



Étude de cas: le traitement de la guerre de Syrie

Par [Swiss Propaganda Research](#)
Mondialisation.ca, 06 janvier 2020
swprs.org

Région : [Moyen-Orient et Afrique du Nord](#)
Thème: [Désinformation médiatique](#), [Guerre](#)
[USA OTAN](#)
Analyses: [SYRIE](#)

Nous avons étudié la couverture de la guerre de Syrie par neuf grands quotidiens allemands, autrichiens et suisses afin d'examiner la pluralité des points de vue et le degré de dépendance aux agences de presse. Les journaux sélectionnés sont :

- **pour l'Allemagne** : Die Welt, Süddeutsche Zeitung (SZ), et Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ)
- **pour la Suisse** : Neue Zürcher Zeitung (NZZ), Tagesanzeiger (TA), et Basler Zeitung (BaZ)
- **pour l'Autriche** : Standard, Kurier, et Die Presse

La période d'étude va du 1^{er} au 15 octobre 2015, les deux premières semaines de l'intervention russe en Syrie. Toute les publications imprimées ou mises en ligne ont été prises en compte. Les éditions du dimanche n'ont pas été prises en compte car tous les journaux examinés n'en ont pas publié. Au total, 381 articles ont rempli ces critères.

Dans un premier temps, les articles ont été classés en fonction de leurs propriétés dans les groupes suivants :

1. **Agence** (agencies) : article d'agence (avec les codes de l'agence)
2. **Mélange** (mixed) : article simple basé en partie ou en totalité sur des articles d'agence
3. **Article de fond** (reports) : reportage ou analyse éditoriale détaillé
4. **Tribune / commentaire** (op-eds) : tribunes et commentaires d'invités
5. **Interview** : interview avec des experts, hommes politiques etc.
6. **Investigation** : travail d'investigation qui révèle de nouvelles informations

La **figure 1** ci-dessous montre la composition des articles pour les neuf journaux étudiés. On peut voir que 55 % des articles venaient des agences et qu'aucun article n'était le résultat d'une investigation.

