



Communication & Influence

N°145 - Juin 2023

Quand la réflexion accompagne l'action

De la manipulation des opinions publiques à la négation du réel, la fin de l'ère Bernays : le décryptage de Yann Caspar

Pourquoi Comes ?

En latin, comes signifie compagnon de voyage, associé, pédagogue, personne de l'escorte. Société créée en 1999, installée à Paris, Toronto et São Paulo, Comes publie chaque mois Communication & Influence. Plate-forme de réflexion, ce vecteur électronique s'efforce d'ouvrir des perspectives innovantes, à la confluence des problématiques de communication classique et de la mise en œuvre des stratégies d'influence. Un tel outil s'adresse prioritairement aux managers en charge de la stratégie générale de l'entreprise, ainsi qu'aux communicants soucieux d'ouvrir de nouvelles pistes d'action.

Être crédible exige de dire clairement où l'on va, de le faire savoir et de donner des repères. Les intérêts qui conditionnent les rivalités économiques d'aujourd'hui ne reposent pas seulement sur des paramètres d'ordre commercial ou financier. Ils doivent également intégrer des variables culturelles, sociétales, bref des idées et des représentations du monde. C'est à ce carrefour entre élaboration des stratégies d'influence et prise en compte des enjeux de la compétition économique que se déploie la démarche stratégique proposée par Comes.

En 1928, Edward Bernays – neveu de Sigmund Freud dont il applique dans la sphère communicationnelle les leçons de psychologie – publie Propaganda, qui le consacre grand manipulateur des opinions publiques. Juriste et journaliste franco-hongrois, chercheur au Centre d'Études européennes du Mathias Corvinus Collegium de Budapest, Yann Caspar vient de publier Edward Bernays, l'homme qui murmurait à l'oreille des foules (Editions de la Nouvelle Librairie, 2023). Selon lui, Bernays explique que "toute entreprise humaine, qu'elle soit commerciale, médiatique ou politique, si elle se refuse à employer de la violence physique doit nécessairement manipuler ses cibles pour fonctionner. L'on a inventé ce doux mot de communication pour faire passer cette pilule." Et il ajoute : "La lecture de Bernays permet de comprendre que cette manipulation est en fait le pouvoir moins la contrainte."



Dans l'entretien qu'il a accordé à Bruno Racouchot, directeur de Comes Communication, Yann Caspar estime cependant que ce système de manipulation se clôt. "L'heure n'est plus à la manipulation de la réalité, mais à la négation de cette dernière. Les propagandistes peinent désormais à séduire." Et de conclure : "Quand l'ère Bernays prend fin, celle des soulèvements commence."

Pourquoi Edward Bernays apparaît-il comme une figure à part dans le monde de la communication ? En quoi fut-il un précurseur ?

Edward Bernays est en effet une figure incontournable de ce monde mêlant politique, affaires et médias, autrement dit un monde où l'influence a supplanté le pouvoir, l'horizontal triomphé du vertical. Il est en partie à l'origine du métier de conseiller en relations publiques, ses ouvrages n'étant en réalité que des cartes de visite destinées à vendre l'intérêt de cette nouvelle discipline. Mais Bernays n'est pas le seul à avoir œuvré dans la première

partie du XX^{ème} siècle à occuper ce terrain, d'autres ont joué un rôle au moins aussi important que lui, par exemple Ivy Lee, Albert Lasker et Walter Lippmann.

Si l'on ne retient aujourd'hui que Bernays, c'est parce qu'il a su forger sa légende de son vivant et exagérer son rôle sans que ses concurrents ne puissent lui porter la contradiction, étant donné qu'il est mort centenaire et qu'il les a donc ainsi tous enterrés. Bernays s'est par ailleurs parfaitement servi de sa filiation freudienne — il est le double-neveu de Sigmund Freud — pour se vendre comme le plus compétent des experts en relations publiques, comme



quelqu'un connaissant les rouages psychologiques des masses. Par ailleurs, ses ouvrages ne sont pas tant des écrits théoriques qu'un moyen destiné à vendre des réussites commerciales et le métier de conseiller en relations publiques. Bernays avait parfaitement compris que l'histoire n'a tendance à retenir qu'un seul nom, et qu'il s'en faut souvent de pas grand-chose. Il a pleinement réussi son coup, sa plus belle manipulation étant celle qui lui a permis de s'imposer comme le père de la propagande moderne et de la manipulation de l'opinion. Et cette légende est on

Le plus beau "coup" de Bernays est celui qui lui a permis de s'imposer comme le père de la propagande moderne et de la manipulation de l'opinion.

