



Communication & Influence

N°89 - Janvier 2018

Quand la réflexion accompagne l'action

Les médias, la destruction du langage et la fabrication du consentement : le décryptage d'Ingrid Riocreux

Début janvier, en présentant ses vœux à la presse, le Président Macron a mis le concept de fake news sous les feux des médias. Pour bien saisir la logique à l'œuvre, il est opportun de se référer à l'analyse menée par Ingrid Riocreux dans La langue des médias (L'Artilleur, 2016), justement sous-titré Destruction du langage et fabrication du consentement. Agrégée de lettres modernes, docteur de Paris-Sorbonne et chercheur associé à l'université Paris-IV, Ingrid Riocreux dissèque les mécanismes via lesquels les opinion makers interprètent les faits pour formater l'opinion.

Dans l'entretien qu'elle a accordé à Bruno Racouchot, directeur de Comes Communication, Ingrid Riocreux estime que les "fabricateurs de consentement" ont fait dégénérer le rêve démocratique en pensée totalitaire, car "l'illettrisme



entraîne la violence, et l'insécurité appelle la tyrannie. Le système qui, par son œuvre éducatrice (scolaire et médiatique), se targuait d'engendrer des personnes libres et responsables, pétries des idéaux les plus nobles, s'écroulera donc sous les coups de ce qu'il a lui-même produit, en réalité : un gibier de dictature"...

Pourquoi Comes ?

En latin, comes signifie compagnon de voyage, associé, pédagogue, personne de l'escorte. Société créée en 1999, installée à Paris, Toronto et São Paulo, Comes publie chaque mois Communication & Influence. Plate-forme de réflexion, ce vecteur électronique s'efforce d'ouvrir des perspectives innovantes, à la confluence des problématiques de communication classique et de la mise en œuvre des stratégies d'influence. Un tel outil s'adresse prioritairement aux managers en charge de la stratégie générale de l'entreprise, ainsi qu'aux communicants soucieux d'ouvrir de nouvelles pistes d'action.

Être crédible exige de dire clairement où l'on va, de le faire savoir et de donner des repères. Les intérêts qui conditionnent les rivalités économiques d'aujourd'hui ne reposent pas seulement sur des paramètres d'ordre commercial ou financier. Ils doivent également intégrer des variables culturelles, sociétales, bref des idées et des représentations du monde. C'est à ce carrefour entre élaboration des stratégies d'influence et prise en compte des enjeux de la compétition économique que se déploie la démarche stratégique proposée par Comes.

Communication semble rimer aujourd'hui avec propagande. A vos yeux, qu'est-ce qui caractérise et différencie la communication, l'information, la manipulation, la propagande ?

Je passe mon temps à rappeler ce qui devrait être une évidence pour tout le monde et qui paraît être ignoré de bien des gens, y compris des journalistes eux-mêmes : l'information n'est pas l'événement lui-même ! L'événement ne parle pas. L'information est donc un discours sur le réel qui en conditionne la compréhension. Elle peut tendre à l'objectivité mais demeure tributaire d'une triple démarche : sélection, hiérarchisation,

formulation. Parce qu'elle pose une grille de compréhension sur les événements, elle est toujours susceptible de porter une volonté d'orienter notre appréciation des choses et, de fait, souvent, elle paraît tourner à la propagande, de manière plus ou moins grave.

Propagande, à l'origine, n'est pas un terme péjoratif. Étymologiquement, il désigne "les choses qu'il faut diffuser", c'est-à-dire qu'il faut faire connaître. On date souvent de la période des grands totalitarismes le glissement de cette notion vers l'idée de mensonge, de manipulation des masses, de volonté d'imposer une idéologie en modelant les esprits. Mais il ne faut pas



www.comes-communication.com

oublier, et c'est très clair quand on lit *Mein Kampf*, que ces régimes n'ont rien inventé. Hitler écrit explicitement que ce qui a perdu l'Allemagne en 1914-1918, c'est sa faiblesse dans le domaine de la lutte idéologique, comparée à la puissance de frappe des Américains en la matière. De fait, le fameux ouvrage *Propaganda, comment manipuler l'opinion en démocratie* date de 1928 et tire, dans une large mesure, les conclusions d'une expérience commencée par son auteur, Edward Bernays, au sein du *Committee on Public Information* en 1917 aux côtés de Walter Lippmann, celui-

là même qui a défini la mission de la presse comme consistant à "fabriquer du consentement".

