18)<sup>3</sup>

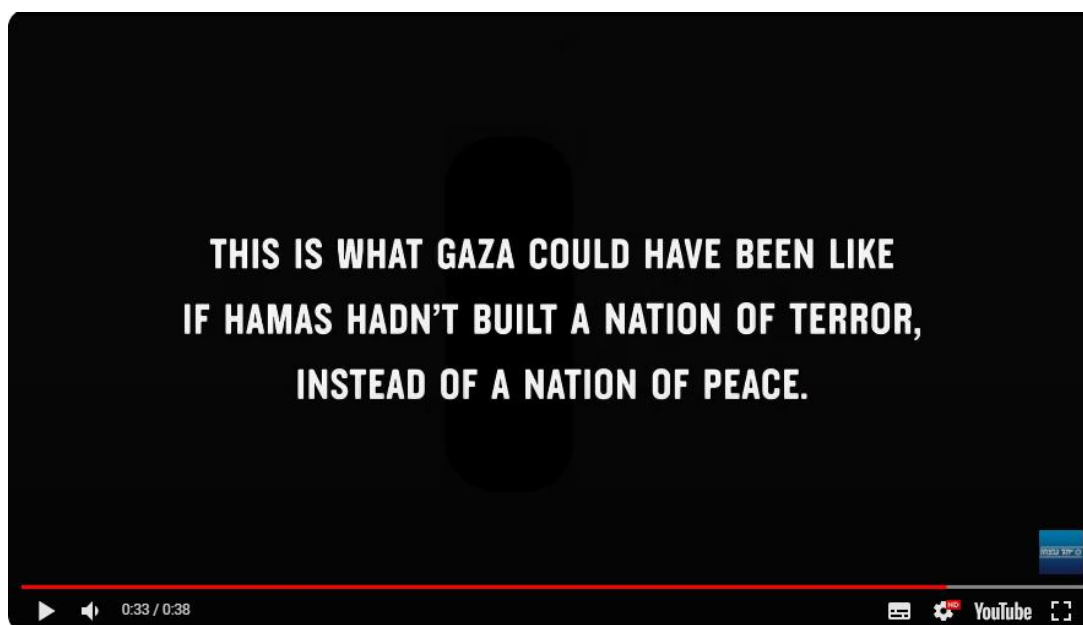
<sup>1</sup> Comme le montre les annexes 18 et 19.

<sup>2</sup> Comme le montre l'annexe 20.

<sup>3</sup> National Hasbara, "Come Visit Gaza!" **The National Public Diplomacy Directorate at the Prime Minister's Office**, Vidéo YouTube, 21 janvier 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=dJaxKQrHE6U>.



(Annexe 19)<sup>1</sup>



(Annexe 20)<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> National Hasbara, "Come Visit Gaza!" **The National Public Diplomacy Directorate at the Prime Minister's Office**, Vidéo YouTube, 21 janvier 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=dJaxKQrHE6U>.

<sup>2</sup> Ibid.

Cette vidéo utilise de manière sophistiquée des éléments visuels et sonores pour influencer l'audience. Le choix de couleurs vives et joyeuses pour représenter Gaza "sans Hamas", opposées à des couleurs sombres et menaçantes pour illustrer Gaza sous le Hamas, sert à opposer deux récits simplifiés : celui d'une terre de paix et prospérité contre un espace de guerre et de terreur. La musique passe d'un ton léger et engageant à un rythme oppressant et inquiétant, manipulant les émotions des spectateurs pour les pousser à associer la destruction et le chaos directement à la présence du Hamas. Ce type de propagande cherche à simplifier les réalités complexes d'un conflit de longue date en polarisant l'opinion publique vers une vision binaire et biaisée, renforçant l'idée qu'une paix hypothétique ne serait atteignable qu'à travers l'élimination du Hamas.

La vidéo crée une division nette entre deux réalités possibles : d'un côté, un Gaza paisible, prospère et heureux, et de l'autre, un Gaza ravagé par le conflit. Cette stratégie visuelle binaire est efficace car elle simplifie la complexité de la situation en une opposition entre le bien et le mal, permettant ainsi une compréhension rapide pour un public peu informé. En présentant Gaza sous deux formes extrêmes, la vidéo efface les nuances et ignore les multiples facteurs historiques, sociaux, et politiques qui façonnent le quotidien des habitants de Gaza.

L'utilisation de techniques cinématographiques telles que les transitions nettes entre les séquences, l'insertion de ralentis sur les visages souriants ou les paysages paisibles, et les gros plans sur des détails esthétiques dans la première partie, est conçue pour capter l'attention et provoquer une réponse émotionnelle immédiate. À l'inverse, les coupes rapides, les plans larges de destruction, et l'absence de musique mélodieuse dans la seconde partie contribuent à créer une impression de désespoir et de danger.

L'objectif de cette vidéo semble être d'influencer le spectateur en faveur de la politique israélienne en présentant une vision simpliste du conflit. La juxtaposition d'un Gaza "idyllique" sans Hamas et d'un Gaza "actuel" sous le contrôle du Hamas pourrait suggérer une justification de l'occupation militaire et des actions israéliennes comme moyens nécessaires pour ramener la paix et la prospérité. En adoptant cette approche, Israël pourrait chercher à humaniser sa propre position tout en déshumanisant le Hamas et, par extension, la résistance palestinienne.

Cette vidéo pourrait illustrer l'utilisation délibérée de la manipulation des sons, des couleurs et des images pour façonner l'opinion publique, mettant en lumière le pouvoir de la propagande. Elle pourrait montrer comment des techniques de propagande moderne peuvent être utilisées pour masquer les complexités du conflit et orienter le débat international vers un narratif simplifié et partial. Une propagande qui ne se

## **Chapitre II : Les mécanismes de la stratégie médiatique israélienne.**

---

contente pas de rapporter des faits, mais qui réinvente la réalité à travers une mise en scène élaborée.

### **Conclusion partiel :**

Ce chapitre avait pour objectif d'analyser la couverture médiatique du conflit israélo-palestinien à partir du 7 octobre 2023, en mettant en lumière les biais, les techniques de manipulation, et les stratégies de communication employées pour orienter l'opinion publique internationale. L'étude a permis de démontrer plusieurs résultats clés.

