

Propaganda

(film documentaire)

0 → 7 min 40 sec. La conversion à la guerre

1. Quel est le principe sur lequel repose la démocratie, rappelé par Bernays ?

Le principe d'une démocratie est que le pouvoir appartient au peuple, et plus encore à la majorité ; celui qui contrôle la majorité contrôle donc – le pouvoir.

2. Quel est le but des « relations publiques » ?

Le but des « relations publiques » est de façonner l'opinion publique, de manière à lui faire adopter les idées, les valeurs et les comportements choisis par le « communicant ».

3. Quel problème se pose à Wilson entre 1916 et 1917 ?

Son problème est qu'il a été élu sur un programme pacifiste : il a promis d'éviter l'entrée en guerre des Etats-Unis... mais il a désormais changé d'avis.

4. A quelles fins sont alors utilisés les moyens publicitaires, dont le cinéma ?

Les moyens publicitaires vont être utilisés pour faire passer des messages politiques : il s'agit bien de propagande politique.

5. A qui le gouvernement fait-il appel pour persuader l'opinion publique ?

Il fait appel à des « leaders d'opinion » : des personnages charismatiques qui sont écoutés et imités par la majorité : ce sont eux qui transmettront le message du gouvernement.

6. D'après Gustave Le Bon sur quoi faut-il agir pour influencer les foules ?

Une foule n'obéit pas à la raison, mais à ses passions : c'est donc aux passions de la foule qu'il faut s'adresser pour la contrôler

7. D'après Noam Chomsky, quel a été l'effet, sur le public américain, de la campagne lancée par la commission Creel ?

Elle a transformé une masse très majoritairement hostile à l'entrée en guerre, en une masse favorable à la guerre : une masse pacifiste est devenue belliciste.

7'40 → 13'13 : la conversion au capitalisme

1. Pourquoi les procédés de la commission Creel intéressent-ils les grands industriels américains ?

Les grands industriels américains font face à une montée de la contestation

sociale, liée à un rejet du capitalisme ; le succès de la commission Creel laisse supposer que l'on pourrait « convertir » les masses au capitalisme, les détourner du socialisme.

2. A quel terme Edward Bernays substitue-t-il l'expression « Relations publiques » ?

Il le substitue au terme de « propagande », qui devient connoté négativement au cours du XX^e siècle.

3. Quel est le sens de la formule « fabrique du consentement » de Walter Lippman ?

Cette formule signifie que l'opinion publique des masses doit être façonnée par l'élite : les masses peuvent être manipulées, en étant amenées à adopter des idées et des pratiques qui sont en fait contraires à leurs intérêts.

13'13 → 24'13 la conversion à la consommation

1. A quels « leaders d'opinion » fait appel Edward Bernays pour persuader les Américains de manger du bacon au petit déjeuner ?

Il privilégie l'appel aux médecins, qui ont l'oreille de tous ceux qui veulent savoir « comment ils doivent vivre » pour vivre en bonne santé.

2. Pour quel produit servent-ils également de caution ?

Les médecins seront également utilisés pour promouvoir la consommation de tabac.

3. Quel domaine de la psychologie est mobilisé par Bernays ? De qui est-il le double neveu ?

Bernays mobilise les acquis de la psychanalyse ; il est le double neveu de Sigmund Freud.

4. Quel principe fondamental de la psychanalyse Bernays mobilise-t-il ?

*Le principe fondamental de la psychanalyse, mobilisé par Bernays, est que les idées et les comportements des individus sont avant tout déterminés par des mécanismes et des processus **inconscients** : les individus ne savent généralement pas pourquoi ils pensent ceci, ou font cela : les motifs de leurs jugements et de leurs actions sont souvent inconscients.*

5. De quoi les cigarettes deviennent-elles le symbole du fait de la campagne lancée par Bernays ?

Elles deviennent le symbole du « pénis », c'est-à-dire (dans le champ psychanalytique) de ce que les hommes possèdent et dont les femmes sont privées : fumer devient ainsi un acte symbolique d'appropriation de la puissance masculine, un geste d'émancipation féminine, une transgression d'un tabou contraire à

l'égalité homme / femme, etc.

24'13 → 38'50 : Propagande et politique

1. Quel haut responsable nazi s'intéresse aux doctrines exposées par Bernays dans son livre « Propaganda » ?

Joseph Goebbels, qui sera le grand responsable de la propagande nazie, était un lecteur attentif des ouvrages de Bernays.