Parmi les stratégies de propagande mises en œuvre aux États-Unis afin de convaincre une opinion publique isolationniste d'approuver l'entrée en guerre du pays, on a oublié un épisode qui a pourtant été reproduit quasi à l'identique très récemment : l'exploitation par les médias de la photographie du cadavre de la petite Betty Bretherton, fillette noyée dans le naufrage du Lusitania. Les journaux, à l'époque, ont publié le récit de la maman, diffusé les photos de la famille, etc.

Nous avons revécu cela avec l'utilisation de la photo du petit Aylan : cette image est devenue un argument dans un débat et on lui a assigné la fonction de renverser l'opinion publique européenne, majoritairement hostile à l'accueil des migrants avant cet épisode. Contrairement à ce qu'on nous a dit, une image ne parle pas d'elle-même. On lui fait dire ce que l'on veut et les médias balisent toujours énormément le terrain afin que ne se développent pas de discours parasites. En l'occurrence,

la tristesse et la colère qu'inspirent naturellement la mort d'un enfant ont été converties en une culpabilisation générale assortie d'un devoir de compensation et de réparation sans rapport direct avec le préjudice puisque la mort d'Aylan était censée justifier la nécessité d'ouvrir les frontières à des mouvements migratoires extrêmement divers, extrêmement abondants et potentiellement dangereux pour la sécurité intérieure des pays d'accueil.

Je tenais à faire ce point historique sur la notion de propagande mais ce qui est certain, c'est que sa mutation récente vers une connotation péjorative a imposé son remplacement par le terme de communication, euphémisme

doux et trompeur qui est en passe de devenir, lui aussi, un mot mal aimé. On se méfie des "plans de com'", on critique

une action ou un propos qui paraissent n'être "que de la com'", etc. La communication, aujourd'hui, désigne l'image que construit d'elle-même une personnalité politique ou une entreprise, l'histoire auto-valorisante qu'elle veut raconter (on parle de storytelling), indépendamment de ses intentions ou de ses qualités réelles. C'est donc potentiellement de la manipulation.

Comment percevez-vous l'influence ? Sous son appréhension positive, peut-elle être assimilée à la rhétorique antique ?

En me posant une question sur l'influence, vous me donnez l'occasion de compléter ma réponse précédente en précisant ce que j'entends par manipulation. Il ne faut pas croire que la différence entre rhétorique et manipulation se joue dans les moyens employés : non, il n'y a pas de différence de nature ni de force entre elles. La distinction réside dans le degré de conscience de la cible. Comme le dit si bien Philippe Breton (*La Parole manipulée*, La Découverte, 1997), "la liberté de convaincre doit se heurter à la liberté de n'être pas convaincu". Si l'on n'est pas formé à détecter les stratégies de discours afin d'en annihiler autant que possible les effets, il est certain qu'on en sera toujours victime.

L'enseignement rhétorique avait donc cette vertu de former des personnes vraiment libres. Aujourd'hui, si vous n'avez pas suivi un cursus d'études dans le domaine de la communication, vous n'avez aucune protection intellectuelle contre les méthodes de ceux qui la pratiquent. C'est la grande différence avec le temps où tous les lycéens passaient par la classe de rhétorique ! L'influence entre pleinement dans cette problématique. Elle exploite ce qu'il y a de plus irrationnel dans la rhétorique : non point la dialectique (combinaison des arguments) mais l'autorité de l'orateur (son *éthos*, l'image qu'il construit de lui-même dans l'esprit des auditeurs) et les sentiments que l'on nourrit à son égard.