Tout d'abord, le cadrage global imposé dès le 7 octobre a rapidement construit un récit rigide et difficile à déconstruire, qui repose sur une perception binaire et simplifiée du conflit : une attaque soudaine et inexplicable, suivie d'une riposte israélienne perçue comme légitime, limitée à une guerre contre une organisation ennemie avec des dommages collatéraux à Gaza et en Cisjordanie. Cette simplification est facilitée par un présentisme marqué, une déshistoricisation et une dépolitisation qui circonscrivent la discussion légitime, étouffent l'analyse, et recouvrent les dimensions politique et juridique du conflit sous une vision court-termiste et émotionnelle.

Les titres des articles médiatiques et les formulations utilisées contribuent également à cette asymétrie en créant un équilibre artificiel entre les parties en présence. Ils simplifient la complexité du conflit en occultant les dynamiques de pouvoir et de domination, tout en négligeant les racines historiques et politiques de la violence, le double standard des médias occidentaux. En qualifiant les actions israéliennes de riposte légitime et en réduisant le rôle des Palestiniens à celui d'objets passifs, les médias renforcent la dépolitisation et la déshistoricisation du conflit, effaçant ainsi les contextes d'occupation et de résistance.

L'analyse des termes, des sons, des couleurs et des images utilisés pour couvrir la guerre à Gaza révèle des pratiques médiatiques biaisées qui influencent fortement la perception publique. En légitimant les sources israéliennes et en suspectant systématiquement les sources palestiniennes, les médias renforcent un narratif déséquilibré qui contribue à la déshumanisation des Palestiniens et à une compréhension superficielle du conflit. Par conséquent, il est essentiel de promouvoir une couverture médiatique plus équilibrée et critique, capable de représenter équitablement les perspectives de toutes les parties impliquées.

L'importance des images et de la mise en scène réside dans leur capacité à façonner la manière dont les événements sont perçus, compris et mémorisés par le public. Les images, vecteurs visuels immédiats, exercent un pouvoir d'évocation et de persuasion supérieur à celui des mots. Dans ce contexte, le choix des images – qu'il s'agisse de photographies, de vidéos ou de graphiques – constitue une mise en scène qui participe activement à la construction d'un récit, en mettant en lumière certains aspects de la

réalité tout en occultant d'autres. Ces choix éditoriaux, souvent invisibles au public, influencent directement la construction du récit médiatique en hiérarchisant les informations visuelles accessibles.

La mise en scène médiatique n'est jamais neutre : elle découle de décisions éditoriales, souvent invisibles au public, qui déterminent quelles images seront diffusées, comment elles seront cadrées, dans quel ordre elles apparaîtront, et avec quel commentaire elles seront accompagnées. Par exemple, l'utilisation de gros plans sur des visages marqués par la douleur ou la peur peut susciter une empathie immédiate, tandis que des images prises de loin peuvent donner une impression de distance et d'objectivité. Le montage, l'angle de la caméra, la lumière et le contexte dans lequel les images sont présentées jouent également un rôle clé dans la manière dont un événement est interprété.

Cette mise en scène influence directement la construction du récit médiatique, car elle sélectionne et hiérarchise les informations visuelles qui seront accessibles au public. En fonction de l'agenda éditorial ou des pressions politiques et économiques, certains aspects d'un conflit, d'une crise ou d'un événement peuvent être mis en avant pour mobiliser l'opinion publique, tandis que d'autres seront délibérément minimisés ou omis. Par conséquent, la mise en scène des images contribue non seulement à l'établissement de ce qui est perçu comme « réalité », mais aussi à la construction d'une mémoire collective qui peut favoriser certains récits au détriment d'autres.

En conséquence, le récit visuel ne dissipe pas seulement le brouillard de la guerre, mais le redéfinit selon des lignes narratives particulières. Il crée une forme de "clarté apparente" qui peut simplifier et polariser la compréhension du conflit, tout en préservant des zones d'ombre qui servent des objectifs éditoriaux ou politiques. Ce phénomène démontre comment les récits visuels peuvent à la fois éclairer et obscurcir la réalité des conflits modernes, illustrant la complexité et la subjectivité inhérentes à leur représentation médiatique.

Enfin, ce chapitre souligne comment la propagande visuelle d'Israël, à travers l'utilisation sophistiquée des éléments audiovisuels, est conçue pour influencer l'opinion publique internationale. En manipulant les images, les couleurs et les sons, ces contenus cherchent non seulement à transmettre un message, mais aussi à orienter subtilement l'émotion et la pensée des spectateurs vers une interprétation spécifique des événements. L'exemple de la vidéo de propagande israélienne, qui montre une Gaza transformée en paradis balnéaire sans le Hamas, avant de passer brusquement à des

scènes de destruction, illustre comment la mise en scène audiovisuelle est utilisée pour simplifier et polariser la compréhension du conflit.

L'analyse de la couverture médiatique du conflit du 7 octobre 2023 montre clairement l'importance de la critique médiatique dans la compréhension des événements internationaux. Les récits visuels et narratifs, qu'ils soient explicites ou implicites, ne se contentent pas de représenter la réalité des conflits modernes, mais la redéfinissent selon des lignes narratives spécifiques, influençant profondément la perception publique et la mémoire collective.

# **Conclusion**

Notre travail a tenté de mettre en lumière la manière dont la construction de l'ennemi, un phénomène ancien et complexe, a évolué en réponse aux transformations des contextes politiques et médiatiques. Nous avons divisé notre analyse en deux grandes sections pour mieux appréhender cette dynamique.

La première partie de notre mémoire s'est concentrée sur la compréhension théorique et historique de la fabrication de l'ennemi. Nous avons exploré comment la guerre, définie par Carl Von Clausewitz comme une continuation de la politique par d'autres moyens, a toujours impliqué des dimensions politiques et médiatiques. Nous avons analysé les concepts fondamentaux de la construction de l'ennemi, en nous appuyant sur les théories de Pierre Conesa, Walter Lippmann, Edward Bernays et Noam Chomsky. Cette section a permis de déceler comment les figures de l'ennemi sont construites et exploitées pour justifier les actions militaires et mobiliser le soutien public.