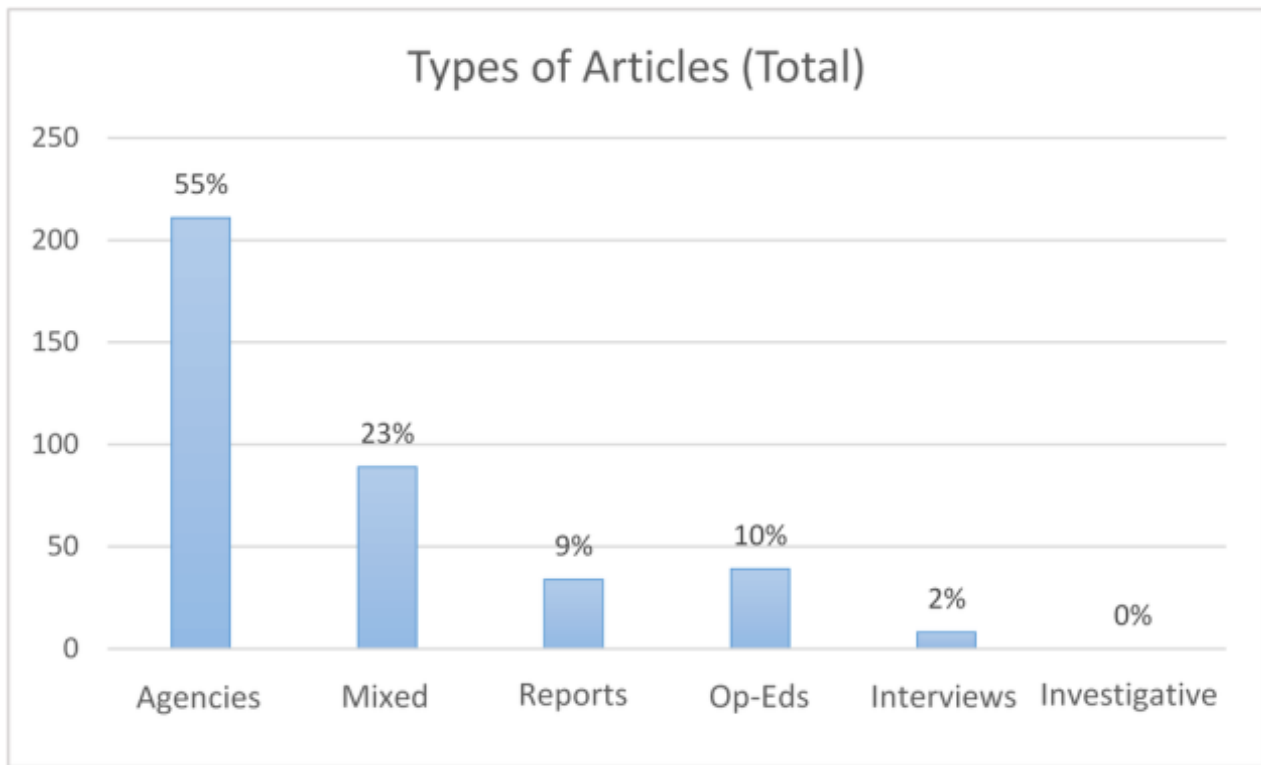


Figure 1 : type d'articles (total; n = 381)

Les articles d'agence dans leur forme originale, qu'il s'agisse de simples dépêches ou de reportages détaillés, se trouvaient principalement sur les sites web des journaux : la pression de l'actualité y est plus forte que pour les éditions papier, et il n'y a pas de limite de taille. Les autres types de publication étaient présents dans les éditions en ligne et papier ; et seules quelques interviews exclusives et quelques reportages n'étaient présents que dans les éditions papier. Chaque article n'a été collecté qu'une fois pour l'étude.

La **figure 2** ci-dessous montre la même classification journal par journal. Pendant la période d'étude (2 semaines), la plupart des journaux ont publié entre 40 et 50 articles au sujet du conflit syrien (en ligne et papier). Dans le journal allemand *Die Welt* il y en a eu plus (58), et dans le *Basler Zeitung* et le *Kurier* autrichien, moins (29 et 33).

Selon le journal, la part des articles d'agence est de presque 50 % (*Welt*, *Süddeutsche*, *NZZ*, *Basler Zeitung*), presque 60 % (*FAZ*, *Tagesanzeiger*), entre 60 % et 70 % (*Presse*, *Standard*, *Kurier*). Si on y ajoute les articles basés sur des articles d'agence, la proportion dans chaque journal varie entre 70 % et 80 %. Ces proportions sont cohérentes avec les précédentes études sur les médias (Blum 1995, Johnston 2011, MacGregor 2013, Paterson 2007).

Pour les articles de fond, les journaux suisses étaient en tête (cinq ou six articles), suivis par le *Welt*, *Süddeutsche* et *Standard* (quatre chacun), puis les autres (de un à trois). Les articles détaillés et les analyses étaient particulièrement consacrées aux événements en cours au Moyen-Orient, ainsi qu'aux motifs et intérêts des acteurs comme la Russie, la Turquie ou l'État Islamique.

La plupart des tribunes se trouvaient dans les journaux allemands (sept tribunes chacun), suivis par *Standard* (cinq), *NZZ* et *Tagesanzeiger* (quatre chacun). *Basler Zeitung* n'a pas publié de tribune pendant cette période, mais deux interviews. D'autres interviews ont été publiées par *Standard* (trois), *Kurier* et *Presse* (une chacun). Par contre, nous n'avons trouvé de travail d'investigation dans aucun de ces journaux.

Dans le cas des trois journaux allemands, nous avons noté un mélange d'information et d'opinion assez problématique du point de vue journalistique : les articles contenaient de fortes expressions d'opinion sans être présentés comme des tribunes. L'étude présente était cependant basée sur la façon dont le journal présentait ses articles.