peut plus conforté par le fait que son petit-neveu Marc Randolph n'est autre que le co-fondateur et le premier PDG de Netflix, ce bijou bernaysien de propagande massive et permanente. Il faut néanmoins rendre à Bernays ce qui appartient à Bernays. Il était certes un mystificateur ayant largement embelli sa carrière, mais il n'en reste pas moins un des pionniers de cette propagande horizontale qui caractérise le XX^{ème} siècle anglo-saxon. Son *Propaganda* de 1928 est absolument central pour comprendre la nature des systèmes politiques démocratiques d'inspiration américaine, donc finalement le modèle ayant triomphé des deux grands systèmes totalitaires. Le carburant de ce modèle est la prospérité économique, l'abondance propre à une société de consommation. Son huile moteur est la propagande, cette activité consistant à sans arrêt chercher l'adhésion d'une masse critique pour éviter que l'ordre social ne soit troublé par le déferlement d'un troupeau. Bernays veut "organiser le chaos" (titre du premier chapitre de *Propaganda*) grâce à la propagande, influencer les masses pour se prémunir de la révolte.

Il existe désormais des outils assurant un fonctionnement bernaysien des plus parfaits, je pense notamment à la psychométrie et à la psychographie.

physique doit nécessairement manipuler ses cibles pour fonctionner. L'on a inventé ce doux mot de communication pour faire passer cette pilule : non, la propagande n'est pas exclusive aux dictatures totalitaires et verticales du XX^{ème} siècle, elle est une condition essentielle permettant aux démocraties libérales et aux entreprises privées de perdurer. À mon sens, il ne faut pas avoir peur de s'engager sur ce terrain. Bernays est l'antidote à toute naïveté et à toute forme d'idéalisme béat. Pour gagner un contrat, une entreprise doit dérouler une histoire, une narration pour convaincre. Elle doit sans arrêt soigner son image, sa réputation. Au premier plan sont ses intérêts et non la vérité factuelle. Si la distance prise avec cette vérité nuit à ses intérêts, alors elle fait fausse route et doit réadapter sa stratégie de communication. Mais à part cela, l'exactitude factuelle est secondaire. Il en va évidemment de même dans une salle de rédaction ou au cours d'une réunion du bureau exécutif d'un parti politique. Nier cette réalité est de mon point de vue éminemment dangereux. S'en accommoder est sans doute discutable sur un plan moral, mais la lecture de Bernays permet

Qu'est-ce qu'Edward Bernays peut encore nous apprendre aujourd'hui ? Surtout, quels seraient les linéaments d'une pensée qui voudrait s'affranchir des méthodes qu'il a initiées ?

Il permet avant tout de nous faire comprendre que toute entreprise humaine, qu'elle soit commerciale, médiatique ou politique, si elle se refuse à employer de la violence

justement de comprendre que nous avons le choix entre cette manipulation douce et imperceptible et la contrainte physique et violente des grands systèmes totalitaires.

J'en viens ainsi au deuxième point. Peut-on s'affranchir de Bernays et de cette manipulation permanente ? Je dirais que nous nous en sommes déjà en partie affranchis. C'est l'objet du dernier chapitre de l'ouvrage, dans lequel je m'efforce de démontrer que ces dernières années ont fourni leur lot de pratiques anti-bernaysiennes, faites de contraintes assumées, de mesures liberticides et de saccage économique. Revenir à une situation où règne une propagande bernaysienne classique serait déjà un grand bien...

En réalité, cette propagande classique a dégénéré en des pratiques autoritaires qui auraient révolté Bernays. Ces formes dégénérées de propagande ne sont pas viables. D'ailleurs, la plupart des instruments liberticides mis en place à partir de mars 2020 ne sont aujourd'hui plus en vigueur. Mais cette phase de dégénérescence de la propagande, de verticalisation, a laissé des traces, et l'on aura naturellement des phénomènes qui dépasseront un simple retour à la propagande bernaysienne. Prenons l'exemple d'une des techniques les plus utilisées par la propagande bernaysienne : le tiers-parti comme figure d'autorité. Cette technique a été déterminante en mars 2020, elle a permis de soumettre des foules entières, mais elle s'est accompagnée d'un attirail contraignant rendant l'opération visible. Ces fameux tiers-partis ont été totalement décrédibilisés, ils se sont ridiculisés et ont perdu toute leur autorité. La disgrâce est allée tellement loin que ce n'est plus simplement leur qualité de figure d'autorité qui est remise en cause mais la notion même d'autorité d'un tiers-parti.

C'est ainsi que l'on revient en quelque sorte à une époque ante-Bernays, sans figure d'autorité, l'option publique ayant compris que faire appel à un expert, à un spécialiste, etc. était une technique de manipulation des plus ingénieuses ne correspondant en rien à un souci d'objectivité. Il risque donc d'y avoir des phénomènes de négation même de l'autorité des tiers et une demande d'immixtion directe dans les prises de décision. Une configuration qui aurait fait cauchemarder Edward Bernays puisqu'elle correspond en quelque sorte à un retour à une situation vierge des méthodes de propagande moderne.