Nous avons observé que la notion d'ennemi a évolué avec la mondialisation et la révolution médiatique, transformant les médias en outils puissants de propagande. L'analyse des mécanismes de fabrication du consentement et de la propagande a révélé que les médias jouent un rôle crucial dans la création et le maintien de perceptions biaisées et simplifiées de l'autre, contribuant ainsi à la légitimation des politiques gouvernementales et des actions militaires. Les théories sur la propagande et les filtres médiatiques ont mis en lumière comment les discours médiatiques sont filtrés et orientés pour servir des intérêts politiques et économiques spécifiques.

Les résultats de cette première partie montrent que la fabrication de l'ennemi repose sur des stratégies médiatiques sophistiquées qui combinent manipulation psychologique et communication stratégique. Cette compréhension théorique a posé les bases nécessaires pour examiner comment ces mécanismes se manifestent concrètement dans des contextes spécifiques.

La deuxième partie, quant à elle, s'est concentrée sur une analyse empirique de la stratégie médiatique israélienne dans le cadre du conflit israélo-palestinien, à partir des événements du 7 octobre 2023. Cette partie avait pour objectif d'examiner les biais, les techniques de manipulation et les stratégies de communication employées pour orienter l'opinion publique internationale.

Premièrement, les résultats de l'étude démontrent que le cadrage global imposé dès les premières heures du conflit a établi un récit rigide et binaire, difficile à déconstruire. Ce récit, centré sur l'idée d'une attaque soudaine suivie d'une riposte israélienne perçue comme légitime, simplifie excessivement la complexité du conflit.

Cette simplification est facilitée par un "présentisme" marqué, qui efface les dimensions historique, politique et juridique du conflit pour imposer une vision court-termiste et émotionnelle. En conséquence, le cadre médiatique construit minimise l'occupation, la résistance et les rapports de force inégaux, tout en favorisant une approche dépolitisée qui renforce la perception de légitimité de l'État israélien.

Deuxièmement, l'analyse révèle l'importance des choix éditoriaux, qui, loin d'être neutres, influencent directement la construction de la réalité médiatique. L'utilisation des images, des titres et des formulations contribue à une représentation asymétrique du conflit, occultant souvent les perspectives palestiniennes et amplifiant la légitimité israélienne. Les médias occidentaux, en privilégiant les sources israéliennes et en dénigrant systématiquement les sources palestiniennes, créent un narratif déséquilibré qui soutient implicitement la politique israélienne. La déshumanisation des Palestiniens et la minimisation des racines historiques et politiques du conflit deviennent ainsi des pratiques courantes qui orientent l'opinion publique vers une compréhension simplifiée et biaisée.

Troisièmement, ce chapitre a mis en exergue le rôle crucial des images et de la mise en scène médiatique dans la construction et la transmission des récits de guerre. Les images, qu'elles soient photographiques ou audiovisuelles, sont des vecteurs puissants capables de captiver et de manipuler les émotions du public. Le choix des images diffusées, leur cadrage, leur ordre d'apparition, et les commentaires qui les accompagnent influencent profondément la manière dont le conflit est perçu et compris par le public international. La mise en scène médiatique n'est pas seulement une question d'esthétique, mais un acte politique et stratégique qui détermine ce qui est visible, ce qui est caché, et ce qui est considéré comme pertinent.

Enfin, cette étude a montré comment la propagande israélienne utilise des stratégies sophistiquées de manipulation des éléments audiovisuels pour influencer l'opinion publique mondiale. En mobilisant des techniques de déshumanisation, de diabolisation et de simplification narrative, les contenus audiovisuels israéliens, tels que les infographies ou les vidéos de propagande, visent à orienter les émotions et les pensées des spectateurs vers une interprétation spécifique des événements. L'exemple de la vidéo qui juxtapose une image idyllique de Gaza sans le Hamas avec des scènes de destruction illustre comment les récits visuels sont utilisés pour polariser et simplifier la perception du conflit.

Ce chapitre démontre donc que la guerre de l'information n'est pas simplement une bataille pour l'accès à des faits "objectifs", mais une lutte pour le contrôle du cadre

narratif et des émotions qui définissent ces faits. Les résultats obtenus soulignent la nécessité d'une critique médiatique rigoureuse et continue pour déjouer les tentatives de manipulation et pour promouvoir une couverture médiatique plus équilibrée et plus juste. Ces conclusions appellent à une vigilance accrue quant aux méthodes de représentation et aux récits utilisés pour couvrir des événements internationaux, tout en soulignant l'importance de donner la parole à toutes les parties impliquées dans le conflit pour une compréhension plus profonde et nuancée de ses dynamiques.

Toutefois, il est important de souligner que ce travail n'est que temporaire et que son aboutissement reste provisoire, dans un contexte en constante évolution, où le conflit israélo-palestinien demeure actif et où les stratégies médiatiques se renouvellent sans cesse. Par conséquent, les conclusions tirées ici ne peuvent être que provisoires et appellent à une réévaluation continue à mesure que de nouveaux événements se déroulent et que de nouvelles données émergent. Notre recherche doit être considérée comme une étape initiale d'un processus plus vaste, que nous espérons poursuivre dans le cadre d'une thèse de doctorat. Cette poursuite nous permettrait d'approfondir les enjeux soulevés, d'affiner notre méthodologie, et d'intégrer les évolutions les plus récentes du conflit et des pratiques médiatiques.

Pour enrichir ce champ de recherche, il serait pertinent de s'interroger sur l'influence croissante des technologies émergentes, telles que l'intelligence artificielle et les algorithmes de filtrage des réseaux sociaux, dans la construction et la diffusion de l'image de l'ennemi dans les conflits modernes. Ces technologies modifient-elles fondamentalement la manière dont les récits de guerre sont construits et perçus ? Offrent-elles de nouvelles avenues pour la désinformation ou, au contraire, pour la transparence et la déconstruction des récits biaisés ? De plus, il serait judicieux d'examiner le rôle des nouveaux acteurs de la communication, tels que les influenceurs numériques ou les collectifs citoyens, dans la contestation des discours dominants et la promotion de contre-récits.