2. En quoi l'utilisation des grands médias par Roosevelt est-elle originale ?

Roosevelt a utilisé les grands médias pour communiquer avec le peuple et lui donner une image positive et familière de lui-même ; mais il les a également mobilisés comme supports « pédagogiques » (et non « démagogiques »), pour expliquer, rendre raison de ses décisions politiques.

3. Pourquoi la propagande tend-elle à garantir le triomphe des plus riches au jeu de la concurrence ?

Comme le souligne Bernays, le façonnement de l'opinion publique par des dispositifs médiatiques coûte extrêmement cher ; il faut être riche pour s'approprier les moyens de communication, et mettre en œuvre des campagnes de communication (une campagne efficace peut, selon Bernays, durer plusieurs années). Seuls l'élite économique peut donc « fabriquer l'opinion publique », et la faire adhérer à ses propres idéaux et intérêts.

4. Quel procédé utilise Bernays pour persuader l'opinion américaine (et étrangère) du danger que représente l'élection d'Arbenz à la présidence du Guatemala ?

Il mobilise le procédé du « media blitz », qui consiste à devenir le principal interlocuteur de tous ceux qui cherchent à s'informer sur une question. Bernays va donc créer une agence d'information spécialisée dans la question du Guatemala : cette agence va devenir la source presque exclusive des grands médias d'information, et donc de toute l'opinion publique. Bien sûr, les informations fournies par l'agence de Bernays étaient exclusivement dictées par le souci de servir l'intérêt de son client, la United Fruit Company, hostile au nouveau Président démocratiquement élu. Bernays a donc réussi à faire passer Arbenz pour le cheval de Troie du communisme stalinien sur le continent américain.

5. En quoi les relations publiques constituent-elles une menace pour la démocratie ?

Le principe de la démocratie est que le pouvoir appartient au peuple, puisque les lois sont votées par la majorité ; mais si ce que pense et croit la majorité est en réalité contrôlé et façonné par une élite minoritaire, alors il est clair que c'est cette minorité qui détient, en fait, le pouvoir. Car les décisions prises par la majorité seront en fait que la minorité lui aura inculquée par ses campagnes de communication.

Propagande et démocratie

Extraits de texte

1. D'après le texte 1, qu'est-ce qui rend le « gouvernement invisible » nécessaire dans une démocratie ?

Dans une démocratie, les décisions prises dépendent du vote des citoyens ; mais, pour Bernays, les citoyens des démocraties n'ont ni le temps, ni les ressources nécessaires pour produire leur propre jugement sur la totalité des questions qui leur sont posées. Il est donc nécessaire que la masse des citoyens s'en remette à des institutions qui ont en charge de dire « ce qu'elle doit penser » : c'est le rôle des organisations de relations publiques, qui est au service d'une minorité dirigeante. C'est cette minorité dirigeante qui constitue donc le « gouvernement invisible », qui se cache derrière la souveraineté (très illusoire) du peuple.

2. D'après le texte 2 : comment les relations publiques permettent-elles à la minorité de maintenir sa domination dans un cadre démocratique ?

Dans la mesure où l'élite minoritaire détient les moyens (notamment financiers) de contrôler les grands médias, elle possède le moyen de « façonner le consentement » de la masse des électeurs. Elle peut donc conduire la majorité des citoyens à voter des lois qui ne sont pas dans l'intérêt du plus grand nombre, mais bien dans celui de l'élite minoritaire.

3. D'après le texte 3, pourquoi les relations publiques sont-elles nécessairement au service de l'élite économique ?

Le façonnement de l'opinion publique exige la prise de contrôle des grands supports médiatiques que mobiliser les citoyens pour former leur jugement. Or ce contrôle est extrêmement onéreux, comme sont onéreuses les campagnes lancées à travers ces médias. Il est donc logique que se produise un phénomène de « concentration » des médias aux mains de quelques représentants particulièrement riches et puissants de l'élite sociale, qui peut ainsi instaurer une domination à la fois économique, politique et idéologique.

4. Quels sont les principes que les relations publiques empruntent à la sociologie et à la psychologie ?

L'un des principes de la sociologie mobilisé par Bernays est que les groupes sociaux ne doivent pas être considérés comme des regroupements d'individus. Ce ne sont pas les individus qui déterminent ce que pense ou fait une foule : c'est au contraire la foule qui dicte ses croyances et ses comportements aux individus qui s'y fondent. Une foule n'est pas un sujet rationnel, c'est un sujet régi par des émotions. Pour contrôler une masse, une foule, il faut agir sur les mécanismes passionnels, pulsionnels qui la régissent, dont la plupart sont inconscients.