

Recherche approfondie : information, guerre narrative, soft power et médiarchie

1. Mise en contexte

La conversation initiale abordait le rôle central de l'information dans les dynamiques sociales : elle structure les relations interpersonnelles, régule les normes collectives et devient un champ de bataille au niveau géopolitique. Les échanges ont notamment évoqué la **guerre narrative**, le **soft power**, la **médiarchie** et la nécessité de développer un discernement pour éviter la paranoïa ou le complotisme. Cette recherche approfondie reprend ces thématiques et les met en perspective avec des sources récentes (jusqu'en 2025) afin de fournir des repères théoriques, des exemples et des pistes d'action.

2. Guerre narrative : origine et théorisation

2.1 Concept et émergence

Le terme « **narrative warfare** » (guerre narrative) désigne l'« exploitation stratégique d'histoires et d'informations pour influencer la perception, l'identité et les comportements d'un public cible ». Les travaux militaires et les think tanks associés à l'OTAN ont commencé à utiliser cette notion au début des années 2000 pour désigner un nouveau type de conflit non cinétique, complémentaire des opérations d'information ou psychologiques. Selon un article du **Small Wars Journal** (2025), l'armée américaine reconnaît que ses adversaires (Russie, Chine, etc.) utilisent des récits pour contrôler la perception et exercer un avantage stratégique sans engagement militaire direct ¹. Le journal souligne que les doctrines officielles mentionnent le terme « narrative » plus de cent fois mais peinent à définir ce qu'il recouvre réellement ².

2.2 Approche académique et stratégique

Des recherches stratégiques ont montré que la guerre narrative ne se réduit pas à de la propagande ; elle vise à contrôler le **sens attribué aux faits**, plutôt que les faits eux-mêmes. Un article de la **Civil Affairs Association** (2019) explique que « lorsque les narrations sont instrumentalisées, elles peuvent miner la sécurité nationale en sapant la confiance des citoyens dans les institutions et l'État de droit », notant que cette forme de guerre « n'est pas une guerre de l'information, mais une guerre sur le sens de l'information » ³. Les auteurs constatent que des acteurs étatiques et non étatiques exploitent des événements locaux ou des hostilités préexistantes pour susciter des conflits et induire des changements géopolitiques ⁴. La guerre narrative joue ainsi sur l'identité et la psychologie des publics : l'exemple du « général Hiver » utilisé par la Russie et l'Ukraine montre comment une figure mythique peut renforcer la résilience ou la volonté de se battre ⁵.

2.3 Implications sociétales

Le site **Rights Studio** (2024) insiste sur le fait que la guerre narrative consiste à « imposer ses versions de l'histoire », qu'elle a peu à voir avec la vérité et qu'elle s'appuie sur des récits polarisants pour justifier des conflits ou des injustices ⁶. L'article cite Hannah Arendt : « La véracité n'a jamais été considérée comme une vertu politique » ; il met en garde contre la tentation des gouvernements d'utiliser le

langage pour museler les critiques et fermer le débat ⁷ . Ces analyses rejoignent la notion de « **guerre des récits** » développée par Ajit Maan : contrôler l'interprétation et l'identité d'un groupe permet d'orienter ses actions, parfois de manière subconsciente ⁸ .

3. Soft power : pouvoir de séduction plutôt que de coercition

3.1 Définition

Le politologue américain **Joseph Nye** a forgé le concept de « **soft power** » dans les années 1980 pour distinguer l'attrait d'une culture, de ses valeurs et de ses politiques du pouvoir coercitif (hard power). Selon une fiche pédagogique du **Council on Foreign Relations** (CFR Education), le soft power est « la capacité d'un pays à influencer les autres sans pression coercitive en projetant ses valeurs, idéaux et sa culture à l'étranger » ⁹ . La même source rappelle que les gouvernements utilisent la musique, la cuisine, les films ou le sport pour renforcer leur réputation et créer des partenariats ¹⁰ .

Une synthèse de la **DiploFoundation** (2020) précise que, si le pouvoir est la capacité d'obtenir l'issue souhaitée chez les autres, le soft power est « le pouvoir de façonner les préférences des autres » ¹¹ . Le document cite des exemples concrets : échanges universitaires, consommation mondiale des produits culturels américains, ou prestige d'une politique étrangère attractive ¹² . Nye compare le soft power au **mana** des Maoris : l'autorité du chef augmente par ses succès, ses alliances ou ses célébrations, et diminue en cas d'humiliation ou de défaite ¹³ . Ce capital symbolique permet d'obtenir des concessions sans recourir à la force ¹⁴ .