En définitive, si ce travail contribue à éclairer les mécanismes de fabrication de l'ennemi dans le cadre médiatique, il demeure avant tout un point de départ, ouvrant la voie à des questionnements plus larges sur l'interaction entre médias, pouvoir et perceptions publiques dans les conflits contemporains. Dans un monde où la guerre de l'information prend de nouvelles formes et s'étend sur de nouveaux terrains, il est fondamental de continuer à investiguer ces dynamiques pour mieux comprendre comment elles façonnent non seulement les réalités politiques, mais aussi les mentalités collectives et les relations internationales. Ce travail, loin d'être une fin en soi, se veut une invitation à poursuivre l'exploration de ces questions complexes,

notamment dans le cadre de futures recherches académiques, pour tenter d'apporter des réponses plus nuancées et éclairées.

## **Bibliographie.**

## **Livres :**

### **- En Anglais :**

- Jeffrey Herf, *Nazi Propaganda During World War II and the Holocaust*, Cambridge, Massachusetts, The Belknap Press of Harvard University Press, 2006.
- Linn Normand, *Demonization in International Politics: A Barrier to Peace in the Israeli-Palestinian Conflict*, Middle East Today, 2016.
- Walter Lippmann, *Public Opinion*, New Brunswick, Transaction Publishers, 1998.
- William Eckhardt, « Making and Breaking Enemy Images », *Bulletin of Peace Proposals*, vol. 22, 1991.

### **- En Français :**

- Céline Marangé, Maud Quessard, *Les guerres de l'information à l'ère numérique*, Paris, Presses Universitaires de France, 2021.
- Carl von Clausewitz, *De la Guerre*, Livre I, Paris, Flammarion, 2014.
- David Colon, *La guerre de l'information : Les États à la conquête de nos esprits*, Paris, Tallandier, 2023.
- Edward S. Herman, Noam Chomsky, *Fabriquer un consentement : la gestion politique des médias de masse*, Bruxelles, Investig'Action, 2018.
- Edward Said, *L'orientalisme : l'Orient créé par l'Occident*, Seuil, 2005.
- Eco, Umberto, *Construire l'ennemi et autres écrits occasionnels*, Trad. Myriem Bouzaher, Paris, Bernard Grasset, 2014.
- Ellul, Jacques, *Histoire de la propagande, Que sais-je*, Presses Universitaires de France, 1967.
- Garabaghi, Ninou, *Construction de la figure du nouvel ennemi : Essai*, L'Harmattan, 2018.
- Jöhler, Reinhard, Raphaël, Freddy, Schmoll, Patrick, *La construction de l'ennemi*, Strasbourg, Polémo-logiques : Éditions de l'Ill, 2019.
- Lionel Pourtau, *L'ennemi à l'âge des conflits asymétriques*, Sociétés, 2003.

- Noam Chomsky, Robert W. McChesney, Propagande, médias et démocratie : L'illusion de la liberté, Montréal, Éd Écosociété, 2005.
- Pierre Conesa, La Fabrication de l'ennemi - ou comment tuer avec sa conscience pour soi, Paris, Robert Laffont, 2011.
- Raymond Aron, Le Grand Schisme, Gallimard, 1948.
- Thucydides, Histoire de la Guerre du Péloponnèse, Wikisource, 2018.

## 1- Revues :

- **En Anglais :**
- Heather Jones, « Violent Transgression and the First World War », Studies: An Irish Quarterly Review.
- **En Français:**
- Ayse Ceyhan, Gabriel Périès, « L'ennemi intérieur : une construction discursive et politique », Cultures et Conflits, no. 43, 2001, p. 4.
- Charlotte Lepri, « De l'usage des médias à des fins de propagande pendant la guerre froide », Revue internationale et stratégique, n° 78, IRIS, 2010.
- Général de la Maisonneuve, Société de stratégie, no. 11, Agir, 2002.
- Heather Jones, « Violent Transgression and the First World War », Studies: An Irish Quarterly Review, no. 414, 2015.
- Jean-Christophe Romer, « Image de l'ennemi et perception de la menace en URSS (1945-1965) », Les Cahiers de l'Institut d'Histoire du Temps Présent, no. 28, 1994.
- Michel Mathien, « L'emprise de la communication de guerre : Médias et journalistes face à l'ambition de la démocratie », Revue internationale et stratégique, vol. 56, IRIS, 2004.
- Paschalis Ntagtecerenis, « L'ennemi comme monstre », Sociétés, 2003, no. 80.
- Serge Sur, « Ami, ennemi : Le politique selon Carl Schmitt », Formule simple, idée fausse, Paris, Centre Thucydide.

## **2- Thèses et mémoires universitaires :**

- Oriana Reith, La construction narrative de l'ennemi d'État. Analyse de discours du gouvernement militaire argentin de 1976-1983 et des gouvernements français durant les années 2015-2022, Mémoire de master, Sociologie.

## **3- Articles de recherche et rapports :**

- Cédric Pinard, Mireille Lalancette, « Publicité négative, dénigrement de l'adversaire et ennemification », Sous les images, la politique..., Paris, CNRS Éditions, 2014.

## **4- Articles en ligne :**

- Camille Pettineo, "Avant l'attaque du Hamas, le conflit israélo-palestinien avait presque disparu des JT." La Revue des Médias, 25 octobre 2023. <https://larevuedesmedias.ina.fr/hamas-israel-gaza-palestine-television-jt>.
- Décryptage des stratégies de propagande médiatique en faveur d'Israël, Libanews, dernière mise à jour le 20/02/2024. <https://libnanews.com/decryptage-des-strategies-de-propagande-mediatique-en-faveur-disrael/>.
- Euronews, "La guerre a fait 20 000 morts à Gaza selon le Hamas", publié le 21 décembre 2023. Consulté le 17 janvier 2024. <https://fr.euronews.com/2023/12/21/la-guerre-a-fait-20-000-morts-a-gaza-selon-le-hamas>.
- Felicia Sideris, "Joe Biden n'a 'aucune confiance dans les chiffres utilisés par les Palestiniens' : que sait-on de la fiabilité du décompte de victimes à Gaza ?" TF1 Info, publié le 29 octobre 2023. <https://www.tf1info.fr/international/guerre->