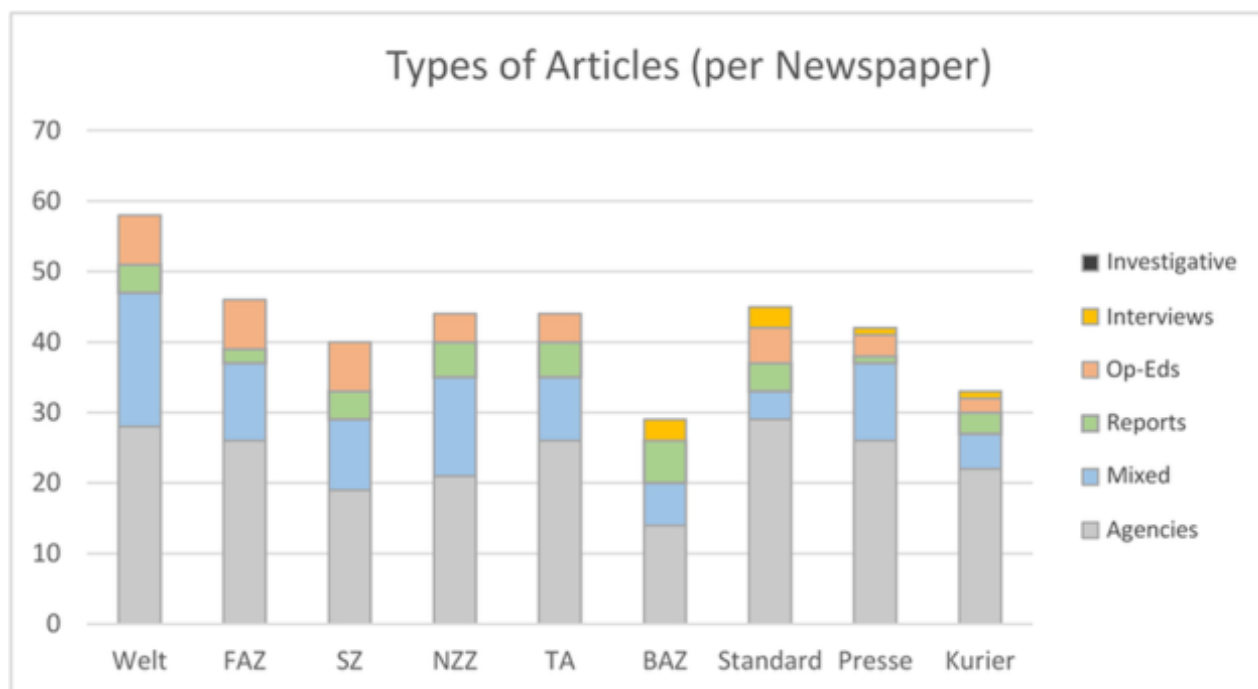


Figure 2 : Types d'articles par journal

La **figure 3** ci-dessous montre la répartition des articles d'agence (par abréviation des noms d'agence) pour chaque agence de presse, au total et par pays. Les 211 articles d'agences étaient accompagnés de 277 codes d'agence (un article de presse peut provenir de plusieurs articles d'agence). Au total, 24 % des articles d'agence venaient de l'AFP ; 20 % chacun pour la DPA, l'APA et Reuters, 9 % pour la SDA, 6 % pour l'AP, et 11 % étaient inconnus (pas de référence, ou seulement la mention « agence »).

En Allemagne, la DPA, l'AFP et Reuters ont chacune un tiers des actualités. En Suisse, la SDA et l'AFP sont en tête, et en Autriche, ce sont l'APA et Reuters.

En réalité, les parts des agences mondiales AFP, AP et Reuters sont certainement plus grandes, puisque la SDA suisse comme l'APA autrichienne obtiennent la plupart de leurs reportages internationaux des agences mondiales, tandis que la DPA allemande coopère étroitement avec l'AP.

Il faut aussi noter que pour des raisons historiques, les agences mondiales sont présentes de manière disparate dans chaque région du globe. Pour des événements en Asie, en Ukraine ou en Afrique, la part de chaque agence ne sera pas la même que dans le cas du Moyen-Orient.