L'utilisation des influenceurs est particulièrement sensible dans la mode vestimentaire ou dans la manière dont les lobbys placent leurs pions parmi les experts ou les témoins invités par les médias. Mais il y a aussi les phénomènes d'instrumentalisation, et j'en sais quelque chose : j'ai été contactée par des sectes, des lobbys, des groupuscules divers qui avaient tous en commun de souffrir d'une mauvaise image dans les médias, souvent pour des motifs valables, c'est pourquoi j'ai décliné ces invitations. Je ne voulais pas servir de caution. Car le raisonnement implicite était le suivant : Ingrid Riocreux dit que les médias mentent. Or Ingrid Riocreux accepte de donner une conférence chez nous. Donc, vous voyez bien que les médias mentent à notre sujet.

J'ai refusé d'être un influenceur malgré moi, comme je refuse, par principe, d'être moi-même victime de stratégies d'influence ; ce qui ne signifie pas que j'y échappe, car nous y sommes tous soumis en permanence. Mais je m'efforce d'opposer une résistance intellectuelle à toutes les influences que l'on pourrait m'imposer. Je dirais donc qu'être véritablement libre, c'est résister à toutes les influences pour, au contraire, choisir consciemment et avec le plus grand sens possible de la responsabilité, ses propres sources d'inspiration. ■

La communication, aujourd'hui, désigne l'image que construit d'elle-même une personnalité politique ou une entreprise, l'histoire auto-valorisante qu'elle veut raconter (on parle de storytelling), indépendamment de ses intentions ou de ses qualités réelles. C'est donc potentiellement de la manipulation.

Je m'efforce d'opposer une résistance intellectuelle à toutes les influences que l'on pourrait m'imposer. Je dirais donc qu'être véritablement libre, c'est résister à toutes les influences pour, au contraire, choisir consciemment et avec le plus grand sens possible de la responsabilité, ses propres sources d'inspiration.

EXTRAITS

Les dangers du mimétisme appliqué aux relations presse-opinion publique

Vous souvenez-vous du mythe des moutons de Panurge, si bien mis en scène au XVI^{ème} siècle par ce maître de la pensée non-conformiste que fut Rabelais? Mutatis mutandis, le même scénario se répète aujourd'hui tant l'homme de la rue reprend automatiquement les expressions qu'il entend dans les médias, et par ce biais, adopte – le plus souvent inconsciemment – les concepts que ces expressions véhiculent. S'enclenche ainsi un processus de formatage des pensées via le formatage des discours. Explication d'Ingrid Riocreux.

"Le mimétisme du langage commun vis-à-vis du parler journalistique est frappant et inquiétant, car de l'adoption du mot à celle de l'idée, il n'y a qu'un pas. De même que l'homme de la rue répète les commentaires du match comme s'ils émanaient de sa propre analyse, de même il répétera les formules creuses sur le vivre-ensemble, le danger de l'extrême droite, l'islam-religion de paix, les bienfaits de l'Europe, etc. Il ne sait rien, mais on le dit, donc il le dit. Et si c'était là le discours dominant dans les médias, il reprendrait avec tout autant de conviction des slogans sur le complot juif, le danger de l'islam, l'infériorité de la race noire, etc. Sans plus de réflexion, au nom d'un plaisir au demeurant tout à fait compréhensible, celui que procure l'harmonie de l'uniformité. Délice de se fondre dans la perfection extatique d'un chœur à l'unisson, assorti de cette étrange certitude que la voix de la majorité est nécessairement celle de la raison. Dans un monde où ce sont les médias qui font la pensée majoritaire, c'est presque nécessairement faux. Comme on va le voir, l'éthique du journalisme n'est pas une *éthique du vrai* mais une *éthique du bien*. Il faut ajouter ici que le mouvement actuel de discrédit des médias de masse ne change rien à l'affaire : par rejet de la parole journalistique, beaucoup se mettent à penser systématiquement le contraire de ce que dit le journaliste, et cette pensée anti-médias est tout aussi homogène et irréfléchie que le pré-pensé médiatique. C'est encore un effet de l'uniformité du discours des journalistes."