3.2 Usage contemporain

La CFR note que, durant la guerre froide, les États-Unis ont envoyé des jazzmen comme Louis Armstrong en tournée afin de montrer la créativité et l'individualisme inhérents à la société américaine et contrer l'influence soviétique ¹⁵ . Aujourd'hui, les géants du numérique (Silicon Valley), Hollywood ou la K-pop sud-coréenne sont des vecteurs de soft power. Le Soft power est donc un instrument de politique étrangère mais il provient aussi d'acteurs non gouvernementaux (entreprises, universités, ONG). La DiploFoundation rappelle cependant que l'accumulation de soft power est longue et coûteuse, et qu'une réputation peut se retourner contre un pays en cas d'incohérence ou de crise morale ¹⁶ .

4. Médiarchie : quand les médias gouvernent notre attention

4.1 Concept

Le philosophe **Yves Citton** a développé le terme « **médiarchie** » (mediarchy) pour décrire un régime où **les médias structurent la vie politique et sociale plus que les États ou les citoyens**. Dans la présentation de son ouvrage *Mediarchy* (Polity, 2019) par l'éditeur Wiley, il explique que nous pensons vivre en démocratie, alors que notre régime est basé sur des *publics médiés* : le « peuple » est produit par les médias et « intra-structuré » par les dispositifs de communication qui gouvernent nos interactions ¹⁷ . Citton invite à étudier non seulement les effets des médias, mais aussi les formes d'être qu'ils induisent ; nous ne pouvons pas échapper complètement à ces effets, mais en prenant conscience de leur conditionnement, nous pouvons développer de nouvelles formes d'analyse et de pratique politique ¹⁸ .

4.2 Enjeux

La médiarchie met en évidence un **déplacement du pouvoir** : des institutions vers des systèmes médiatiques qui orientent notre attention. Les plateformes numériques façonnent l'agenda des débats, invisibilisent certains récits et saturent l'espace public. Citton propose de penser la politique à partir de l'écosystème médiatique : les médias sont des infrastructures invisibles qui orientent nos affects et nos priorités. Comprendre la médiarchie revient à comprendre comment se fabrique l'opinion et à quels intérêts répondent les flux informationnels.

5. Discernement et prévention du complotisme

5.1 Pourquoi les théories du complot prospèrent

Une étude publiée par l'**American Psychological Association** (APA) en 2023 montre que les adhérents aux théories du complot sont motivés par un besoin de comprendre et de se sentir en sécurité, ainsi que par un désir de supériorité de leur groupe ¹⁹. Les chercheurs ont analysé 170 études portant sur plus de 158 000 participants. Ils ont constaté que les personnes ayant des traits de personnalité tels qu'un sentiment d'antagonisme ou des niveaux élevés de paranoïa sont plus enclines à croire aux théories du complot ²⁰. Toutefois, les auteurs insistent sur le fait que les conspirationnistes ne sont pas simplement des personnes irrationnelles : ils cherchent à répondre à des besoins psychologiques insatisfaits ²¹.

5.2 Renforcer l'esprit critique

Pour éviter la paranoïa ou le complotisme, il est nécessaire de développer une **hygiène mentale** collective. L'UNESCO souligne que l'**éducation aux médias et à l'information (MIL)** doit renforcer le « sens critique » en intégrant les spécificités du numérique : participation, transparence, mais aussi désinformation et influence ²². La capacité d'analyse se travaille : il faut encourager les jeunes à explorer les médias, à vérifier les sources, à respecter la vie privée et à produire eux-mêmes des contenus afin de comprendre les mécanismes de diffusion ²³. Des initiatives comme le MOOC **DIY MIL**, la plateforme **HoaxBuster** ou le programme **MIL CLICKS** visent à doter les citoyens de réflexes critiques pour repérer les discours de haine et les fausses informations ²⁴.