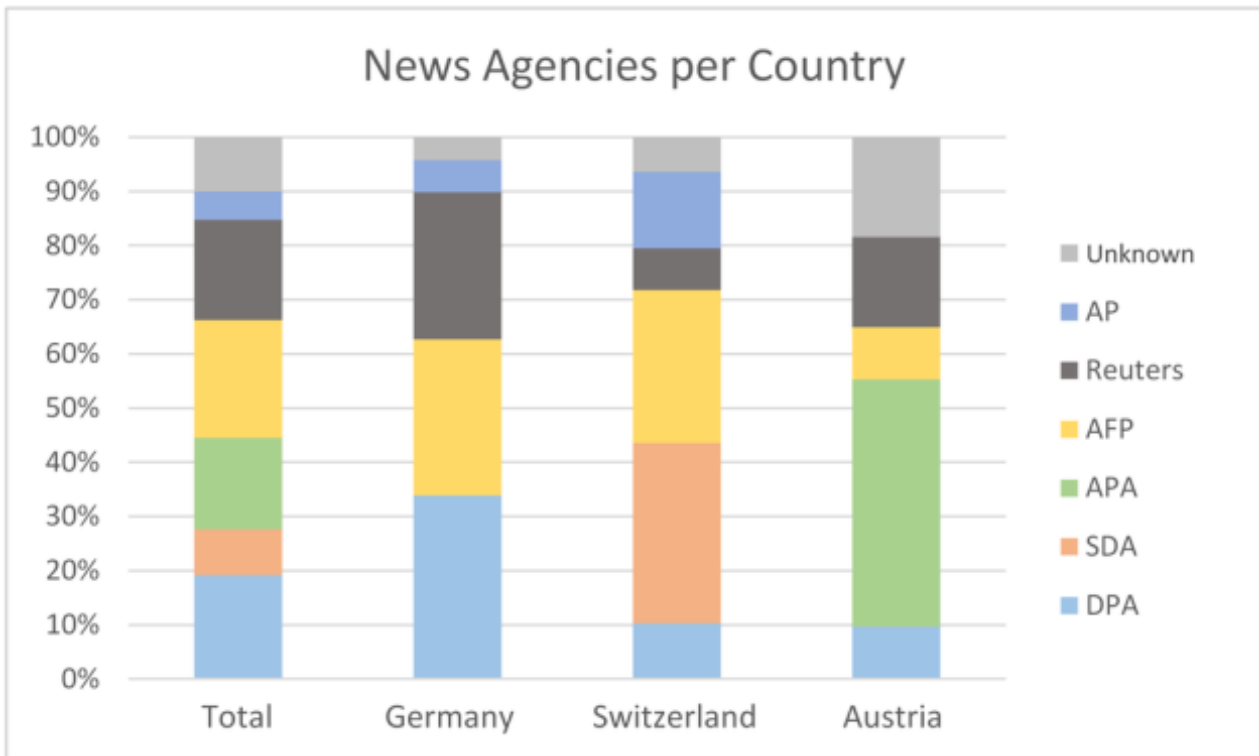


Figure 3 : Part des agences de presse, au total (n=277) et par pays

Au cours de l'étape suivante, des prises de positions ont permis d'évaluer l'orientation des tribunes (28), des commentaires d'invités (10) et des interviewés (7) sur un total de 45 articles. Comme le montre la **figure 4**, 82 % des contributions étaient favorables aux USA/OTAN, 16 % étaient neutres ou équilibrés, et 2 % étaient critiques vis-a-vis des USA/OTAN (un seul article).

Cet article était une tribune libre dans le journal autrichien *Standard* du 2 octobre, intitulé « La stratégie du changement de régime a échoué. La distinction entre les "bons" et les "mauvais" groupes terroristes en Syrie rend la politique occidentale peu digne de confiance.

»