Sans pour autant développer de pensée allant contre Bernays, de manière mécanique, la période qui vient sera celle d'une plus grande réticence à l'acceptation de la propagande. En effet, depuis mars 2020, tout s'est accéléré, toutes les phases des méthodes de propagande ont été dévoilées, souvent avec une vulgarité évidente. Les propagandistes y sont allés trop fort et trop loin ; ils ont désormais du mal à renouer avec les fondements même de la propagande classique. Il ne s'agirait cependant pas d'être trop optimiste. Ce qui avait lancé la carrière de Bernays, sa participation à la Commission Creel, la propagande de guerre, revient en force depuis février 2022. Et surtout : il existe désormais des outils assurant un fonctionnement bernaysien des plus parfaits. Je pense notamment à la psychométrie et à la psychographie, qui consistent à orienter nos choix de consommation, mais aussi à nous influencer politiquement, dès le premier clic sur internet. Ces outils sont d'une puissance dont Bernays n'aurait pas osé rêver, et il faut bien dire qu'aucune pensée alternative ne permet de les mettre en échec. S'ils le sont un jour, c'est parce qu'ils auront montré de manière trop ouverte leur versant consistant à contraindre et à censurer. Pour l'instant, ils sont d'une efficacité redoutable et peuvent se voir comme étant le plus beau legs d'Edward Bernays. ■

EXTRAITS

Influence, consentement volontaire et satisfaction des désirs

Comment fonctionne la propagande en régime démocratique ? Avec clarté, Yann Caspar décortique la logique communicationnelle d'Edward Bernays, cette Propaganda qui constitue le moteur même de la démocratie nord-américaine. Ci-après, extraits des p.41 à 47 de l'ouvrage (Edward Bernays, op.cit.). Les passages publiés ici en p.3, 4 et 5 le sont avec l'aimable autorisation des éditions de la Nouvelle Librairie.

"L'anecdote veut que Joseph Goebbels se serait inspiré des premiers travaux de Bernays pour mettre en place des campagnes de propagande. Cela n'est qu'un exemple de ce qui dérange encore aujourd'hui au plus haut point : les grands systèmes de propagande coercitive du XX^e siècle se sont largement inspirés d'outils mis au point préalablement aux États-Unis. D'un point de vue bernaysien, l'utilisation de ces outils à des fins de propagande verticale et contraignante est imparfaite et ne peut être vouée qu'à l'échec. La propagande durablement efficace recule nécessairement devant tout ce qui contraint de manière trop insistante, pour ne pas parler de ce qui contraint physiquement. Elle trouve sa pleine expression en "régime démocratique". Bernays touche là au cœur de la machine démocratique américaine. La contrainte y est a priori inexistante, elle n'y est en tout cas pas visible. Ses ressorts sont l'influence, le consentement volontaire et la satisfaction des désirs. Pour tenir la course, elle doit constamment convaincre et emporter l'adhésion d'une masse critique. Contrairement à la légende naïve tentant encore de vendre l'idée selon laquelle tout cela serait possible par la liberté éclairée des citoyens et le pouvoir réel du peuple, cette machine ne peut se passer de propagande. C'est même sa principale condition d'existence. L'opinion doit sans arrêt être façonnée en stimulant ses failles et en manipulant ses faiblesses. Ce travail au corps constant de l'opinion est ce qui permet aux détenteurs officiels et officieux du pouvoir de perpétuer un système. C'est ce qui donne à une société démocratique sa cohérence. Si cette cohérence était obtenue par la contrainte, la révolte ne serait jamais loin, le pouvoir devenant alors visible et jouant cartes sur table. Selon Noam Chomsky, coauteur d'un ouvrage essentiel pour comprendre les manipulations américaines, la propagande est à la démocratie ce que la matraque est aux régimes totalitaires. De ce point de vue, la démocratie est une dictature mature, un système qui dure à la condition que ses ressorts cachés ne soient pas dévoilés.