Quand le défaut médiatique devient la maladie d'une société

"C'est un fait, tous les journalistes parlent de la même manière et le commun des mortels parle *comme à la télé*, donc comme les journalistes. Le mimétisme qui uniformise le discours dans la sphère médiatique devient un handicap collectif. Il englutit la pensée des auditeurs et téléspectateurs qui, pour beaucoup d'entre eux, ne disposent pas d'un spectre lexical très étendu et ne peuvent utiliser que les mots qu'ils reçoivent des médias. Or, en même temps que les mots, ils reçoivent la pensée dont ceux-ci sont porteurs. En même temps qu'un vocabulaire, on leur impose donc une certaine grille de compréhension du monde. Le défaut médiatique devient la maladie d'une société. Le psittacisme se mue en psittacose. Celui-là est un *vice intellectuel* qui consiste à répéter comme un *psittacus* (c'est-à-dire un perroquet) ce qu'on a entendu, sans réfléchir au sens de ce qu'on dit. Mais celle-ci est une *maladie infectieuse* transmise par les perroquets. Les symptômes, banals, paraissent souvent bénins : conjonctivite, petite difficulté respiratoire. Non soignés, ils dégénèrent en pneumonies, pathologies cardiaques, troubles neurologiques, tous maux graves, parfois mortels. La responsable en est une bactérie qui ne peut vivre qu'en parasitant les cellules de l'individu. Autrement dit, c'est la victime qui fait vivre en elle l'agent infectieux ; elle nourrit elle-même le mal qui la ronge.

"Les symptômes plus ou moins alarmants sont les fautes de français. Les perroquets sont les journalistes. L'agent infectieux, c'est l'idéologie. Nous sommes tous malades ou en danger de l'être. L'information est contaminée." (p.88-89)

Ne jamais accepter comme une évidence ce qui relève d'un choix

Dans son introduction, Ingrid Riocreux précise d'ailleurs d'emblée la difficulté à s'extraire avec lucidité de ce consensus mou : "Migrants, islamo-fascisme, climato scepticisme, europhobie, etc. : personne ne s'interroge sur le bien-fondé de toutes ces notions ni même sur ce qu'elles désignent précisément. Ce qui compte, ce n'est pas la définition du mot, c'est le consensus qu'il entretient. On ne sait pas ce que ces termes signifient mais, comme on dit, "on se comprend, pas vrai ?". Par politesse, on peut répondre "bien sûr". Mais on peut aussi refuser cette connivence imposée.

"Aristote disait que la sagesse philosophique trouvait naissance dans la capacité à l'étonnement. Face au discours de l'information, il est nécessaire de développer cette aptitude. S'étonner que tel événement constitue une information alors que tel autre (tellement plus dramatique, symbolique, lourd de conséquence, etc.) n'est même pas évoqué et n'apparaît que sur les sites d'information étrangers, par exemple. S'étonner qu'un événement soit présenté sous tel angle exclusivement. S'étonner de l'emploi de tel mot, de telle expression ou bien au contraire, s'étonner qu'il soit possible de parler de tel événement sans jamais les employer, etc. Avec ce principe : ne jamais accepter comme une évidence ou une nécessité ce qui relève d'un choix – donc d'une sélection, consciente ou non." (p.22-23)

EXTRAITS

Fake news et complotisme : les points sur les i

Ingrid Riocreux tient un blog sur le site du mensuel Causeur (www.causeur.fr), dont la devise dit bien son côté volontairement polémique : "Surtout si vous n'êtes pas d'accord".... Ce blog s'intitule La voix de nos maîtres – Décryptons les décrypteurs. Dans un billet publié le 11 janvier dernier, elle revient sur le concept même de fake news avant de démonter le mécanisme pervers du complotisme. Dénonçant un "flou terminologique dangereux", Ingrid Riocreux rappelle que c'est le président Macron qui a, lors de son discours à l'occasion des vœux à la presse, mis cette notion de fake news sous les projecteurs médiatiques. Extraits de l'analyse d'Ingrid Riocreux.