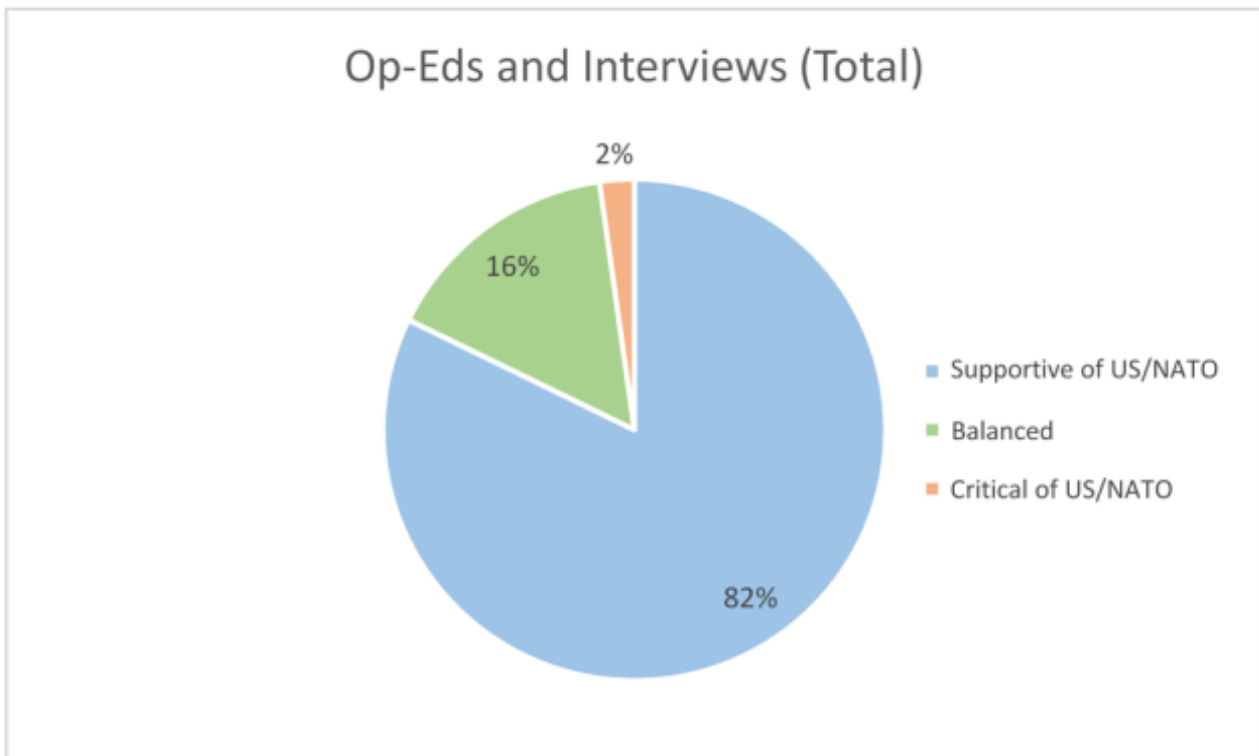


Figure 4 : Orientation des opinions rédactionnelles, des commentaires des invités et des personnes interrogées (total ; n=45)

La **figure 5** ci-dessous montre l'orientation des contributions, des commentaires et des interviewees, répartis par journal. On peut voir que *Welt*, *Süddeutsche*, *NZZ*, *Tagesanzeiger* et le journal autrichien *Kurier* présentent exclusivement des opinions favorables aux USA/OTAN. C'est aussi vrai pour *FAZ* à l'exception d'une contribution neutre ou équilibrée. Le *Standard* a présenté quatre opinions favorables aux USA/OTAN, trois neutres ou équilibrées, ainsi que la tribune critique sus-mentionnée.

Presse a été le seul journal à ne présenter que des opinions neutres ou équilibrées. Le *Basler Zeitung* a publié une opinion favorable et une équilibrée. Peu après la période d'étude, le 16 octobre, le *Basler Zeitung* a publié une interview du président du parlement russe. Cela aurait bien sûr été compté comme une contribution critique.

