

MENSONGES & Cie

imposture intoxication manipulation tromperie canulars
contre-vérité désinformation dissimulation mystification

Bibliographie sélective proposée par l'infothèque de la HEG dans le cadre de l'exposition Mensonges & Cie 2011 à l'occasion des portes ouvertes de la HEG

Contenu

| | |
|--------------------------------|---|
| Introduction | 2 |
| Sources..... | 2 |
| Médias | 3 |
| Economie..... | 4 |
| Politique et société | 5 |
| Internet..... | 6 |
| Images..... | 7 |
| Science | 7 |
| Sondages et statistiques | 7 |

Introduction

Vous êtes-vous retrouvé dans une situation où vous vous demandiez :
« *Comment est-ce possible que j'aie pu me laisser duper ainsi ?* »

L'information que vous avez reçue ou recherchée, le renseignement qui semblait être validé, étaient en fait incorrects.

Les médias, l'économie, le web et tous les recoins de notre société sont touchés par l'information. Pourtant comment savoir si elle est juste?

C'est dans ce cadre que l'infothèque de la HEG vous propose sa sélection thématique : **Mensonges & Cie**.

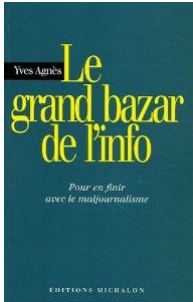
Ci-dessous, vous trouvez une liste bibliographique contenant principalement des références de livres ou des sites web.

Toutefois, ouvrez l'œil, les canulars ne peuvent-ils pas se glisser n'importe où ?

Sources

Images et résumés : Amazon, Payot, les auteurs et éditeurs des articles.
Résumés : Infothèque HEG

Médias



AGNÈS, Yves. *Le grand bazar de l'info : pour en finir avec le maljournalisme*. Paris : Michalon, 2005. 232 p.

Cote : [327.14 AGN](#)

Informations fausses, biaisées, purement promotionnelles, « pipolisées », minimisées ou sur-valorisées... Les « bavures » sont quotidiennes dans les journaux, à la radio, à la télévision, sur Internet. De la petite erreur qui agace aux tromperies caractérisées qui révoltent, l'info est à la dérive.

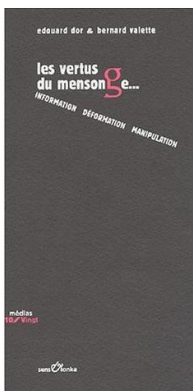
Yves Agnès montre l'ampleur des dégâts et en analyse les principales causes. Il propose aussi des solutions, qui passent par le réveil des citoyens, des responsables politiques et des journalistes.



CORNU, Daniel. *Les médias ont-ils trop de pouvoir ?*. Paris : Seuil, 2010. 137 p.

Cote : [302.23 COR](#)

Personne ne semble en douter : l'influence des médias est écrasante. Mais du côté des journalistes, on se montre volontiers sceptique. Tant de causes que l'on a cherché à défendre et qui ont tourné court ! A l'examen, la question ne se satisfait pas de réponses à l'emporte-pièce. Le pouvoir des médias suscite des convictions fortes et contradictoires. Cet essai est donc animé d'une double ambition : tenter de découvrir dans l'histoire des idées les principaux jalons qui les expliqueraient. Et, puisque le débat n'est pas clos, instiller, face au foisonnement même de ces idées, un doute salubre.



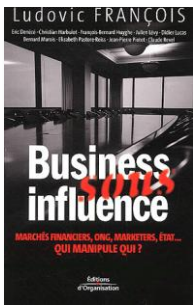
DOR, Edouard, VALETTE, Bernard. *Les vertus du mensonge... : information, déformation, manipulation*. Paris : Sens&Tonka, 2002. 209 p.

Cote : [327.14 DOR](#)

On reproche aux journalistes d'être manipulés et/ou de manipuler eux-mêmes l'information. Du faux charnier de Timisoara pendant la révolution roumaine à la mort de Lady Di, en passant par la guerre du Golfe ou la poussée de l'extrême-droite en France, la presse est mise en accusation. Etant pour l'opinion, trop souvent à l'origine d'informations orientées, artificiellement gonflées ou totalement « bidonnées ». Le journaliste, hier respecté, a parfois perdu de sa crédibilité. Pourquoi et comment en est-on arrivé là ?



Economie



FRANÇOIS, Ludovic. *Business sous influence : marchés financiers, ONG, marketers, état... qui manipule qui ?*. Paris : Ed. d'Organisation, 2004. 251 p.

Cote : [658.472 FRA](#)

Le business est soumis à des pressions très différentes. Quels sont les véritables pouvoirs des clients, des marchés financiers, des modes, du pouvoir politique, de la société civile, des marketers ? Ce livre, qui réunit les meilleurs spécialistes sur le sujet, nous fournit la première analyse fouillée sur les relations d'influence de l'entreprise avec son environnement.