L'efficacité de la propagande démocratique tient au fait qu'elle s'appuie sur une illusion de liberté. Les citoyens et les consommateurs se soumettent volontairement à des actes allant dans le sens des intérêts de ceux qui les gouvernent. Ils se soumettent en pensant qu'ils sont libres. La lecture de Bernays permet de comprendre que cette manipulation est en fait le pouvoir moins la contrainte. Cette entreprise de fabrication du consentement est possible dans une société d'abondance, où la satisfaction des désirs et des pulsions est vue comme une libération, un acte souverain et une émancipation. C'est sur cette partie qui ne raisonne pas que les forces de manipulation s'appuient. Les grands systèmes prohibitifs sont dépassés, tout n'est plus qu'affaire de permission. Il faut pour être un homme complet transgresser ce qui empêche de s'épanouir, de jouir, de satisfaire ses pulsions et d'exprimer ses émotions. Faire cela, c'est avoir la conviction d'être libre. C'est pourquoi, les techniques de propagande parvenant à orienter les foules dans le sens de cette (fausse) liberté sont les plus efficaces. Exit les injonctions directes et menaçantes, place à l'ingénierie sociale et psychologique, à la propagande douce qui flatte le sentiment de satisfaction immédiat, pulsionnel et exempt de tout raisonnement construit.

Un troupeau guidé par un "gouvernement invisible"

"La panoplie des points sur lesquels la propagande peut appuyer pour atteindre ses objectifs sans contraindre est large : la peur, le confort consistant à mimer le comportement d'un groupe, la lutte pour une "bonne cause", l'émotion preuve d'humanité, la défense de certaines "valeurs" ou la condamnation d'autres. La pensée critique est court-circuitée par des évidences émotionnelles, la logique propre au groupe et des sentiments empêchant toute réflexion claire et froide sur un sujet. Bernays a parfaitement compris qu'une propagande efficace était celle dans laquelle le propagandé se rendait complice du propagandiste. Il se place sans nul doute dans la continuité d'une vision américaine de la démocratie répandue par Alexander Hamilton et James Madison. Selon eux, le peuple est un troupeau à orienter, une grande bête à dompter. Ne pas s'occuper de cette foule serait dangereux et menacerait l'équilibre d'une "société démocratique". Bernays est en plein dans cette ligne quand il affirme : "Nous sommes pour une large part gouvernés par des hommes dont nous ignorons tout, qui modèlent nos esprits, forgent nos goûts, nous soufflent nos idées. C'est là une conséquence logique de l'organisation de notre société démocratique. Cette forme de coopération du plus grand nombre est une nécessité pour que nous puissions vivre ensemble au sein d'une société au fonctionnement bien huilé." Le troupeau doit ainsi être coopératif, complice de ses gouvernants. Il s'agit là pour Bernays d'une condition de la paix sociale. Sans ce duo "bien huilé" entre propagandistes et propagandés, le chaos règnerait. La propagande est donc pour Bernays une manière d'"organiser le chaos", titre du premier chapitre de *Propaganda*.

Bernays ne prend pas de gant et commence son célèbre ouvrage de 1928, *Propaganda*, par des propos ouvrant la voie à tous les fantasmes : "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." De quoi donner à manger aux plus simplistes des comploteurs, certes. Mais surtout un rappel de ce que doit être la propagande moderne démocratique selon Bernays : sans s'en apercevoir, sans savoir d'où l'injonction vient, la masse se soumet en obéissant non pas à des gouvernants l'interpellant directement mais en suivant des instincts qui, une fois satisfaits, procurent une sensation de liberté. La soumission n'est pas dictée d'en haut, elle procède d'un "mécanisme social imperceptible", des faiblesses des foules sur lesquelles les manipulateurs soufflent habilement. Si Walter Lippmann mettait l'accent sur les relations entre la sphère étatique et l'opinion pour évoquer l'importance de ce mécanisme de contrôle social, Bernays élargit totalement ce point à la sphère privée. Ainsi, il n'est pas seulement le chantre de la propagande publique mais un grand nom de la propagande privée, pivot de la société de consommation triomphante. L'omniprésence de la propagande au quotidien devient de la sorte la principale caractéristique de nos sociétés, son moteur principal, le cœur d'un fonctionnement néanmoins en grande partie dévoilé et abondamment critiqué."

EXTRAITS

La Propaganda de Bernays, moteur principal de ce qu'il faut bien appeler une dictature aboutie

Deux extraits du livre de Yann Caspar (Edward Bernays, *op.cit.*) méritent d'être mis en relief. Ils sont reproduits ci-après. Le premier s'intitule Bernays mis à nu (p.47 à 50) ; le second Niveau d'éducation et traitement de l'information (p.61 à 64). Explications.

"Bernays et les propagandistes du modèle US font souvent l'objet de critiques émanant de canaux hostiles à la domination américaine. Aux États-Unis, cette critique provient de ce qui reste des milieux isolationnistes et de la gauche socialiste. En France, on le trouve surtout parmi les tenants d'une ligne tiers-mondiste, c'est-à-dire principalement dans des cercles liés plus ou moins directement aux forces présentes sur la gauche de l'échiquier politique. Toutes ces critiques sont intéressantes, particulièrement dans la période ayant suivi la guerre froide, quand Washington a dû se façonner de nouveaux ennemis. Ces charges portées contre la propagande à la Bernays se cantonnent néanmoins au domaine de la politique étrangère. Elles ont donc tendance à faire l'impasse sur des pans entiers des caractéristiques de la propagande moderne. Ces critiques s'intéressent plus aux conséquences de la propagande qu'aux mécanismes de cette dernière.