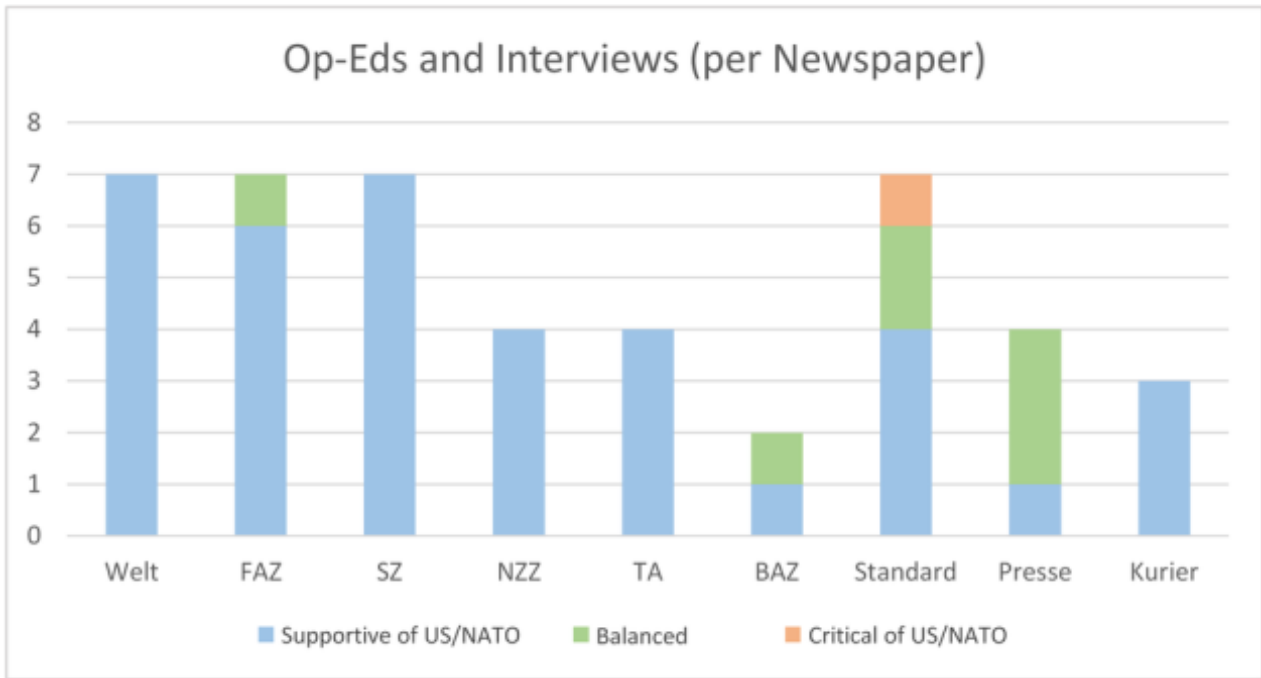


Figure 5 : Orientation générale des articles d’opinion et des personnes interrogées par journal

En allant plus loin dans l’analyse, nous avons recherché le mot « propagande » et ses dérivés pour déterminer si elle était attribuée plutôt aux USA/OTAN ou plutôt à la Russie (sans considérer l’État Islamique). 20 cas ont été identifiés. La **figure 6** montre les résultats : dans 85 % des cas, la propagande a été attribuée à la Russie, dans 15 % des cas l’identification était neutre et dans 0 % des cas elle a été attribuée aux USA/OTAN.

Notons que la moitié des cas (neuf) se trouvaient dans le *NZZ* suisse, qui parlait fréquemment de propagande russe (« la propagande du Kremlin », « la machine de propagande de Moscou », « des articles de propagande », « l’appareil de propagande russe »), suivi par le *FAZ* allemand (trois), *Welt* et *Süddeutsche Zeitung* (deux chacun) et le journal autrichien *Kurier* (un). Les autres journaux ne mentionnaient pas ce terme, ou alors dans un contexte neutre (ou en parlant de l’État Islamique).

