

Oui à la sécurité aérienne : des bias d'ancrage et de la supériorité à gagner sur les réseaux sociaux

Autor(en): **Monney, François**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Revue Militaire Suisse**

Band (Jahr): - **(2020)**

Heft [2]: **Numéro Thématique 2**

PDF erstellt am: **13.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-913966>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.



Un *Rafale* français en essai à Payerne, dans le cadre du programme d'évaluation AIR2030.

Aviation

OUI à la sécurité aérienne : Des biais d'ancrage existants et de la supériorité à gagner sur les réseaux sociaux

Col EMG François Monney

Vice-président de l'AVIA romande, Société des officiers des Forces aériennes

On aime voir dans le résultat d'une votation une sagesse populaire comprise comme l'expression d'un certain « bon sens » ou d'une capacité à faire des choix apparemment justes. Insinuerai-je ainsi que ladite « sagesse » se révélerait n'être qu'un miroir aux alouettes ? Oser le prétendre au pays champion du monde de la démocratie directe ? Voilà qui pourrait me valoir la mise au pilori en place Fédérale. Au moins. Toutefois, à un moment de notre histoire où chacun est en butte à la désinformation dans l'infodémie, où beaucoup se bornent à survoler et à relayer en masse des explications simplistes sur les médias dits sociaux pour en faire des vérités plutôt que prendre le temps de déchiffrer des informations complexes, force est d'admettre que ce sont des biais cognitifs et l'émotionnel plutôt que le calme, la réflexion et la modération qui risquent de prédominer au moment d'apposer un « oui » ou un « non » sur le bulletin de vote.

Les opposants à tout achat d'avions autres que des avions inaptes à l'exercice de notre souveraineté sur notre espace aérien l'ont bien compris : ils se bornent à agiter les esprits avec des sentences populistes comme « gaspillage d'argent de la population », « luxe », « absence flagrante de sens des priorités », « chèque en blanc » ou « antidémocratique », et créer ainsi des biais d'ancrage.

Prise de conscience de l'existence de biais d'ancrage

La technique est bien connue dans la vente et la manipulation des foules. Elle désigne la difficulté que l'on rencontre à se départir de sa première impression. En se focalisant sur une première information – « La population a déjà dit non aux 3,126 milliards pour des *Gripen* en 2014 ! » – ou une première valeur – « 18, même 24 milliards pour des avions de combat inutiles ! », l'esprit n'arrive plus à apprécier et prendre en considération les nouvelles informations, les nouvelles valeurs ou à envisager d'autres choix. Par exemple, l'étiquette de

« joujoux hyper technologiques pour aller faire les fous dans le ciel » est très difficile à retirer.¹

Important avec les nombres,² le biais d'ancrage correspond aussi au fait que les personnes raisonnent en se polarisant sur des éléments-clés fondés sur des événements passés – « La population a déjà dit non aux 3,126 milliards pour des *Gripen* en 2014 ! » –, souvent non pertinents, utilisés comme repères lorsqu'elles sont dans l'incertitude. Cela leur permet de prendre des décisions ou de formuler un avis rapidement, sans toutefois prendre suffisamment en compte les informations nouvelles – « Cette fois, la question est de savoir si la Suisse veut une force aérienne à l'avenir ou si elle n'en veut plus ».³

Avec l'engagement financier extraordinaire de la Confédération pour tenter de limiter tant que faire se peut l'effroyable casse socio-économique provoquée par la crise sans précédent du coronavirus-SARS-CoV-2 (COVID-19) et la mise en doute continuelle des déclarations de scientifiques dans les médias électroniques, par autant d'éminents épidémiologistes que nous connaissons d'experts autoproclamés *es guerre aérienne* ou *es avions*

¹ On pourrait même dire qu'elle est impossible à retirer. Datant déjà des deux ou trois années qui ont précédé la débâcle du *Gripen* en 2014, une journaliste de la RTS l'a encore servie crânement le 7 mars 2019 au cdt C Philippe Rebord, alors chef de l'Armée, lors de « La Matinale » de RTS La 1^{ère}. (<https://www.rts.ch/play/tv/la-matinale/video/linvite-de-la-matinale-video-philippe-rebord-chef-de-larmee-suisse?id=10270796>, à partir de 07:35)

² On veut pour preuve de cette importance la campagne médiatique orchestrée sur les milliards inhérents à l'exploitation et l'entretien d'une flotte de 30 ou 40 avions de combat, en ce début juin 2020, en pleine ouverture d'une session parlementaire d'été placée sous le signe des milliards engagés par la Confédération pour tenter de juguler les conséquences économiques et sociales de la crise sanitaire sans précédent du coronavirus-SARS-CoV-2 [COVID-19].