La fake news ? Une rumeur diffamatoire lancée en toute connaissance de cause, dans le but de nuire

"L'adjectif *fake* est synonyme de *forged*, plus que de *false* ou de *wrong*. Une *fake news* n'est pas une information qui serait fautive parce que celui qui la diffuse se serait mal informé. Avec *fake*, c'est la nature-même du propos qui est remise en cause : la qualification de *fake* invalide sa désignation comme *news*.[...] De même qu'un faux nez n'est pas un nez, une *fake news* n'est pas une *news*. Elle en a l'allure, par sa formulation et parce que le média qui la diffuse jouit, au moins auprès d'un certain nombre de personnes, d'une forme d'autorité qui lui confère de la crédibilité. Fondamentalement, la *fake news* est une rumeur diffamatoire lancée en toute connaissance de cause, dans le but de nuire.

"[...] la jubilation générale des journalistes à l'idée que l'on ferait désormais la guerre aux *fake news* ne trahit-elle pas le fait que, sous cette expression, nombre d'entre eux mettent autre chose que la seule rumeur diffamatoire ? Indubitablement. Pour ma part, si j'étais journaliste, je détesterais vivre avec l'idée que mon métier est d'établir et de sauvegarder des vérités officielles. La plupart des journalistes considèrent pourtant que c'est là leur vraie mission."

L'épineuse question du complotisme

"A ceux qui me demandent comment sauver quelqu'un du complotisme, je réponds qu'il ne faut pas chercher à argumenter rationnellement contre lui, qu'il ne faut pas défendre de thèse opposée. Il faut lui mettre sous les yeux la soif de simplicité et de confort qui l'anime, cette paresse de l'esprit qui se cache derrière des références toujours étonnamment convergentes parce que le complotiste ne lit que ce qu'il veut lire, n'écoute que ce qu'il veut écouter. Le complotisme est incompatible avec l'intelligence. C'est la formation intellectuelle vaste et diversifiée que j'ai reçue en classe préparatoire qui m'a permis, non seulement de prendre mes distances vis-à-vis des théories complotistes mais aussi de prendre conscience de leur nocivité. On déplore que les jeunes adhèrent en masse aux théories du complot. Mais comment pourrait-il en être autrement, quand le système scolaire actuel en fait des abrutis finis ? Les séances d'éducation aux médias, censées protéger nos enfants du complotisme, tournent le plus souvent à la démarche d'endoctrinement visant à leur asséner l'importance d'accepter aveuglément la thèse officielle, c'est-à-dire journalistique. Conséquence prévisible : ils la rejettent !

"Je me désolé que la méfiance totalement légitime envers les grands médias donne lieu à un transfert de confiance vers des sources d'informations grotesques où affleure toujours un "effet gourou". Machin est LE spécialiste de tel événement. "Tu ne peux pas savoir, parce que tu n'as pas lu Machin, tu n'as pas regardé telle ou telle vidéo qui montre bien que..." Le culte de l'autorité et l'absence totale d'esprit critique, attitudes que je combats dans notre rapport aux grands médias, se retrouvent dans la sphère de ceux qui les fuient, prétendument par esprit critique !

"Il est urgent de mettre les choses au clair : contrairement à ce qu'on aimerait nous faire penser, exprimer des doutes par rapport à une thèse majoritaire apparaissant comme seule autorisée n'est pas du complotisme. Employer ce mot devient alors de la manipulation. Il faut réserver le terme de complotisme à ce qu'il désigne réellement : la conviction affirmée que la thèse officielle est fautive et la substitution à cette thèse d'une explication invérifiable mais incontestable. Car bien entendu, nier la thèse complotiste, c'est en alimenter la validité, donc la confirmer.

"Le vrai problème est que notre époque est celle du règne de l'opinion. Tout le monde a un avis sur tout, tout le monde se sent tenu d'avoir un avis sur tout. Soit on défend mordicus la thèse développée dans les médias en considérant qu'ils sont par nature les plus crédibles. Soit on la refuse et on s'accroche mordicus à la thèse inverse. Il faut savoir, je pense, acquiescer sur les sujets qui ne nous tiennent pas à cœur ou qui dépassent notre champ de compétences, un détachement et une disponibilité qui permettent d'accueillir, avec tout à la fois un réel intérêt et une saine méfiance, tout propos d'où qu'il vienne."