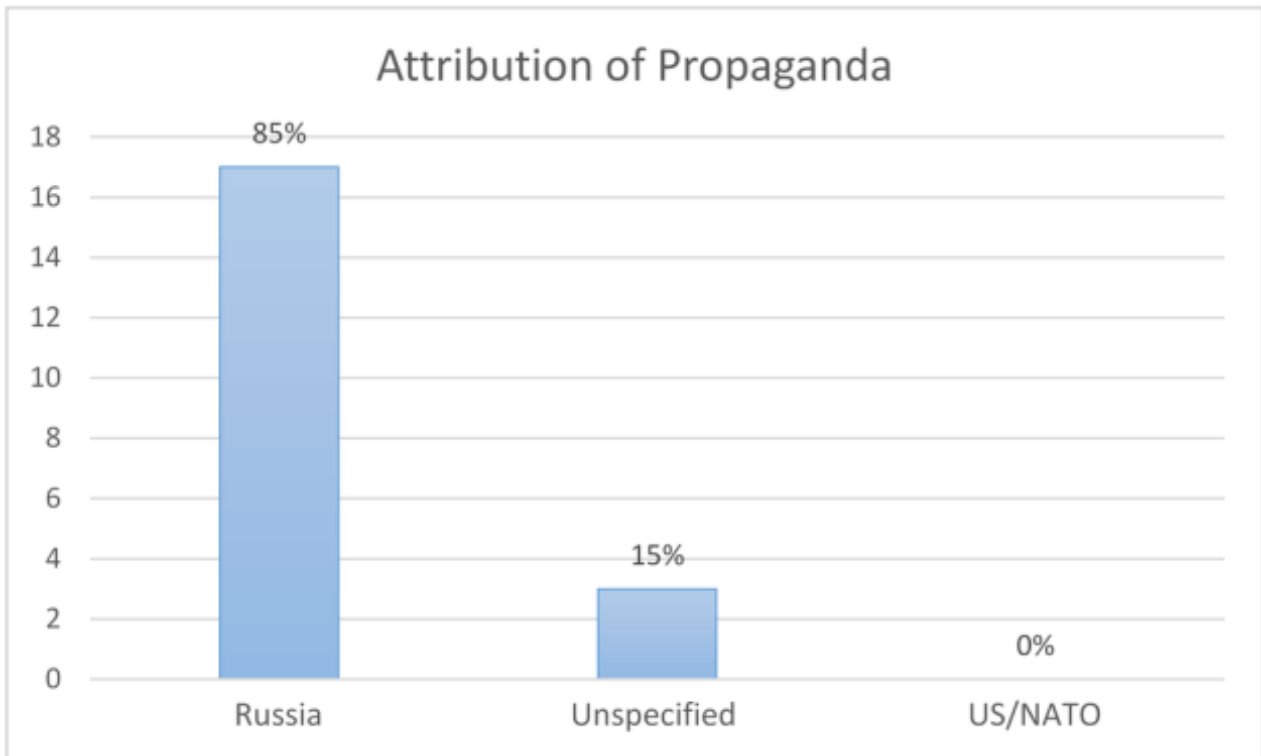


Figure 6 : Attribution de la propagande aux parties au conflit (total : 20)

Conclusion

Au cours de cette étude de cas, nous avons examiné la diversité et les performances de neuf grands journaux européens dans leur couverture géopolitique de la guerre de Syrie.

Les résultats confirment la haute dépendance aux agences de presse (de 63 à 90 %, sans compter les commentaires et les interviewes) et le manque d'investigation, ainsi que le parti pris dans les opinions et les commentaires en faveur des USA/OTAN (82 % positif, 2 % négatif), dont les récits n'ont pas été suspectés de propagande par les journaux.

À propos des auteurs : *Swiss Propaganda Research (SPR)* est un groupe de recherche indépendant qui enquête sur la propagande géopolitique en Suisse et dans les médias internationaux. Vous pouvez nous contacter [ici](#).

Traduction française par Vincent Lenormant.

Photo en vedette : [Pixabay.com](https://pixabay.com)

Références :

Altschull, Herbert J. (1984/1995): Agents of power. The media and public policy. *Longman*, New York.

Becker, Jörg (2015): Medien im Krieg - Krieg in den Medien. *Springer Verlag für Sozialwissenschaften*, Wiesbaden.

Blum, Roger et al. (Hrsg.) (1995): Die Aktualitätäter. Nachrichtenagenturen in der Schweiz. *Verlag Paul*

Haupt, Bern.

Chomsky, Noam (1997): What Makes Mainstream Media Mainstream. *Z Magazine*, MA. ([PDF](#))

Forschungsinstitut für Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich (FOEG) (2011): Jahrbuch Qualität der Medien, Ausgabe 2011. *Schwabe*, Basel.

Gritsch, Kurt (2010): Inszenierung eines gerechten Krieges? Intellektuelle, Medien und der „Kosovo-Krieg“ 1999. *Georg Olms Verlag*, Hildesheim.