- israel-hamas-que-sait-on-de-la-fiabilite-du-decompte-de-morts-a-gaza-transmis-par-le-ministere-de-la-sante-du-hamas-2274388.html.
- France Info, "Guerre entre Israël et le Hamas : nouveaux raids israéliens meurtriers à Gaza." publié le 18 janvier 2024. [https://www.francetvinfo.fr/monde/proche-orient/israel-palestine/direct-guerre-entre-israel-et-le-hamas-nouveaux-raids-israeliens-meurtriers-a-gaza\\_6310941.html](https://www.francetvinfo.fr/monde/proche-orient/israel-palestine/direct-guerre-entre-israel-et-le-hamas-nouveaux-raids-israeliens-meurtriers-a-gaza_6310941.html).
  - France TV Info, "Guerre entre le Hamas et Israël : les chiffres sur le nombre de victimes à Gaza sont-ils fiables ?", publié le 28 octobre 2023 à 10h30. [https://www.francetvinfo.fr/monde/proche-orient/israel-palestine/guerre-entre-le-hamas-et-israel-les-chiffres-sur-le-nombre-de-victimes-a-gaza-sont-ils-fiables\\_6149955.html](https://www.francetvinfo.fr/monde/proche-orient/israel-palestine/guerre-entre-le-hamas-et-israel-les-chiffres-sur-le-nombre-de-victimes-a-gaza-sont-ils-fiables_6149955.html).
  - Hamid Dabashi, "Guerre Israël-Palestine : les dix principaux éléments de propagande israélienne démythifiés." Middle East Eye, 19 novembre 2023. <https://www.middleeasteye.net/fr/opinion-fr/guerre-israel-palestine-propagande-desinformation-histoire-occupation>.
  - Julien Deroni, "Israël-Palestine, le 7 octobre et après (1) : un cadrage médiatique verrouillé". ACRIMED, publié le 12 février 2024. Disponible sur : <https://www.acrimed.org/Israel-Palestine-le-7-octobre-et-apres-1-un>.
  - Julien Deroni, "Israël-Palestine, le 7 octobre et après (2) : un cadrage médiatique verrouillé". ACRIMED, publié le 12 février 2024. Disponible sur : <https://www.acrimed.org/Israel-Palestine-le-7-octobre-et-apres-2-doubles>.
  - Julien Deroni, "Israël-Palestine, le 7 octobre et après (3) : invisibilisation de Gaza et déshumanisation des Palestiniens," ACRIMED, 22 février 2024, <https://www.acrimed.org/Israel-Palestine-le-7-octobre-et-apres-3>.
  - La rédaction de TF1info, "Les images de la bande de Gaza bombardée et assiégée, les habitants sous le feu de la riposte d'Israël après l'attaque du Hamas." TF1, publié le 10 octobre 2023 à 17h38. <https://www.tf1info.fr/international/video-tf1-les-images-de-la-bande-de-gaza>

bombardee-et-assiegee-les-habitants-sous-le-feu-de-la-riposte-d-israel-apres-l-attaque-du-hamas-2272535.html.

- Le Figaro, "Israël et Gaza en guerre après une offensive du Hamas", publié le 7 octobre 2023. <https://www.lefigaro.fr/international/dossier/attaque-du-hamas-contre-israel-le-point-sur-la-situation>.
- Le Parisien, "Guerre à Gaza : le ministère de la Santé du Hamas annonce 'plus de 30 000' morts depuis le 7 octobre.", publié le 29 février 2024. <https://www.leparisien.fr/international/israel/guerre-a-gaza-le-ministere-de-la-sante-du-hamas-annonce-plus-de-30-000-morts-depuis-le-7-octobre-29-02-2024-CKEMKKVCLVBIDLWJ46HZWGE7V4.php>.
- Middle East Eye, "Guerre à Gaza : comment les choix linguistiques des médias minimisent les souffrances des Palestiniens.", publié le 28 décembre 2023. <https://www.middleeasteye.net/fr/decryptages/guerre-israel-palestine-gaza-medias-couverture-choix-linguistiques-influence>.
- L'équipe de France Culture, Julie Pacaud, "La riposte d'Israël s'intensifie sur la bande de Gaza, Benyamin Netanyahu promet de 'détruire' le Hamas." France Culture, journal de 8h, 12 octobre 2023. <https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/journal-de-8-h/journal-de-8h-du-jeudi-12-octobre-2023-1620712>.

## **5- Vidéos YouTube :**

- National Hasbara, "Come Visit Gaza!" The National Public Diplomacy Directorate at the Prime Minister's Office, Vidéo YouTube, 21 janvier 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=dJaxKQrHE6U>.

**Liste des figures:**

<b>Figure</b>	<b>Titre</b>	<b>Page</b>
<b>Figure 1</b>	<b>Évolution Annuelle de la Couverture Médiatique du Conflit Israélo-Palestinien dans les JT du Soir des Chaînes Française s</b>	<b>85</b>
<b>Figure 2</b>	<b>Graphique sur la couverture médiatique du conflit israélo-palestinien</b>	<b>102</b>

## **Liste des annexes.**



(Annexe 1 : Image Présentée comme Fournie par l'Armée Israélienne)<sup>1</sup>



(Annexe 2 : Image Décrite comme Propagande du Hamas)<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Julien Deroni. "Israël-Palestine, le 7 octobre et après (2) : un cadrage médiatique verrouillé". ACRIMED, publié le 12 février 2024. Consulté le 7 juillet 2024. Disponible sur : <https://www.acrimed.org/Israel-Palestine-le-7-octobre-et-apres-2-doubles>.

<sup>2</sup> Ibid.



(Annexe 3)<sup>1</sup>



(Annexe 4)<sup>2</sup>

<sup>1</sup> I24 News. "Massacre du 7 octobre : Des chiffres officiels font état de 1290 tués." 12 décembre 2023. <https://www.i24news.tv/fr/actu/israel-en-guerre/1702400857-massacre-du-7-octobre-des-chiffres-officiels-font-etat-de-1290-tues>.

<sup>2</sup> BFMTV. "1.400 bougies, photos... Israël rend hommage aux victimes un mois après les attaques du Hamas." 7 novembre 2023. [https://www.bfmtv.com/international/moyen-orient/israel/1-400-bougies-photos-israel-rend-hommage-aux-victimes-un-mois-apres-les-attaques-du-hamas\\_AN-202311070102.html](https://www.bfmtv.com/international/moyen-orient/israel/1-400-bougies-photos-israel-rend-hommage-aux-victimes-un-mois-apres-les-attaques-du-hamas_AN-202311070102.html).