La critique de la société de consommation, et donc celle de la propagande qui la sous-tend, va au coeur de ce mécanisme. Les impasses et les dangers de la pseudo-libération par l'abondance dans les sociétés occidentales ont été décryptés et sont connus. En ce que Bernays est un chantre de la propagande poussant à cette pseudo-libération, les critiques les plus profondes du règne de la consommation sont les meilleurs outils permettant de faire la lumière sur ce qu'implique réellement la propagande moderne.

Le sociologue Michel Clouscard est sans doute celui ayant été le plus clair dans cette critique. Désir, satisfaction pulsionnelle, jouissance, mutation des moeurs, consommation sans production, transformation du capitalisme, massification du libéralisme libertaire, etc. Tout est dans Clouscard pour comprendre la mécanique Bernays. Par certains aspects, notamment celui de la fusion entre ce qu'il faut grossièrement appeler "libéralisme de gauche" et "libéralisme de droite", l'oeuvre du philosophe Jean-Claude Michéa prend la suite de celle de Clouscard. C'est la marche du progrès pseudo-émancipateur qui constitue la mise sous tutelle des foules. La libération par la consommation, l'abondance et le progrès sont les ressorts d'une soumission volontaire des masses.

C'est précisément dans cet enchaînement que s'inscrit la propagande moderne défendue par Bernays. Cette propagande est le moteur principal de ce qu'il faut bien appeler une dictature aboutie. Un système dans lequel l'équilibre social et le contrôle des masses sont atteints non plus par la violence et la verticalité mais par une mise au pas vendue comme un chemin vers la liberté. Bernays l'a emporté sur Goebbels et les propagandistes soviétiques. Sa propagande est plus profonde, plus fine et surtout plus efficace. Il faut laisser à Pier Paolo Pasolini le soin de juger cette victoire de Bernays sur les propagandes classiques et verticales : "Il ne s'agit plus, comme à l'époque mussolinienne, d'un enrégimentement superficiel, scénographique, mais d'un enrégimentement réel, qui a volé et changé leur âme. Ce qui signifie, en définitive, que cette "civilisation de consommation" est une civilisation dictatoriale. En somme, si le mot de "fascisme" signifie violence du pouvoir, la "société de consommation" a bien réalisé le fascisme. Bernays a certes plié le match de la propagande au XX^e siècle, mais ses critiques encore plus. Toutefois, en rester à ces critiques pertinentes ne suffit plus. L'illusion de liberté et de satisfaction que véhicule la société de consommation a été démontée sous bien de ses aspects. L'illusion ne tient plus, alors que l'abondance des sociétés occidentales vacille sérieusement. C'est pourtant de ces deux éléments dont Bernays et ses comparses propagandistes ont besoin pour contenter leurs clients, qu'ils soient privés ou publics. La propagande bernaysienne fonctionne à merveille dans une société de l'abondance où les libertés ne sont pas contraintes de manière apparente. La deuxième partie du XX^e siècle occidental était son terrain de jeu idéal. Aujourd'hui, son application devient éminemment plus délicate." (p.47 à 50)

"Une propagande de type bernaysien doit s'arrêter là où la réalité commence à prendre le dessus et à contredire les instincts et les émotions qu'elle insuffle. Échapper à la réalité grâce à ses revenus et par son lieu d'habitation conduit ainsi à ne pas être concerné par le point de bascule qui rend une propagande inefficace voire contre-productive. Une fois ce point atteint, certaines couches aisées et coupées des réalités continuent à adhérer à la propagande, alors que les masses s'en détournent. Ce n'est néanmoins qu'un début d'explication aux fortes différences d'adhésion à une propagande qui dégénère. En réalité, bien plus que le niveau de revenus, c'est le niveau d'information du propagandé qui est déterminant. [...]