Hird, Christopher (1985): Standard Techniques. *Diverse Reports, Channel 4 TV*. 30. Oktober 1985. ([Link](#))

Höhne, Hansjoachim (1977): Report über Nachrichtenagenturen. Band 1: Die Situation auf den Nachrichtenmärkten der Welt. Band 2: Die Geschichte der Nachricht und ihrer Verbreiter. *Nomos Verlagsgesellschaft*, Baden-Baden.

Johnston, Jane & Forde, Susan (2011): The Silent Partner: News Agencies and 21st Century News. *International Journal of Communication* 5 (2011), p. 195–214. ([PDF](#))

Krüger, Uwe (2013): Meinungsmacht. Der Einfluss von Eliten auf Leitmedien und Alpha-Journalisten – eine kritische Netzwerkanalyse. *Herbert von Halem Verlag*, Köln.

Luyendijk, Joris (2015): Von Bildern und Lügen in Zeiten des Krieges: Aus dem Leben eines Kriegsberichterstatters – Aktualisierte Neuauflage. *Tropen*, Stuttgart.

MacGregor, Phil (2013): International News Agencies. Global eyes that never blink. In: Fowler-Watt/Allan (ed.): Journalism: New Challenges. *Centre for Journalism & Communication Research*, Bournemouth University. ([PDF](#))

Mükke, Lutz (2014): Korrespondenten im Kalten Krieg. Zwischen Propaganda und Selbstbehauptung. *Herbert von Halem Verlag*, Köln.

Paterson, Chris (2007): International news on the internet. *The International Journal of Communication Ethics*. Vol 4, No 1/2 2007. ([PDF](#))

Queval, Jean (1945): Première page, Cinquième colonne. *Arthème Fayard*, Paris.

Schulten-Jaspers, Yasmin (2013): Zukunft der Nachrichtenagenturen. Situation, Entwicklung, Prognosen. *Nomos*, Baden-Baden.

Segbers, Michael (2007): Die Ware Nachricht. Wie Nachrichtenagenturen ticken. *UVK*, Konstanz.

Steffens, Manfred [Ziegler, Stefan] (1969): Das Geschäft mit der Nachricht. Agenturen, Redaktionen, Journalisten. *Hoffmann und Campe*, Hamburg.

Tilgner, Ulrich (2003): Der inszenierte Krieg – Täuschung und Wahrheit beim Sturz Saddam Husseins. *Rowohlt*, Reinbek.

Wilke, Jürgen (Hrsg.) (2000): Von der Agentur zur Redaktion. *Böhlau*, Köln.

Partagez cette étude sur : [Twitter](#) / [Facebook](#)

La source originale de cet article est swprs.org
Copyright © Swiss Propaganda Research, swprs.org, 2020

Articles Par : **Swiss**
Propaganda Research

Avis de non-responsabilité : Les opinions exprimées dans cet article n'engagent que le ou les auteurs. Le Centre de recherche sur la mondialisation se dégage de toute responsabilité concernant le contenu de cet article et ne sera pas tenu responsable pour des erreurs ou informations incorrectes ou inexacts.

Le Centre de recherche sur la mondialisation (CRM) accorde la permission de reproduire la version intégrale ou des extraits d'articles du site Mondialisation.ca sur des sites de médias alternatifs. La source de l'article, l'adresse url ainsi qu'un hyperlien vers l'article original du CRM doivent être indiqués. Une note de droit d'auteur (copyright) doit également être indiquée.

Pour publier des articles de Mondialisation.ca en format papier ou autre, y compris les sites Internet commerciaux, contactez: media@globalresearch.ca

Mondialisation.ca contient du matériel protégé par le droit d'auteur, dont le détenteur n'a pas toujours autorisé l'utilisation. Nous mettons ce matériel à la disposition de nos lecteurs en vertu du principe "d'utilisation équitable", dans le but d'améliorer la compréhension des enjeux politiques, économiques et sociaux. Tout le matériel mis en ligne sur ce site est à but non lucratif. Il est mis à la disposition de tous ceux qui s'y intéressent dans le but de faire de la recherche ainsi qu'à des fins éducatives. Si vous désirez utiliser du matériel protégé par le droit d'auteur pour des raisons autres que "l'utilisation équitable", vous devez demander la permission au détenteur du droit d'auteur.

Contact média: media@globalresearch.ca