

#8 Propaganda

Ou comment manipuler l'opinion en démocratie

Cela ne vous choquera pas si l'on vous dit que la propagande existe très certainement depuis la nuit des temps.

La pierre de Rosette en est, d'ailleurs, un très bon exemple historique. Cette stèle, gravée en grec ancien, démotique et en hiéroglyphe, en l'honneur de Ptolémée V est surtout connue pour avoir permis à Champollion de déchiffrer les hiéroglyphes, mais très peu de gens savent ce qu'il y est inscrit. Plusieurs exemplaires de cette stèle furent répartis dans l'Égypte antique afin de propager l'extraordinaire bonté du nouveau roi, en y évoquant, entre autres, l'annulation d'une partie de la dette publique, la réduction d'impôts des nobles et des grands-prêtres ou encore la libération d'esclaves. La pierre de Rosette n'était finalement qu'un tract de propagande en granite noir dont le but était de calmer un peuple qui commençait un peu trop à s'agiter.

C'est au début du XX^e siècle que la propagande prit un tournant majeur grâce à **Edward Bernays**. Admirateur inconditionnel de son oncle **Sigmund Freud** ainsi que des travaux de **Gustave Le Bon** sur la psychologie des foules, il synthétisera le tout pour la moderniser, l'institutionnaliser, et même la rebaptiser en « Relations publiques », afin de briser son image péjorative.

- Dans les années 20, la Beech-Nut Packing Company cherche à augmenter ses ventes de viande porcine dans un marché déjà saturé et demande à Bernays de trouver une solution. Il commande alors une étude auprès de plusieurs dizaines de médecins sur les bienfaits potentiels d'un petit-déjeuner copieux (à savoir qu'à cette époque le petit-déjeuner américain typique était composé essentiellement de céréales) et il en ressort qu'en effet, un petit-déjeuner bien garni promettait une journée pleine d'énergie. Il n'en fallait pas plus pour Bernays pour inonder la presse d'image de petits-déjeuners illustrés de belles tranches de bacon, associé aux résultats de l'étude pour gonfler les ventes de façon durable. Aujourd'hui, 70 % du bacon produit est consommé au petit-déjeuner.

- Environ 10 ans plus tard (en pleine révolution féministe), Lucky Strike cherche à conquérir le marché féminin et demande à Bernays de s'en charger. Il trouve comme idée formidable de transformer l'objet de la cigarette en symbole d'émancipation féministe « the torches of freedom ». Il organise un défilé dans la 5^e avenue où des femmes (recrutées pour l'occasion) fument de manière ostentatoire en brandissant des pancartes contenant des slogans féministes. La couverture de la presse nationale (invitée, elle aussi, par Bernays) permis d'influencer une grande partie des américaines et les ventes de Lucky grimperent en flèche. C'est un nouveau succès pour Bernays.

- L'United Fruit Company, leader mondial de l'exploitation de bananes, tient d'une main de fer, avec l'aide du gouvernement des États-Unis, toute l'Amérique du Sud (c'est d'ailleurs de là que vient l'expression « République bananière »). En 1951, le Guatemala élit **Jacobo Árbenz Guzmán** qui décide de s'affranchir de la domination étasunienne afin de redistribuer le fruit de leur labeur aux guatémaltèques. Mais, en 1954, la CIA lance l'opération « PBSUCCESS ». Bernays, à la demande du gouvernement, mettra en place une campagne de fabrication de l'ennemi, avec des mises en scène de manifestation guatémaltèques anti-étasunienne où même les plus burlesques passeront sans même un sourcillement. Le peuple étasunien soutiendra cette opération, au nom de la lutte contre l'ennemie communiste et légitimera ainsi le coup d'état.

Bernays, par cette vision décomplexée de la propagande, prend à contre-pied tous les complotistes qui fantasment sur un grand plan secret d'un nouvel ordre mondial encore plus secret. En effet, dans son livre « Propaganda », il y dévoile dans les moindres détails tous les outils qu'il utilisait et qu'il avait mis au point afin de manipuler l'opinion pour le compte des politiciens et des industriels.

On pourrait facilement faire le parallèle avec **Machiavel** et ses conseils au Prince sauf que contrairement à lui, Bernays ne se cachait pas, bien au contraire, il voulait que le monde sache et ainsi revendiquer le titre de roi de la propagande.

Pour Bernays, une démocratie se gouverne, contrairement à une dictature, non pas en imposant, mais en influençant. Lorsque l'on contraint le peuple, il se soulèvera instinctivement grâce à une identification précise de l'ennemi alors qu'en l'influençant, le peuple aura l'impression de garder la main sur ses opinions et de rester maître de sa liberté.

Bernays nous explique en détail comment garder le peuple dans son état de dominé sans qu'il n'ait conscience d'être manipulé et, à l'évidence, cette manipulation servira toujours les intérêts du manipulateur et jamais ceux du manipulé.

La manipulation, c'est rendre les individus complices et acteurs de leur domination, c'est le pouvoir sans la coercition, c'est agir avec la conviction d'être libre.

Avec ce changement de paradigme, nos sociétés sont passées d'un système religieux coercitif à un système capitaliste permissif. Jouant sur notre désir purement matérialiste afin de nous faire consommer de façon démesurée. Le pouvoir économique n'a absolument aucun intérêt à nous contraindre, bien au contraire, car c'est par la pulsion que nous achetons. Et, rien n'est plus facile que de jouer avec nos pulsions quand on maîtrise la psychologie des foules et les biais cognitifs.



Edward Louis Bernays
(1891 – 1995)

Est un publicitaire austro-américain. Il est considéré comme le père de la propagande politique et d'entreprise, ainsi que de l'industrie des relations publiques, qui ont fortement contribué à développer le consumérisme américain.

Edward Bernays naît à Vienne en 1891. Ses parents émigrent aux États-Unis l'année suivante.

Il est à deux titres le neveu du psychanalyste Sigmund Freud, neveu germain et neveu par alliance :

- son père, Ely Bernays (1860-1923), est le frère de Martha Bernays, l'épouse de Sigmund Freud.

- sa mère, Anna Freud (1858-1955) est l'une des sœurs de Sigmund Freud.

Lectures utiles :

Edward Bernays :

- Propaganda

Pierre Conesa :

- La fabrication de l'ennemi

Noam Chomsky & Edward Herman :

- La Fabrication du consentement