Plus une personne traite d'informations, plus elle doit simplifier pour "se faire un avis". L'accumulation d'informations par un propagandé est le meilleur moyen de faire pencher la cible à convaincre dans le sens souhaité. La personne traitant peu d'informations est plus difficilement manipulable. Son avis sur une question se forge sans passer par le prisme d'une masse conséquente d'informations. Ainsi, c'est la quantité d'informations ingurgitée qui a surtout un impact sur la capacité à succomber à une propagande. On retrouve ici des profils a priori contradictoires mais qui ont tous en commun de consommer beaucoup d'informations : l'universitaire, le boomer retraité s'injectant du BFM à haute dose, le jeune urbain hyperconnecté. Ceux exerçant un métier physique n'ont quant à eux bien souvent pas le temps ou l'énergie d'être accrochés à leurs écrans pour "s'informer". Ils se penchent sur un problème de manière sauvage pourrait-on dire, sans passer par des tonnes d'informations à traiter, et arrivent à des conclusions s'avérant justes sur le long terme. Il est éminemment plus facile d'enrégimenter des intellectuels que des plombiers et des mécaniciens-auto, des retraités et des étudiants que des actifs, des personnes vivant dans le confort matériel que des personnes dont le confort matériel n'est pas assuré, des urbains gavés d'informations que des provinciaux moins connectés. Jeter un oeil aux fractures territoriales et générationnelles du vote à la présidentielle suffit à s'en convaincre." (p.61 à 64)

EXTRAITS

XXI^e siècle : quand l'ère Bernays prend fin, celle des soulèvements commence

En conclusion de son ouvrage (Edward Bernays, op.cit.), Yann Caspar analyse les conséquences de la fin du modèle Bernays en ce début de XXI^e siècle. Avec à la clé un resurgissement violent du réel. Extraits des p.67 à 73.

"Les propagandes actuelles sont à un point où elles risquent de perdre une de leurs conditions de longévité, l'abondance matérielle des sociétés occidentales n'étant plus assurée comme au temps de Bernays. Ainsi, elles se mettent à dégénérer en devenant de plus en plus grossières, parfois à la limite de la farce. Le pouvoir joue ses dernières cartes, tentant de faire suivre des foules de plus en plus réticentes. Un autre aspect de cette dégénérescence consiste dans le changement de nature de la propagande moderne. Il est ici question de l'impact de la numérisation sur les techniques de propagande, qui rendent la propagande plus efficace mais opèrent un saut qualitatif problématique.

Les outils des plateformes numériques auraient fait rêver Bernays. Ils permettent d'influencer les foules dans une direction comme aucun autre outil de propagande moderne. Les algorithmes, les milliers de points d'accès sur chaque individu, le courtage des données récoltées, la psychométrie, la psychographie et le développement de l'intelligence artificielle font qu'un individu se retrouve prisonnier après quelques clics. Il pense naviguer librement, mais est en réalité pris dans un mouvement le dépassant, qui façonne ses choix de consommation et sa manière de penser. Du pur Bernays ! Mais des outils qui dépassent la simple mission de propagande. Au XX^e siècle, les supports utilisés par les propagandistes avaient ceci de particulier qu'ils ne permettaient pas de sortir du cadre de la propagande. Difficile de faire dire plus à une affiche que ce qu'elle décrit. Un poste de télévision ou de radio peut être coupé. Un journal peut être boudé. Il était encore possible de sélectionner ce qu'on consommait. Le numérique fait éclater tout cela. Le support numérique de propagande aspire nos informations et les conserve, et il peut être utilisé à des fins autres que celle consistant à vouloir influencer les masses. Il est un formidable outil de censure et de surveillance, et donne ainsi dans des registres autres que celui de la propagande horizontale et moderne. Il viole la condition essentielle permettant à la propagande de durer : l'absence de contrainte. Il enrégimente discrètement à merveille, mais est en passe de devenir un outil de contrôle des plus puissants. Les exemples affluent : il peut servir à payer, à se déplacer, à se soigner, à travailler, à être rémunéré, etc. En somme, il vient chambouler tous les aspects de l'activité humaine. Cette révolution anthropologique est bien sentie et analysée depuis plusieurs années. Mais elle a pour la première fois, et de manière brutale, été expérimentée par le plus grand nombre à partir de mars 2020. Cette date est une véritable cassure dans l'histoire de la propagande. Elle est le moment où les propagandistes se mettent ouvertement à vendre aux propagandés plus de liberté en n'hésitant pas *en même temps* à appliquer de plus en plus de contraintes liberticides. Une fois l'arnaque du "encore un effort et tout ira bien" dévoilée, la machine ne tient plus. Les propagandistes ont là commis une erreur qu'ils risquent de payer cher. C'est le pas de trop qui remet tout leur édifice de propagande en cause. Tout le reste peut brusquement s'effondrer, et les foules risquent d'ouvrir les yeux pour ne voir que la partie contraignante de la propagande. La contrainte – de plus en plus physique et violente – que représente une immigration de masse. La contrainte économique et sociale sur laquelle débouche un soutien aveugle et prolongé à une partie d'un conflit entre des populations post-soviétiques. Tout cela cumulé à "une politique sanitaire" sapant les libertés, saccageant l'économie et faisant reculer la santé publique.

Et maintenant ?