(Annexe 5)<sup>1</sup>



(Annexe 6)<sup>2</sup>

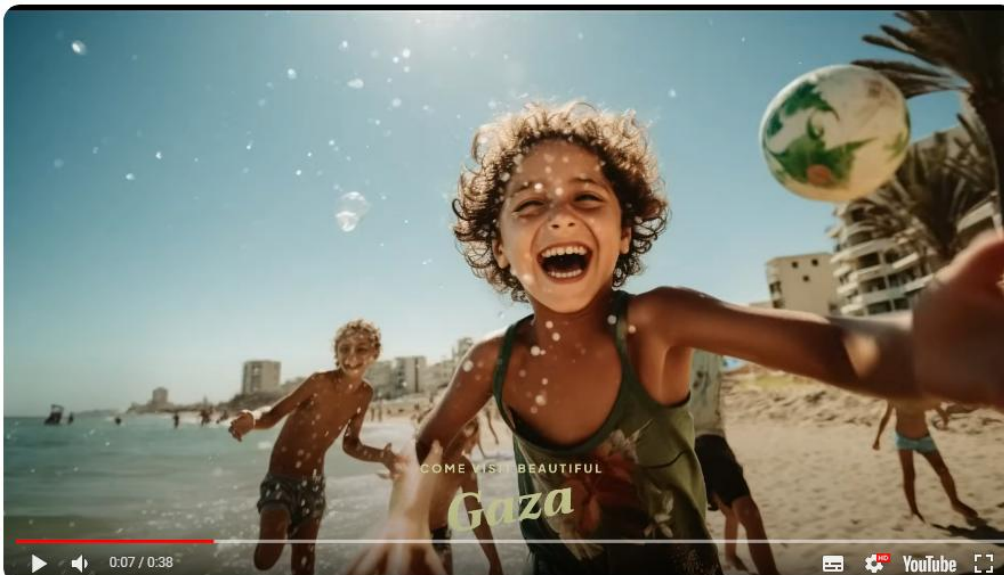
---

<sup>1</sup> i24NEWS. "Drame de la distribution d'aide à Gaza le 29 février : Tsahal admet avoir tiré sur des 'suspects' mais non pas sur le convoi humanitaire lui-même." 3 min. Publié le 8 mars 2024. Consulté le 14 avril 2024. <https://www.i24news.tv>.

<sup>2</sup> National Hasbara, "Come Visit Gaza!" **The National Public Diplomacy Directorate at the Prime Minister's Office**, Vidéo YouTube, 21 janvier 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=dJaxKQrHE6U>.



(Annexe 7)<sup>1</sup>



(Annexe 8)<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> National Hasbara, "Come Visit Gaza!" **The National Public Diplomacy Directorate at the Prime Minister's Office**, Vidéo YouTube, 21 janvier 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=dJaxKQrHE6U>.

<sup>2</sup> Ibid.



(Annexe 9)<sup>1</sup>



(Annexe 10)<sup>2</sup>

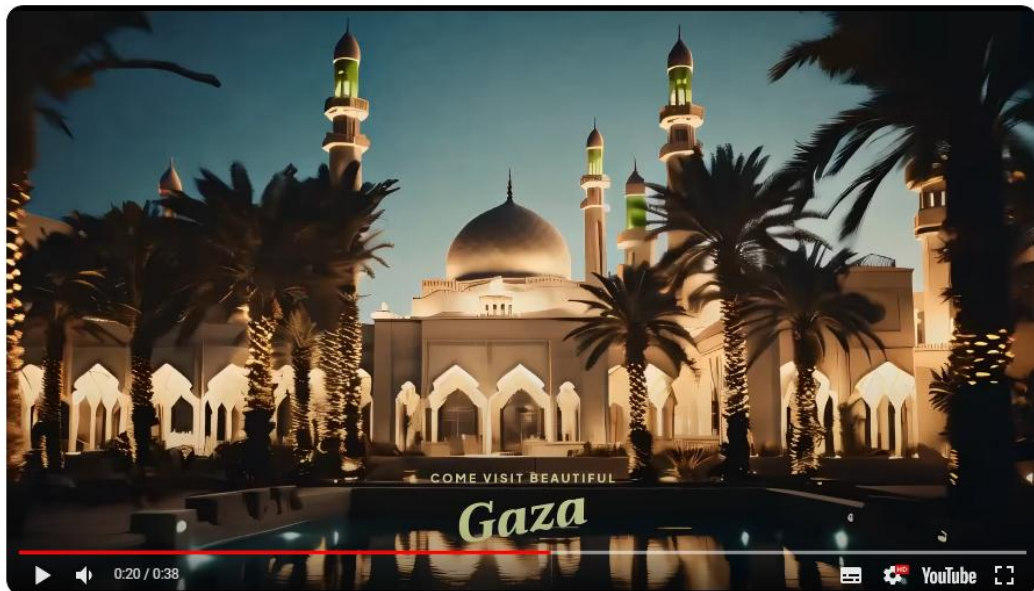
---

<sup>1</sup> National Hasbara, "Come Visit Gaza!" **The National Public Diplomacy Directorate at the Prime Minister's Office**, Vidéo YouTube, 21 janvier 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=dJaxKQrHE6U>.

<sup>2</sup> Ibid.