³ Chantal Galladé, ancienne conseillère nationale PS ZH et membre de la Commission de la politique de sécurité du Conseil national (CPS-N), lors de « Colonne matinale » du 29 mai 2020 sur Radio 1 (<https://www.radio1.ch/de/podcasts/morgenkolumnen>)



Eurofighter *Typhoon* allemand à Mollis.

de combat, les sentences et autres aphorismes des opposants parlent actuellement à l'émotionnel encore beaucoup mieux qu'avant le semi-confinement de la COVID-19 et la crise socio-économique majeure dans laquelle nous nous enfonçons à grands pas. Cela bétonne surtout l'ancrage des biais préexistants.

Nous n'avons pour l'instant pas encore lu ou entendu beaucoup de déclarations relever que les milliards « économisés » par le « non au *Gripen* » n'ont pas permis entre-temps d'éviter les suicides de nos agriculteurs pris à la gorge, d'augmenter les rentes AVS, de financer le congé paternité, d'éradiquer la pauvreté en Suisse ou de sauver le climat. Tout comme nous n'avons pas encore suffisamment lu ou entendu qu'en cas de « non » le 27 septembre prochain, ces milliards prétendument claqués dans avions dits « de luxe » ne pourront, constituer un ballon d'oxygène pour soulager les plus précaires d'entre nous en ces temps d'incertitudes financière et économique, ou pour sauver le climat face à l'urgence climatique qui nous donne toutes et tous pour morts en 2050.⁴ À moins de vouloir utiliser purement et simplement le budget de l'Armée suisse pour financer les dégâts sociaux et économiques engendrés par la COVID-19, sauver notre agriculture, nos retraites, le

⁴ Autre biais d'ancrage qui touche les jeunes ici : comment peuvent-ils se départir de l'impression qu'il est inutile d'acquérir des avions de combat censés nous protéger ces quarante prochaines années, dès lors que les décrets à tout va d'urgence climatique matraquent leurs esprits que nous serons tous morts en 2050 si ne changeons pas radicalement nos priorités ?

climat, etc., donc de supprimer l'armée pour y parvenir. Si 0,8% du PIB pouvait permettre de réaliser ce vaste programme, ça se saurait.

En butte à des biais d'ancrage soigneusement créés et entretenus depuis des années par les opposants à une armée apte à défendre, protéger et aider la population, nos concitoyennes et concitoyens sont-ils à même d'entendre aujourd'hui que leur armée comprise comme un ensemble complet et cohérent de capacités militaires constitue une assurance-vie? Contre une éventuelle surprise stratégique autre que sanitaire ou cybernétique, dans dix, vingt ou trente ans? Sont-ils à même de comprendre que la souveraineté sur notre espace aérien représente la clause « tous risques » de ce contrat d'assurance? Celle qui, comme la disponibilité de stocks de masques de protection et de solution hydroalcoolique ou de respirateurs et de stations de soins intensifs coûte toujours trop cher ou est superflue sur le moment, jusqu'au jour où on en a cruellement besoin? La population en général, aura-t-elle la capacité de s'abstraire de « l'effet tunnel » et de la « logique de l'utilité immédiate » générés par la grave crise économique et la casse sociale que notre pays et ses habitants s'apprentent à traverser pour comprendre que le vote sur les avions de combat le 27 septembre prochain représente une croisée des chemins pour la politique de sécurité de notre pays? Que dans un monde jamais aussi dangereux qu'aujourd'hui, ce serait une grave erreur que de vouloir réduire le financement de notre outil de défense? Qu'une Suisse neutre qui sait se défendre est une Suisse souveraine, respectée à tous les égards, et qui peut ainsi mener une diplomatie active dans le domaine des bons offices? Un facteur de stabilité et de paix sur le continent européen et dans le monde en général?

Ne pas avoir suffisamment conscience de l'existence de ces biais au sein de la population en général ainsi que des conditions-cadres qui peuvent actuellement brouiller sa perception de l'enjeu du vote sur les avions de combat est, à mon avis, pas aidant pour la campagne « OUI à la sécurité aérienne ».