"Bernays aurait observé cette première partie du XXI^e siècle d'un œil admiratif, mais peut-être aurait-il aussi tiré la sonnette d'alarme. Nombre de ses techniques ont été perfectionnées pour atteindre des niveaux d'efficacité insoupçonnés. Ses successeurs ont cependant voulu aller plus loin que lui, ou peut-être simplement plus vite. Ils ont verticalisé la propagande et jouent cartes sur table. La raison d'être de la propagande moderne consiste pourtant à tout faire pour éviter les soulèvements et les prises de conscience. Ainsi, une série de mouvements spontanés de ces dernières années peuvent être lus comme des ruptures du contrat entre propagandistes et propagandés. En France, l'exemple récent le plus abouti de mouvement spontané fruit d'une rupture de ce contrat est assurément celui des Gilets jaunes. Il est l'expression d'une fin du dialogue et d'un arrêt de la complicité inconsciente entre le pouvoir et des couches entières de la population française. D'ailleurs, pour y répondre, le pouvoir n'a eu d'autre solution que de sortir la matraque. Les Gilets jaunes sont la matrice de tout ce qui aurait fait cauchemarder Bernays : des foules qui s'agitent sans être canalisées, un pouvoir qui n'a plus la main et va jusqu'à employer la violence, une narration qui ne tente plus d'orienter ces foules mais les dénigre et les exclut. Sous bien des aspects, la fin de la mécanique Bernays !

Les événements postérieurs au mouvement des Gilets jaunes viennent attester ce coup d'arrêt porté à de longues décennies de succès de la manipulation bernaysienne des foules. La propagande dégénère et s'affole. Elle n'est plus manipulation construite et discrète, mais devient régulièrement pur mensonge – l'affaire des "supporters anglais" du Stade de France est de ce point de vue un épisode des plus révélateurs. Les méthodes de canalisation des foules sont passées du "ce que vous dites est faux" au "vous n'avez pas le droit de dire cela". L'injonction grignote toujours plus de terrain sur la douceur du travail de sape bernaysien.

Tout semble indiquer que le siècle bernaysien prend fin. Aux États-Unis, la propagande a commencé à tourner le dos aux enseignements de Bernays au lendemain du 11 septembre 2001. En France, on peut dater le début de cette dérive à la réaction hostile de la classe politique française au "Non" d'une majorité de Français au référendum de 2005. La machine de propagande s'était alors mise à dérailler et n'en finit plus de se durcir depuis. L'heure n'est plus à la manipulation de la réalité, mais à la négation de cette dernière. Les propagandistes peinent désormais à séduire. La marchandise qu'ils se fatiguent à vendre quotidiennement est hautement explosive : projets biosécuritaires, narration guerrière pour tenir les populations en joue, dissolution totale des sociétés occidentales. L'anesthésie bernaysienne des foules perd considérablement en efficacité. Le sérum injecté aux populations par les propagandistes n'est plus un remède pour le pouvoir mais un poison. Quand l'ère Bernays prend fin, celle des soulèvements commence."

BIOGRAPHIE

Né en Lorraine en 1990 d'une mère hongroise et d'un père français, Yann Caspar est diplômé en droit et en économie de l'université de Nancy. Yann Caspar est aujourd'hui un juriste et journaliste franco-hongrois spécialisé dans les questions politiques, juridiques et économiques des pays centre-européens, particulièrement de la Hongrie, où il vit depuis 2013, à Budapest. Il vient de publier *Edward Bernays, l'homme qui murmurait à l'oreille des foules* (Editions de la Nouvelle Librairie, avril 2023). Il est chercheur au Centre d'Études européennes du Mathias Corvinus Collegium, un think-tank et un centre de formation proche du gouvernement hongrois. Ses travaux de recherche concernent principalement la question de l'État de droit, des systèmes juridiques européens, de la liberté de la presse et des médias, l'analyse des rapports de force politiques au niveau européen, etc. Yann Caspar intervient régulièrement sur les chaînes de télévision hongroises pour évoquer le conflit russo-ukrainien et l'actualité des pays d'Europe de l'Ouest. Il sert de sources à de nombreux journalistes français à la recherche d'informations sur la Hongrie et l'Europe centrale. Il a publié des centaines d'articles dans la presse française et hongroise, essentiellement sur les relations entre la Hongrie, l'Union européenne et les pays occidentaux.

Sa fréquentation des milieux journalistiques, d'affaires et politiques hongrois fait de lui un expert des marchés de ce pays, des fondations politiques et des entreprises faisant régulièrement appel à lui pour obtenir des conseils, des études de marché et des rapports. Il est par exemple l'auteur d'un rapport de 150 pages intitulé "Médias et liber-

tés de la presse en Europe centrale et orientale - Les cas hongrois et polonais", publié par la fondation Identité et Démocratie.