(Annexe 11)<sup>1</sup>



(Annexe 12)<sup>2</sup>

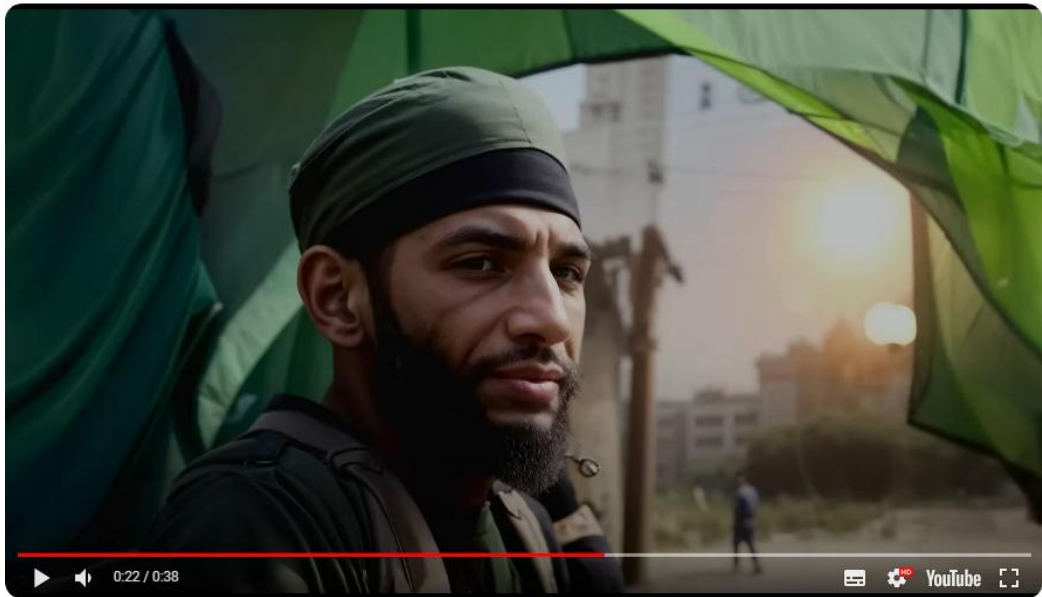
---

<sup>1</sup> National Hasbara, "Come Visit Gaza!" **The National Public Diplomacy Directorate at the Prime Minister's Office**, Vidéo YouTube, 21 janvier 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=dJaxKQrHE6U>.

<sup>2</sup> Ibid.



(Annexe 13)<sup>1</sup>

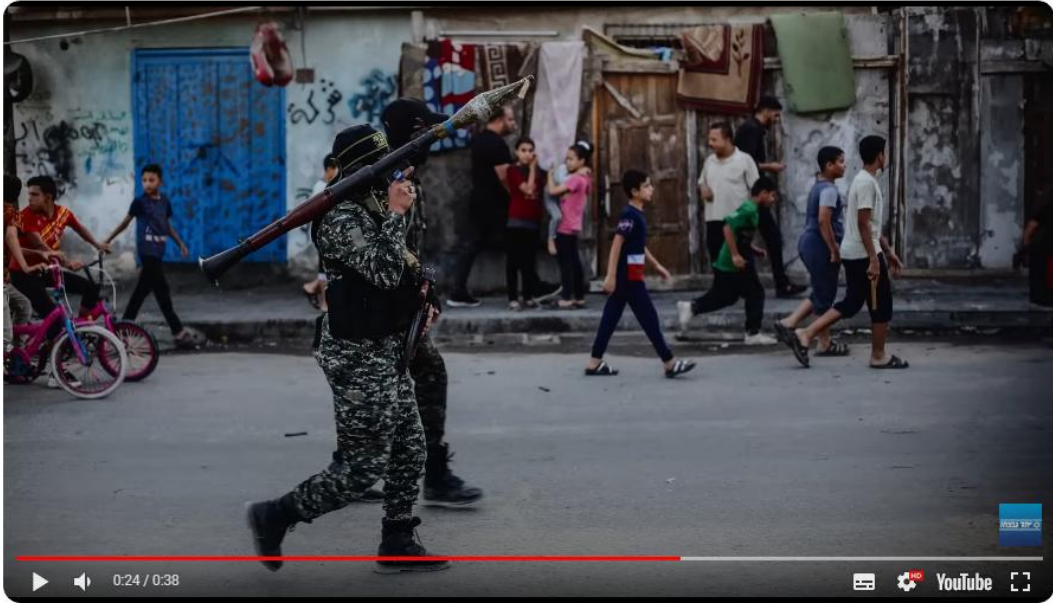


(Annexe 14)<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> National Hasbara, "Come Visit Gaza!" **The National Public Diplomacy Directorate at the Prime Minister's Office**, Vidéo YouTube, 21 janvier 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=dJaxKQrHE6U>.

<sup>2</sup> Ibid.



(Annexe 15)<sup>1</sup>

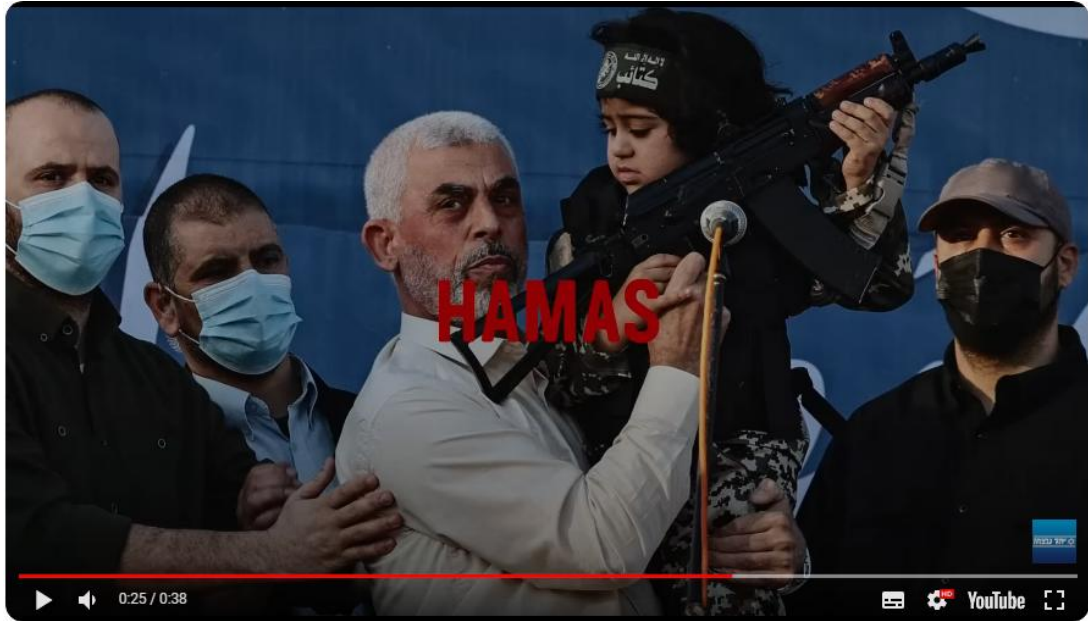


(Annexe 16)<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> National Hasbara, "Come Visit Gaza!" **The National Public Diplomacy Directorate at the Prime Minister's Office**, Vidéo YouTube, 21 janvier 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=dJaxKQrHE6U>.

<sup>2</sup> Ibid.