IFRAH, Laurence. Accès à, et la manipulation de l'information. In : *L'information et le renseignement par Internet*. Paris : PUF, 2010.

P. 53-59. (Que sais-je).

Cote : [025.04 IFR](#)

Manipulation boursière, espionnage industriel, fausses rumeurs et dérives criminelles... Inévitablement, l'essor du Net ne pouvait qu'aboutir à de nombreuses dérives dont nous commençons seulement à mesurer les effets collatéraux.



MOREAU, Max. *Une économie manipulée et floutée : statistiques, sondages, notations, prédictions*. Paris : L'Harmattan, 2010. 117 p.

Cote : [330.015 MOR](#)

Ce livre dénonce les manœuvres manipulatrices dans le domaine des statistiques, des sondages d'opinion, des agences de notation et des prévisions budgétaires... Sans toutefois les décrédibiliser, car ce sont des instruments indispensables à la réflexion et à l'action. Pour une meilleure lecture, ils doivent être inscrits dans un champ comparatif mondial et leur structure algébrique doit être accompagnée d'une appréciation humaniste.



LOINTIER, Pascal, ROSE, Philippe. *Le web de crise : de la désinformation à la contre-attaque*. Paris : Ed. Demos, 2004. 234 p.

Cote : [658.472 LOI](#)

La préparation d'un web de crise consiste à identifier les sources d'information, et protéger les informations qui sortent de l'entreprise, sécuriser les sites web, surveiller l'espace informationnel et gérer les noms de domaines. En cas de crise, l'activation du web va permettre à l'entreprise d'intensifier sa présence sur Internet, d'optimiser sa stratégie de contre-information.



Politique et société



GATTOLIN, André. Prélude à une théorie du hoax et de son usage subversif. *Multitudes* [en ligne]. 2006, n° 25, p. 149-157.

www.cairn.info/revue-multitudes-2006-2-page-149.htm (consulté le 17.02.2011)



Le « hoax » traîne une assez mauvaise réputation. Au mieux, il est confondu avec l'« imposture » et la « parodie », et le plus souvent il est associé à un genre mineur de la culture populaire, largement exploité par les médias audiovisuels. Pourtant, depuis une dizaine d'années, certaines formes d'activisme politique y recourent de plus en plus fréquemment à des fins de dénonciation du système médiatique et de l'idéologie ultra-libérale.



GOUREVITCH, Jean-Paul (Dir.). *La désinformation : tous coupables ?* Condé-sur-Noireau : Corlet, 2002. 190 p.

Cote : [327.14 DES](#)



Ce numéro montre que les médias s'évertuent souvent à tromper les lecteurs-auditeurs-spectateurs en leur présentant une vision biaisée de la réalité sociale et politique. Sont passés en revue des exemples flagrants et des occurrences plus discutables. Qui niera que la presse écrite et audiovisuelle soit fortement monolithique et qu'on y traque les malpensants ?

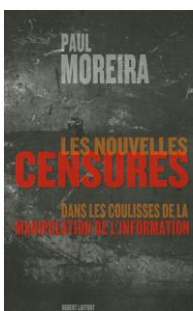


HERTOGHE, Alain. *La guerre à outrances : comment la presse nous a désinformés sur l'Irak*. Paris : Calmann-Lévy, 2003. 186 p.

Cote : [327.14 HER](#)



Au printemps 2003, les États-Unis et la Grande-Bretagne envahissaient l'Irak pour chasser Saddam Hussein du pouvoir. Nos quotidiens prédisaient une résistance farouche des « Gardes républicains », un désastre humanitaire sans précédent. Alain Hertzoghe a décrypté la façon dont cinq quotidiens français ont couvert cette guerre.



MOREIRA, Paul. *Les nouvelles censures : dans les coulisses de la manipulation de l'information*. Paris : R. Laffont, 2007. 285 p.

Cote : [327.14 MOR](#)



De toute éternité, les hommes de pouvoir ont contrôlé l'information. Longtemps, ils ont censuré les vérités qui mettaient en péril leur domination. Dans un univers médiatique à prolifération incontrôlée, la censure brutale attire l'attention et multiplie l'impact de l'information qu'on veut cacher. Des professionnels aguerris ont pour mission de faire en sorte que le citoyen n'entende pas ce qu'il est en train d'écouter. On ne censure plus, on « gère la perception » du public.

Internet



BENGHOZI, Pierre-Jean, BERGADAA, Michelle, BURKHART, Erwan. *Web : enjeux de confiance*. Bruxelles : De Boeck, 2011. 180 p. (Le point sur..., E-business & e-communication)
Cote : [303.483 3 BENa](#)



Le Web n'a jamais offert tant de possibilités d'autonomie à l'individu, alors même que l'environnement semble complexe et risqué. Pourtant, les dispositifs de validation et de légitimation des contenus sur Internet en sont encore à leurs balbutiements.