Lire l'intégralité de l'analyse d'Ingrid Riocreux : <https://blog.causeur.fr/lavoixdenosmaîtres/fake-news-complotisme-de-quoi-parle-t-on-00685.html>

EXTRAITS

De la manipulation des mots et des faits à la violence politique

En conclusion de son ouvrage La langue des médias (op. cit.), Ingrid Riocreux dresse avec lucidité un constat implacable. Au sein d'une démocratie qui s'est muée en oligarchie, in fine et contrairement aux apparences, la manipulation du discours – donc des esprits – ne va pas engendrer la soumission mais une explosion généralisée de la violence. Explications.

"S'il ne reste probablement plus grand monde qui fasse confiance aux médias officiels, pour l'heure, passer à la télé ou être interrogé à la radio constituent encore le meilleur moyen d'exister. C'est, pour l'individu lambda – comme pour tout mouvement collectif – la preuve qu'il compte, que son point de vue importe. La conscience qu'il court le risque de voir ses propos déformés, qu'il n'a aucune prise sur le montage qui va en être fait, sur l'image qui est donnée de lui (cadrage, éclairage) l'empêche rarement de céder à la tentation de parler dans le micro qu'on lui tend. La désillusion est presque toujours au rendez-vous. Peut-être ne devrait-on jamais accepter de répondre aux questions du Journaliste. L'information précède l'enregistrement de notre discours, où celui-ci n'a que la place de l'illustration. Tronqué, mal compris, mal commenté, biaisé par une analyse simpliste, le propos enregistré est méconnaissable.

"Néanmoins, l'attitude que nous avons désignée en introduction sous le nom de complotisme, la paranoïa anti-médiatique, tend à prendre le pas sur la naïveté. Faute d'avoir les moyens d'analyser les techniques de discours, nous ne croyons plus rien ni personne. Ni le Journaliste, ni celui qu'il interroge. Ni Laurence Ferrari et Claire Chazal, complaisantes par médiocrité, ni Frédéric Mitterrand et Dominique Strauss-Kahn, rompus aux techniques de manipulation que la majorité des gens n'est pas en mesure d'analyser. Le développement d'internet a, bien sûr, contribué à désamorcer la puissance – involontairement – propagandiste de la parole journalistique. L'information délivrée par le Journaliste n'est plus qu'une voix dans le concert des millions d'autres sources qu'offrent les blogs et les sites d'information, français ou étrangers. Mais parce que nous ne savons pas analyser les procédés discursifs des médias de masse, nous accordons une vertu excessive aux sources d'information alternatives. Elles ne racontent pas forcément autre chose mais elles le racontent *autrement* ; c'est pourquoi il est tentant de leur faire aveuglément confiance. En témoigne la fréquence de ces élans de gratitude naïve : "merci de nous dire tout ce qu'on nous cache", "merci de nous procurer une véritable information non polluée par la pensée dominante", etc. La manipulation n'est pas absente de ces contre-médias et ses protocoles d'application se révèlent strictement identiques à ceux que nous avons observés : on cache ce qui gêne, on déforme un peu, on simplifie. Finalement, la différence entre ces sources d'information et les médias officiels réside essentiellement dans leur orientation idéologique. *Le degré zéro de l'information* est un pur fantasme : ce serait un discours surgi de nulle part et ne s'adressant à personne."

Quand l'illettrisme entraîne la violence et l'insécurité appelle la tyrannie

"Jean-Paul Sartre écrivait que, face à une difficulté, en choisissant le conseiller, on choisissait aussi par avance le conseil ; dans l'état actuel du monde de l'information, entre médias officiels et alternatifs, on peut considérer que, dans une certaine mesure, *choisir son canal d'information, c'est choisir son manipulateur*. Et, dans ces conditions, l'hypocrisie du régime est directement en cause.