(Annexe 17)<sup>1</sup>



(Annexe 18)<sup>2</sup>

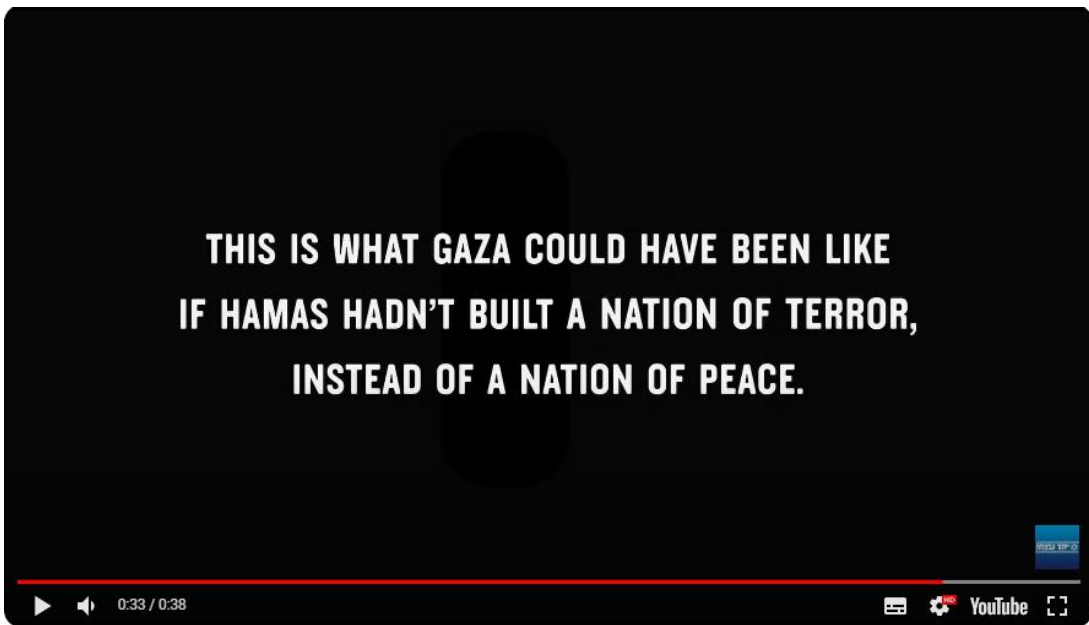
---

<sup>1</sup> National Hasbara, "Come Visit Gaza!" **The National Public Diplomacy Directorate at the Prime Minister's Office**, Vidéo YouTube, 21 janvier 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=dJaxKQrHE6U>.

<sup>2</sup> Ibid.



(Annexe 19)<sup>1</sup>



(Annexe 20)<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> National Hasbara, "Come Visit Gaza!" **The National Public Diplomacy Directorate at the Prime Minister's Office**, Vidéo YouTube, 21 janvier 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=dJaxKQrHE6U>.

<sup>2</sup> Ibid.

## **Table des matières :**

<b>Remerciements .....</b>	<b>5</b>
<b>Introduction .....</b>	<b>9</b>
<b>Chapitre I : La fabrication de l'ennemi dans les conflits armés .....</b>	<b>23</b>
<b>Introduction .....</b>	<b>24</b>
<b>A. La Fabrication de l'ennemi : concepts, terminologie et historique .....</b>	<b>27</b>
<b>1. Fabriquer l'ennemi : la conception de l'autre .....</b>	<b>27</b>
<b>i. Qu'est-ce qu'un ennemi ? .....</b>	<b>27</b>
<b>2. Evolution de la perception de l'autre à travers l'histoire .....</b>	<b>31</b>
<b>3. L'approche de Pierre Conesa sur la fabrication de l'ennemi .....</b>	<b>40</b>
<b>B. La fabrication du consentement et la propagande comme outils de diabolisation de l'ennemi .....</b>	<b>49</b>
<b>1. La fabrication du consentement et la propagande : Définition .....</b>	<b>49</b>
<b>i. La fabrication du consentement .....</b>	<b>49</b>
<b>ii. La propagande .....</b>	<b>50</b>
<b>2. L'évolution de la fabrication du consentement et de la propagande. (approches théoriques) .....</b>	<b>52</b>
<b>i. Walter Lippmann : La Naissance de la Fabrication du Consentement .....</b>	<b>52</b>
<b>ii. Edward Bernays : La propagande moderne .....</b>	<b>55</b>
<b>iii. Noam Chomsky : la propagande et les médias de masse .....</b>	<b>60</b>
<b>3. Le Modèle de Propagande de Noam Chomsky et Edward S. Herman: Analyse des Cinq Filtres de la Fabrication du Consentement .....</b>	<b>62</b>

<b>Chapitre II : Les mécanismes de la stratégie médiatique israélienne .....</b>	<b>72</b>
<b>Introduction .....</b>	<b>73</b>
<b>A. La Hasbara comme stratégie médiatique (comme arme de stratégie massive) .....</b>	<b>78</b>
<b>1. La Construction d'un modèle de propagande israélien .....</b>	<b>78</b>
<b>i. La Hasbara : concept et origines .....</b>	<b>78</b>
<b>2. L'évolution de la Hasbara .....</b>	<b>79</b>
<b>3. Les objectifs de la hasbara .....</b>	<b>81</b>
<b>B. Les mécanismes de la stratégie médiatique israélienne .....</b>	<b>83</b>
<b>1. Le présentisme et la déshistoricisation .....</b>	<b>83</b>
<b>2. La dépolitisation de la guerre, le double standard et la compassion sélective .....</b>	<b>90</b>
<b>3. Le silence médiatique et la déshumanisation des palestiniens .....</b>	<b>101</b>
<b>C. Analyse des Représentations Visuelles Médiatiques et leur impact sur la formation de l'Opinion Publique .....</b>	<b>106</b>
<b>1. La manipulation de l'opinion publique à travers les médias .....</b>	<b>106</b>
<b>2. La déshumanisation des palestiniens .....</b>	<b>111</b>
<b>3. Manipulation des récits visuels .....</b>	<b>114</b>
<b>Conclusion .....</b>	<b>132</b>
<b>Bibliographie .....</b>	<b>137</b>
<b>Liste des figures .....</b>	<b>143</b>
<b>Liste des annexes .....</b>	<b>144</b>