5.3 Posture équilibrée

Pour échapper à la paranoïa, il faut conjuguer **esprit critique** et **confiance raisonnée**. Cela implique :

- **douter sans rejeter** : reconnaître qu'un récit peut être partiel sans être mensonger ;
- **contextualiser** les faits, en comprenant qu'ils prennent sens dans des systèmes économiques, politiques ou culturels ;
- **diversifier ses sources**, pour comparer les points de vue et repérer les biais ;
- **observer ses émotions**, car la peur ou la colère signalent qu'un récit cherche à capter notre attention.

Ces principes découlent de l'idée que les narratifs dominants peuvent être déconstruits, mais qu'il existe aussi des sources fiables et des savoirs utiles. L'objectif est d'atteindre un **équilibre entre la vigilance et la confiance**, afin de ne pas sombrer dans le cynisme ou la manipulation.

6. Synthèse et pistes de recherche

- La **guerre narrative** se situe au cœur des conflits modernes. Elle vise à imposer des récits qui orientent identités et comportements. Les États et acteurs non étatiques l'utilisent pour influencer des publics nationaux ou étrangers en contournant la coercition traditionnelle.
- Le **soft power** constitue une stratégie d'influence non coercitive fondée sur l'attrait culturel, les valeurs et la politique extérieure. Il s'accumule lentement et peut être sapé par des incohérences ou des crises morales.
- La **médiarchie** désigne un nouveau régime de pouvoir où les médias structurent l'expérience et la politique. Elle nous oblige à repenser le rapport entre citoyens, institutions et plateformes, et à analyser comment notre attention est gouvernée.
- Pour **résister à la désinformation** et éviter le complotisme, il faut développer l'éducation aux médias et à l'information, renforcer l'esprit critique et adopter une posture d'équilibre. Les études psychologiques montrent que les adhérents aux théories du complot cherchent à répondre à des besoins psychologiques complexes ²⁵ ; ce sont ces besoins qu'il faut adresser pour renforcer la résilience citoyenne.

Pistes d'investigation futures

1. **Comparaison des stratégies narratives** : analyser comment différents pays (États-Unis, Russie, Chine, Union européenne) conçoivent et déploient leurs narratifs stratégiques ; étudier leurs dispositifs de médiation et leurs impacts sociétaux.
2. **Soft power à l'ère numérique** : examiner la manière dont les plateformes de streaming, les réseaux sociaux ou les jeux vidéo deviennent des outils d'influence culturelle ; évaluer les stratégies de régulation et de souveraineté culturelle adoptées par les États.
3. **Médiarchie et gouvernance de l'information** : approfondir les propositions de Yves Citton en croisant avec les travaux sur l'économie de l'attention, les algorithmes et la régulation des plateformes.
4. **Pratiques de MIL et résilience** : étudier l'efficacité des programmes d'éducation aux médias (UNESCO, ONG, initiatives citoyennes) pour développer le discernement, notamment chez les publics adultes ; analyser les obstacles à leur généralisation.
5. **Psychologie du complotisme** : suivre les recherches en psychologie sociale sur l'influence des contextes socio-économiques, des réseaux sociaux et des facteurs identitaires dans l'adhésion aux théories du complot.

1 2 The Paradox of Liberty: Narrative Warfare and America's Identity Crisis | Small Wars Journal by Arizona State University

<https://smallwarsjournal.com/2025/04/14/the-paradox-of-liberty/>

3 4 Narrative Warfare

<https://www.civilaffairsassociation.com/post/narrative-warfare>

5 8 General Winter is fighting for Ukraine - by Paul Cobaugh

<https://www.truthaboutthreats.com/p/general-winter-is-fighting-for-ukraine>

6 7 Narrative Warfare

<https://www.rights-studio.org/journal/narrative-warfare>

9 10 15 **What Is Soft Power? | CFR Education**

<https://education.cfr.org/learn/reading/what-soft-power>

11 12 13 14 16 **Soft Power by Joseph Nye**

<https://www.diplomacy.edu/resource/soft-power-the-means-to-success-in-world-politics/>

17 18 **Mediarchy | Wiley**

<https://www.wiley.com/en-dk/Mediarchy-p-9781509533381>

19 20 21 25 **Why some people are willing to believe conspiracy theories**

<https://www.apa.org/news/press/releases/2023/06/why-people-believe-conspiracy-theories>

22 23 24 **Developing a critical mind against fake news | The UNESCO Courier**

<https://courier.unesco.org/en/articles/developing-critical-mind-against-fake-news>