Yann Caspar est également traducteur. Il a traduit du hongrois vers le français un ouvrage de Balázs Orbán (*Pensée stratégique hongroise*, parution en septembre 2023), conseiller principal du Premier ministre hongrois Viktor Orbán. Ses activités de traduction concernent aussi des écrits littéraires et de fiction. Parfaitement magyarophone et francophone, il attache de l'importance à occuper un rôle de passeur de connaissances entre la France et la Hongrie, aussi dans le domaine culturel. C'est ce qui l'a conduit à publier *Chroniques littéraires d'Europe centrale* (Editions du Cygne, 2022), un ouvrage destiné à faire connaître la littérature d'Europe centrale en France.

Il est aussi un des principaux collaborateurs du *Visegrád Post*, un média en ligne en trois langues (allemand, anglais et français) traitant des pays du groupe de Visegrád. Il a co-dirigé un ouvrage collectif (*Viktor Orbán, Douze ans au pouvoir*) édité par le *Visegrád Post* et paru la veille de la réélection de Viktor Orbán pour la quatrième fois consécutive, le 3 avril 2022. Son activité de journaliste l'a conduit à interviewer de nombreuses personnalités politiques et intellectuelles, notamment françaises et hongroises. Il est aussi régulièrement sollicité pour participer à la rédaction de scénarios de documentaires sur l'Europe centrale et orientale. Il travaille actuellement à la rédaction d'un ouvrage sur les vingt années de la Hongrie et des PECO dans l'Union européenne, à paraître au printemps 2024.



L'INFLUENCE, UNE NOUVELLE FAÇON DE PENSER LA COMMUNICATION DANS LA GUERRE ECONOMIQUE

"Qu'est-ce qu'être influent sinon détenir la capacité à peser sur l'évolution des situations ? L'influence n'est pas l'illusion. Elle en est même l'antithèse. Elle est une manifestation de la puissance. Elle plonge ses racines dans une certaine approche du réel, elle se vit à travers une manière d'être-au-monde. Le cœur d'une stratégie d'influence digne de ce nom réside très clairement en une identité finement ciselée, puis nettement assumée. Une succession de "coups médiatiques", la gestion habile d'un carnet d'adresses, la mise en œuvre de vecteurs audacieux ne valent que s'ils sont sous-tendus par une ligne stratégique claire, fruit de la réflexion engagée sur l'identité. Autant dire qu'une stratégie d'influence implique un fort travail de clarification en amont des processus de décision, au niveau de la direction générale ou de la direction de la stratégie. Une telle démarche demande tout à la fois de la lucidité et du courage. Car revendiquer une identité propre exige que l'on accepte d'être différent des autres, de choisir ses valeurs propres, d'articuler ses idées selon un mode correspondant à une logique intime et authentique. Après des décennies de superficialité revient le temps du structuré et du profond. En temps de crise, on veut du solide. Et l'on perçoit aujourd'hui les prémices de ce retournement.

"L'influence mérite d'être pensée à l'image d'un arbre. Voir ses branches se tendre vers le ciel ne doit pas faire oublier le travail effectué par les racines dans les entrailles de la terre. Si elle veut être forte et cohérente, une stratégie d'influence doit se déployer à partir d'une réflexion sur l'identité de la structure concernée, et être étayée par un discours haut de gamme. L'influence ne peut utilement porter ses fruits que si elle est à même de se répercuter à travers des messages structurés, logiques, harmonieux, prouvant la capacité de la direction à voir loin et sur le long terme. Top managers, communicants, stratèges civils et militaires, experts et universitaires doivent croiser leurs savoir-faire. Dans un monde en réseau, l'échange des connaissances, la capacité à s'adapter aux nouvelles configurations et la volonté d'affirmer son identité propre constituent des clés maîtresses du succès".

Ce texte a été écrit lors du lancement de *Communication & Influence* en juillet 2008. Il nous sert désormais de référence pour donner de l'influence une définition allant bien au-delà de ses aspects négatifs, auxquels elle se trouve trop souvent cantonnée. L'entretien que nous a accordé Yann Caspar va clairement dans le même sens. Qu'il soit ici remercié de sa contribution aux débats que propose, mois après mois, notre plate-forme de réflexion.

Bruno Racouchot
Directeur de Comes

Communication & Influence

UNE PUBLICATION DU CABINET COMES

Paris ■ Toronto ■ São Paulo ■ Porto Alegre

Directrice de la publication : Sophie Vieillard

Illustrations : Rossana

CONTACT

France (Paris) - North America (Toronto)

South America (São Paulo - Porto Alegre)

bruno@comes-communication.com

www.comes-communication.com



Quand la réflexion accompagne l'action