Si nous n'affrontons pas la réalité chaque jour et ne faisons pas ce qui doit être fait pour affaiblir l'ancrage de ces biais cognitifs, nous serons morts demain – du moins dans les urnes le 27 septembre. Nous devons donc apprendre, nous devons être cohérents, même si cela nous demande de nous faire violence pour nous exposer. Les opposants à une armée apte à défendre, protéger et aider n'ont, eux, rien à perdre et tout à gagner de nous voir perdre à nouveau!

Acquérir la supériorité dans la diffusion du message sur les médias numériques

L'action du comité de campagne « OUI à la sécurité aérienne le 27 septembre! » bat son plein dans les médias numériques, depuis un moment déjà. Les responsables du comité national « OUI à la sécurité aérienne » ont pris la mesure des implications pour la campagne des règles émises par l'Office fédéral de la santé publique



Un F-35 en configuration lisse.

(OFSP) et le Conseil fédéral – notamment l’interdiction de rassemblements dans l’espace public – pour déployer une campagne en ligne. Et ils le font bien ! Ce qui laisse songeur par contre, c’est notre manque de capacité à relayer les contenus publiés les plateformes sociales – au moins en l’état. *Liker* c’est bien, mais relayer pour diffuser le message au plus grand nombre c’est mieux. Quand une publication du comité de campagne « OUI à la sécurité aérienne » recueille quelque 100 *likes* et 50 partages ou *retweets* en deux ou trois jours – en Suisse romande à tout le moins – nos opposants font trois fois mieux en quelques heures seulement, avec des aphorismes aussi populistes que démagogiques. Pour l’anecdote, venir *liker* en nombre un contenu publié par la RMS+ sur sa page Facebook c’est bien, mais le repartager sans veiller à cocher l’option qui permet d’embarquer le commentaire toujours concis et pertinent que le rédacteur en chef a pris le soin de ciseler, c’est dommage. Car souvent, c’est le commentaire qui donne son sens à l’article de presse générale ou spécialisée relayé.

On ne gagne pas forcément une campagne sur les réseaux sociaux, mais on peut la perdre si nous n’y sommes pas présents et efficaces. Nous devons donc apprendre dans le domaine et être cohérents : si nous voulons gagner le 27 septembre, si nous voulons expliquer pour permettre à la population en général et aux jeunes en particulier de s’abstraire des biais d’ancrage évoqués précédemment, nous devons considérer qu’il n’y a pas de compartiment de combat annexe, qu’on peut se payer le luxe de négliger. Nous devons faire passer en masse les messages et visuels de campagne dans les médias numériques. Et nous devons le faire aussi au moyen de nos messageries privées.

Que l’on soit militaire de milice ou de carrière, il n’y a pas de risque à à *liker* sur les réseaux sociaux ou à diffuser

une déclaration de Madame la conseillère fédérale Viola Amherd ou une information crédible mise en forme par le comité de campagne « OUI à la sécurité aérienne ». S’il y a un risque, c’est – pour paraphraser Michel Audiard – de perdre son temps à débattre avec les cons qui viennent *troller* votre publication, car ça les instruit pour mieux sévir ailleurs.

En d’autres termes, acquérir la supériorité sur les médias numériques, consiste à faire du « bruit » ; plus de « bruit » que nos opposants qui partagent des contenus populistes et démagogiques. Partager, relayer ou diffuser en masse, c’est « faire du bruit ». Les algorithmes qui sous-tendent le fonctionnement des réseaux sociaux ou le référencement dans les moteurs de recherche, si sophistiqués soient-ils, adorent le « bruit ».

Grâce à ce simple geste, partager souvent et en masse de l’information crédible, nous pouvons acquérir la supériorité sur les médias numériques, lutter contre les biais d’ancrage existants au sein de la population en général et créer les conditions favorables à la campagne dans le terrain qui s’annonce, tout comme en 2014, courte et intense. Cette fois-ci en raison, d’une part de la crise sanitaire sans précédent dont nous sortons doucement et d’autre part du nombre d’objets sur lequel la population sera appelée à se prononcer le 27 septembre prochain, en plus d’être apte à dire « OUI à la sécurité aérienne » en connaissance de cause.

F. M.