HOAXKILLER. Qu'est-ce qu'un hoax ?. In : *Hoaxkiller.fr* [en ligne]. 2011. <http://www.hoaxkiller.fr/questce/index.htm> (consulté le 17.02.2011)



Perte de temps et de productivité, perte de messages utiles, compromission de la sécurité, ridicule et perte de crédibilité, insensibilisation des internautes, encombrement des réseaux locaux, abandon d'adresse électronique et évocation de données personnelles sont les principaux dangers que représentent les hoaxes.



INSTITUT UNIVERSITAIRE DE FORMATION DES MAÎTRES DE L'ACADÉMIE DE CRÉTEIL. Pourquoi, comment valider des informations sur Internet. In : *Site de l'Université de Créteil* [en ligne]. Avril 2008. <http://www.creteil.iufm.fr/ressources/service-commun-de-documentation/fiches-pratiques-en-ligne/la-validation-des-informations-sur-internet/> (consulté le 17.02.2011)



Plus que la maîtrise des outils, la maîtrise des informations (validité, pertinence) est un atout pour le citoyen d'aujourd'hui. Trouver une réponse à un questionnement par un moteur de recherche est relativement aisé, mais savoir si l'information retenue est vraie, valide et pertinente demande de mettre en œuvre des processus qui demandent à la fois une maîtrise des outils et une culture de l'information.



TRABICHET, Jean-Philippe. *Le jour où le spam est né à la HEG*. Genève : Blind, 2010. 204 p.
Cote : [101.202 TRA](#)



Dans son style toujours aussi éblouissant, Jean-Philippe Trabichet nous raconte comment, ce jour de 1986, le premier spam de l'histoire de l'Internet fut envoyé depuis un ordinateur de la HEG. Depuis, ce fléau a touché tous les ordinateurs de la planète et la petite Julie continue à recevoir des cartes de soutien. Une saga dont on ressort ému et malgré tout septique face au sens critique des internautes.

Images

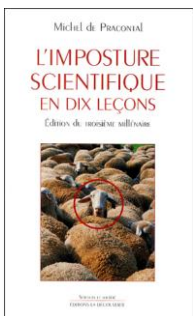


HAUS DER GESCHICHTE DER BUNDESREPUBLIK
DEUTSCHLAND (Hg.). *Bilder die lügen*. 3. Aufl. Bonn : Bouvier
Verlag, 2003. 200 S.
Cote : [707.04 BIL](#)



Bilder, die lügen fragt nach der Objektivität von Bildern und zeigt Grundmuster der Manipulation von und mit Bildern. Die Publikation greift das « Lügen-ABC » der gleichnamigen Ausstellung auf. 26 Buchstaben-Beispiele veranschaulichen von A bis Z die Bandbreite des Themas. Ob durch direkten Eingriff in das Bildmaterial, durch falsche Informationen zum Bild oder durch geschickt zusammengestellte Einzelbilder : diese Muster finden sich immer wieder.

Science



PRACONTAL, Michel de. *L'imposture scientifique en dix leçons*.
Paris : La Découverte, 2001. 331 p. (Sciences et société).
Cote : [327.14 PRA](#)



Plus de 50% des Français croient à la transmission de pensée et à la guérison par magnétiseur, près de la moitié fait confiance à l'astrologie, 35% aux rêves prémonitoires. De l'horoscope sur Internet au phénomène « X-File », de la mémoire de l'eau aux « paramédecines », de la réincarnation aux « expériences NDE », la patrie de Descartes se passionne plus que jamais pour l'irrationnel. Le progrès des sciences et des techniques s'accompagne d'un essor des pseudo-sciences et des fraudes scientifiques. Des savants renommés accréditent la téléportation et le voyage dans le temps. Des autodidactes inventifs proposent des théories « alternatives » à celles de Darwin et d'Einstein.

Sondages et statistiques



JALLOT, Nicolas. *Manipulation de l'opinion : ce sont les sondages qui le disent*. Paris : Stock, 2007. 151 p.
Cote : [327.14 JAL](#)



La France est championne du monde des sondages et nos dirigeants dépensent chaque jour des sommes colossales pour connaître notre « opinion ». L'Elysée, Matignon, la place Beauvau, les candidats des grands partis... tous ont leur Monsieur Sondages. Mais à quoi servent toutes ces enquêtes et comment sont-elles utilisées ? Quelles relations entretiennent sondeurs, médias et politiques ? Que se passe-t-il dans les « cuisines » des instituts ? Riche en révélations, cet ouvrage fait la lumière sur les affaires-sondages de la Ve République.

Infothèque

Haute école de gestion de Genève

Campus de Battelle – Bât. F

7, route de Drize

CH – 1227 Carouge

Tél. : +41 22 388 18 25

Fax : +41 22 388 17 60

<http://www.hesge.ch/heg/infotheque/>

Horaires :

Lundi – mercredi 9h – 18h

Jeudi 9h – 20h

Vendredi 9h – 17h

