

## Propagande et démocratie : *Propaganda*, d'Edward BERNAYS

### Texte 1. La nécessité de la propagande en démocratie (Bernays)

La manipulation consciente, intelligente, des opinions et des habitudes organisées des masses joue un rôle important dans une société démocratique. Ceux qui manipulent ce mécanisme social imperceptible forment un gouvernement invisible qui dirige véritablement le pays. [...]

Théoriquement, chacun se fait son opinion sur les questions publiques et celles qui concernent la vie privée. Dans la pratique, si tous les citoyens devaient étudier par eux-mêmes l'ensemble des informations abstraites d'ordre économique, politique et moral en jeu dans le moindre sujet, ils se rendraient vite compte qu'il leur est impossible d'arriver à quelque conclusion que ce soit. Nous avons donc volontairement accepté de laisser à un gouvernement invisible le soin de passer les informations au crible pour mettre en lumière le problème principal, afin de ramener le choix à des proportions réalistes. Nous acceptons que nos dirigeants et les organes de presse dont ils se servent pour toucher le grand public nous désignent les questions dites d'intérêt général ; nous acceptons qu'un guide moral, un pasteur, par exemple, ou un essayiste ou simplement une opinion répandue nous prescrivent un code de conduite social standardisé auquel, la plupart du temps, nous nous conformons. [...] Pour éviter que la confusion ne s'installe, la société consent à ce que son choix se réduise aux idées et aux objets portés à son attention par la propagande de toute sorte. Un effort immense s'exerce donc en permanence pour capter les esprits en faveur d'une politique, d'un produit ou d'une idée. (p. 32)

### Texte 2. La propagande et le contrôle des masses en démocratie (Bernays)

La puissance économique entraîne souvent dans son sillage l'autorité politique, et l'histoire de la révolution industrielle montre comment la première est passée du trône et de l'aristocratie à la bourgeoisie. Le suffrage universel et la généralisation de l'instruction sont ensuite venus renforcer ce mouvement, au point qu'à son tour la bourgeoisie se mit à craindre le petit peuple, les masses qui, de fait, se promettaient de régner.

Aujourd'hui, pourtant, une réaction s'est amorcée. La minorité a découvert qu'elle pouvait influencer la majorité dans le sens de ses intérêts. Il est désormais possible de modeler l'opinion des masses pour les convaincre d'engager leur force nouvellement acquise dans la direction voulue. Etant donné la structure actuelle de la société, cette pratique est inévitable. De nos jours la propagande intervient nécessairement dans tout ce qui a un peu d'importance sur le plan social, que ce soit dans le domaine de la politique ou de la finance, de l'industrie, de l'agriculture, de la charité ou de l'enseignement. La propagande est l'organe exécutif du gouvernement invisible. (p. 39)

### Texte 3. Propagande, élite sociale et spécialistes de la communication

La concentration du gouvernement invisible entre les mains de quelques individus s'explique par le coût des dispositifs sociaux à mettre en œuvre pour contrôler les opinions et les comportements des masses. Cela revient très cher de promouvoir une idée ou un produit auprès de cinquante millions de personnes. Les moyens à engager pour persuader les leaders qui dans chaque domaine, orientent les goûts et les actions du grand public sont également très onéreux. D'où la tendance croissante à centraliser les opérations de propagande en les confiant à des spécialistes. (...) Le propagandiste spécialisé qui se fait l'interprète de ces projets et de ces idées, est ce qu'il est désormais convenu d'appeler un « conseiller en relations publiques ». (53)

### Texte 4. Propagande et sciences humaines : sociologie et psychologie

L'étude systématique de la psychologie des foules a mis au jour le potentiel que représente pour le gouvernement invisible de la société la manipulation des mobiles qui guident l'action humaine dans un groupe. [...] Les recherches sur la mentalité collective ont démontré, d'une part, que le groupe n'avait pas les mêmes caractéristiques psychiques que l'individu, d'autre part qu'il était motivé par des impulsions et des émotions que les connaissances en psychologie individuelle ne permettaient pas d'expliquer. D'où, naturellement, la question suivante : si l'on parvenait à comprendre les mécanismes et les ressorts de la mentalité collective, ne pourrait-on pas contrôler les masses et les mobiliser à volonté sans qu'elles s'en rendent compte ?

La pratique de la propagande a récemment prouvé que c'était possible, du moins jusqu'à un certain point et dans certaines limites. [...]

Les hommes prennent rarement conscience des raisons réelles au fondement de leurs actions. M. Tout le monde croit qu'il a décidé de l'achat de sa voiture en connaissance de cause, après avoir minutieusement comparé les caractéristiques techniques des différents modèles proposés par le marché. On peut sans grand risque d'erreur affirmer qu'il se leurre. En réalité, un de ses amis dont il respecte le sens des affaires a peut-être acheté la même voiture une semaine auparavant ; ou bien M. Tout le monde a voulu prouver à ses voisins qu'il avait les moyens de s'offrir une automobile de cette classe ; ou encore il l'a choisie pour ses couleurs, qui se trouvent être celles de son ancienne université... [...]

Ce grand principe voulant que nos actes soient très largement déterminés par des mobiles que nous nous dissimulons vaut autant pour la psychologie collective que pour la psychologie individuelle. Le propagandiste soucieux de réussir doit donc comprendre ces mobiles cachés, sans se satisfaire des raisons que les individus avancent pour justifier leur comportement. (64)