"On a coutume de dire que l'ascenseur social est en panne. Cela signifie que la démocratie est morte, qu'elle a dégénéré en oligarchie. Ceux qui ont le pouvoir le gardent ; ceux qui ne l'ont pas n'ont aucun espoir de l'acquérir. Sous prétexte de tendre la main aux seconds, les premiers leur vendent des entraves séduisantes : à travers les médias serviles, une information "de qualité", à travers une école délétère, une éducation "d'excellence". On sait ce qu'il en est. La classe dominante considère qu'il est plus facile de garder sous contrôle une société d'idiots que de gouverner un peuple intelligent. Mauvais calcul. Car les masses abêties, illettrées et incultes ne restent pourtant pas amorphes. Quand on les a privées de la culture et de l'intelligence, quand on les a privées des mots et de la maîtrise du langage, il ne leur reste rien comme moyen d'expression – pire, comme mode de pensée – que la violence. L'erreur de nos oligarques réside dans le fait de croire qu'une société d'abrutis est un troupeau bêlant, docile et calme, alors que c'est une meute d'individus féroces, en guerre perpétuelle les uns contre les autres. Elle commence par abattre ses petits maîtres, au nombre desquels tous les "fabricateurs de consentement" qui ont fait dégénérer le rêve démocratique en pensée totalitaire. L'illettrisme entraîne la violence, et l'insécurité appelle la tyrannie. Le système qui, par son œuvre éducatrice (scolaire et médiatique), se targuait d'engendrer des personnes libres et responsables, pétries des idéaux les plus nobles, s'écroulera donc sous les coups de ce qu'il a lui-même produit, en réalité : un gibier de dictature." (p. 318 à 320)

BIOGRAPHIE

Mariée, mère de quatre enfants, Ingrid Riocreux déborde d'énergie ! Qualifiée aux fonctions de maître de conférences (sections CNU 7 et 9), ce professeur agrégé de lettres modernes et docteur est également chercheur associé à l'université Paris-IV Sorbonne (EA 4509 – Sens, Texte, Informatique, Histoire). Pour parfaire l'ensemble, elle est également membre de l'équipe des correcteurs de HEC Paris, essayiste, chroniqueuse et rédactrice d'un cybercarnet, sans oublier un don certain pour les langues (allemand, anglais, grec ancien, latin, italien sans oublier des notions d'hébreu). Comment en est-elle arrivée là ? Après une double licence de lettres classiques et d'anglais à l'université de Caen, puis un master 1 de lettres classiques à Paris-IV Sorbonne, suivi d'un master 2, et une formation en littérature à Cambridge, Ingrid Riocreux devient auditrice à l'École normale supérieure pour préparer l'agrégation de lettres modernes, où elle est admise en 2008. Elle passe ensuite (en 2013) son doctorat de langue et littérature françaises à Paris-IV Sorbonne.



On retrouve cette spécialiste du langage et des médias dans de nombreuses émissions : Europe 1, RMC, Paris-Première, TV Libertés, Radio Libertés, Radio Notre-Dame, Radio Grand-Ciel, La Première (RTS), Radio France Internationale (RFI)... mais aussi dans la presse écrite ou presse en ligne, Atlantico, BSC News, Valeurs Actuelles, Figarovox, Causeur, Éléments, Boulevard Voltaire, Rébellion, l'Écho de Genève, Famille Chrétienne, l'OJIM (observatoire du journalisme

et de l'information médiatique). Ingrid Riocreux tient un blog lié au magazine Causeur consacré à l'analyse du traitement médiatique de l'actualité : <http://blog.causeur.fr/lavoixdenosmaitres/> ; elle tient aussi la rubrique médias de la revue de géopolitique Conflits, <https://www.revueconflits.com/>

Abordant l'épineuse question des "fake news" et du "complotisme", elle écrivait tout récemment sur son blog : "Contrairement à ce qu'on aimerait nous faire penser, exprimer des doutes par rapport à une thèse majoritaire apparaissant comme seule autorisée n'est pas du complotisme. Employer ce mot devient alors de la manipulation. Il faut réserver le terme de complotisme à ce qu'il désigne réellement : la conviction affirmée que la thèse officielle est fautive et la substitution à cette thèse d'une explication invérifiable mais incontestable. Car bien entendu, nier la thèse complotiste, c'est en alimenter la validité, donc la confirmer." Et elle ajoutait : "Le vrai problème est que notre époque est celle du règne de l'opinion. Tout le monde a un avis sur tout, tout le monde se sent tenu d'avoir un avis sur tout. Soit on défend mordicus la thèse développée dans les médias en considérant qu'ils sont par nature les plus

crédibles. Soit on la refuse et on s'accroche mordicus à la thèse inverse. Il faut savoir, je pense, acquiescer sur les sujets qui ne nous tiennent pas à cœur ou qui dépassent notre champ de compétences, un détachement et une disponibilité qui permettent d'accueillir, avec tout à la fois un réel intérêt et une saine méfiance, tout propos d'où qu'il vienne."

L'INFLUENCE, UNE NOUVELLE FAÇON DE PENSER LA COMMUNICATION DANS LA GUERRE ECONOMIQUE

"Qu'est-ce qu'être influent sinon détenir la capacité à peser sur l'évolution des situations ? L'influence n'est pas l'illusion. Elle en est même l'antithèse. Elle est une manifestation de la puissance. Elle plonge ses racines dans une certaine approche du réel, elle se vit à travers une manière d'être-au-monde. Le cœur d'une stratégie d'influence digne de ce nom réside très clairement en une identité finement ciselée, puis nettement assumée. Une succession de "coups médiatiques", la gestion habile d'un carnet d'adresses, la mise en œuvre de vecteurs audacieux ne valent que s'ils sont sous-tendus par une ligne stratégique claire, fruit de la réflexion engagée sur l'identité. Autant dire qu'une stratégie d'influence implique un fort travail de clarification en amont des processus de décision, au niveau de la direction générale ou de la direction de la stratégie. Une telle démarche demande tout à la fois de la lucidité et du courage. Car revendiquer une identité propre exige que l'on accepte d'être différent des autres, de choisir ses valeurs propres, d'articuler ses idées selon un mode correspondant à une logique intime et authentique. Après des décennies de superficialité revient le temps du structuré et du profond. En temps de crise, on veut du solide. Et l'on perçoit aujourd'hui les prémices de ce retournement.

"L'influence mérite d'être pensée à l'image d'un arbre. Voir ses branches se tendre vers le ciel ne doit pas faire oublier le travail effectué par les racines dans les entrailles de la terre. Si elle veut être forte et cohérente, une stratégie d'influence doit se déployer à partir d'une réflexion sur l'identité de la structure concernée, et être étayée par un discours haut de gamme. L'influence ne peut utilement porter ses fruits que si elle est à même de se répercuter à travers des messages structurés, logiques, harmonieux, prouvant la capacité de la direction à voir loin et sur le long terme. Top managers, communicants, stratèges civils et militaires, experts et universitaires doivent croiser leurs savoir-faire. Dans un monde en réseau, l'échange des connaissances, la capacité à s'adapter aux nouvelles configurations et la volonté d'affirmer son identité propre constituent des clés maîtresses du succès".

Ce texte a été écrit lors du lancement de *Communication & Influence* en juillet 2008. Il nous sert désormais de référence pour donner de l'influence une définition allant bien au-delà de ses aspects négatifs, auxquels elle se trouve trop souvent cantonnée. L'entretien que nous a accordé Ingrid Riocreux va clairement dans le même sens. Qu'elle soit ici remerciée de sa contribution aux débats que propose, mois après mois, notre plateforme de réflexion.

Bruno Racouchot
Directeur de Comes



Quand la réflexion accompagne l'action

Communication & Influence

UNE PUBLICATION DU CABINET COMES

Paris ■ Toronto ■ São Paulo

Directrice de la publication : Sophie Vieillard

Illustrations : Rossana

CONTACTS

France (Paris) : +33 (0)1 47 09 36 99

North America (Toronto) : +00 (1) 416 845 21 09

South America (São Paulo) : + 00 (55) 11 8354 3139

www.comes-communication.com