



# Communication & Influence

N°117 - Décembre 2020

*Quand la réflexion accompagne l'action*

## Censure et autocensure vs débats d'idées et jeux d'influence : Le décryptage d'Alain de Benoist

### 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.

"La censure n'est plus principalement le fait des pouvoirs publics, mais des grands médias." Si l'on ajoute à ce constat la bonne conscience que revendiquent les censeurs contemporains et la fêrule du "politiquement correct" venu d'outre-Atlantique, on tient là les trois facteurs-clés expliquant la nature réelle du système de censure et autocensure qui, aujourd'hui, verrouille de plus en plus notre société. Tel est en tout cas le constat dressé par l'essayiste Alain de Benoist dans l'un de ses récents ouvrages, *La chape de plomb – Une déconstruction des nouvelles censures* (Editions La Nouvelle Librairie, 2020). Celui qui s'impose depuis plus de quarante ans comme l'un des acteurs majeurs des débats d'idées en France livre ici un réquisitoire sévère.

Dans l'entretien qu'il a accordé à Bruno Racouchot, directeur de Comes Communication, Alain de Benoist décor-



tique les rouages de cette machine de censure et autocensure qui, au nom du "Bien", bride le fonctionnement harmonieux des sociétés humaines en corsetant les esprits et interdisant toute réflexion authentique. Ce décryptage permet de bien saisir le mécanisme par lequel on sort de la rhétorique et des traditionnels jeux d'influence pour entrer dans le champ de la propagande.

Comme vous le rappelez en ouverture de votre livre, la censure a toujours peu ou prou existé. Sauf qu'aujourd'hui, soulignez-vous, elle n'est plus tant le fait des pouvoirs publics que de ceux qui "font l'opinion". Résultat, vous constatez que si "l'ancienne morale disait aux gens ce qu'ils devaient faire, la nouvelle morale décrit ce que la société doit devenir." Comment a pu s'opérer un tel transfert de pouvoir ?

Il y a deux sujets dans votre question. Le premier tourne autour des métamorphoses de la censure. On pourrait en effet dire que la censure a muté. Première nouveauté, les pouvoirs publics l'ont privatisée : en

confiant à Facebook, Twitter, etc., c'est-à-dire à des sociétés privées, le soin de censurer les messages non conformes au regard de l'idéologie dominante, les pouvoirs publics se sont engagés dans une voie dangereuse qui revient à ériger des algorithmes en juges des opinions et des arrières-pensées.

L'autre nouveauté, plus importante encore, est que la censure n'est plus principalement le fait des pouvoirs publics, mais des grands médias et des réseaux sociaux. Autrefois, les exigences de censure émanaient principalement de l'Etat, la presse se flattant de jouer un rôle de contre-pouvoir



protecteur des libertés. Ce n'est plus le cas aujourd'hui (même s'il y a toujours, bien sûr, une censure gouvernementale). Non seulement les médias ont quasiment abandonné toute velléité de résistance à l'idéologie dominante, mais ils en sont devenus les principaux vecteurs. On en revient même à la chasse aux confrères : des journalistes demandent qu'on fasse taire d'autres journalistes, des écrivains demandent qu'on censure d'autres écrivains, des universitaires demandent qu'on chasse de l'Université ceux de leurs confrères qui ne sont "pas clairs". Le soupçon vaut condamnation. On a vu cela dans le cas de Richard Millet, et plus récemment d'Éric Zemmour, on pourrait donner d'autres exemples. Il faut évidemment tenir compte aussi de l'influence exercée par le politiquement correct, qui n'est nullement un phénomène anecdotique, mais une composante fondamentale du discours dominant. A l'origine, le politiquement correct se proposait de transformer la langue pour ne pas froisser la sensibilité des uns ou des autres. A l'arrivée, cela donne une novlangue néo-orwellienne dont l'on constate aujourd'hui les effets. Il y a déjà des mots interdits, des expressions victimes d'épuration linguistique, des observations banales qui font scandale. La société se transforme en un empilement de susceptibilités, qui sont instrumentalisées pour instituer de nouveaux privilèges. Et comme on n'en fait jamais assez, on finit par aboutir à des situations véritablement surréalistes. Transformer la langue, c'est ce qui permet de contrôler les pensées.

**Non seulement les médias ont quasiment abandonné toute velléité de résistance à l'idéologie dominante, mais ils en sont devenus les principaux vecteurs.**

On fait parfois du "politiquement correct" un synonyme de la "pensée unique". Mais les deux mots ne sont pas interchangeables. Quand on parle de "dictature du politiquement correct", on veut dire qu'il existe une opinion qui veut s'imposer à toutes les autres. La "pensée unique" va plus loin : elle se donne comme "unique" parce qu'elle croit être la seule possible et qu'elle s' imagine que les autres opinions ne sont tout simplement pas pensables. Historiquement parlant, c'est une pensée d'origine technocratique, ou plus largement "technicienne". Elle repose sur l'idée que les grands problèmes politiques et sociaux sont en dernière analyse des problèmes techniques. Pour chaque problème, il n'existerait qu'une seule solution rationnelle optimale. En d'autres termes, comme le disait Margaret Thatcher dans une formule restée célèbre, "il n'y a pas d'alternative". L'idée qu'en politique il n'y a pas d'alternative est évidemment une idée foncièrement impolitique, car le politique implique une pluralité des décisions qu'il est possible de prendre, en fonction des circonstances, des objectifs ou des valeurs dont on se réclame. Une politique "sans alternative" n'est tout simplement pas une politique. Finalement, la "pensée unique" reprend à sa façon la vieille idée saint-simonienne qu'il faut substituer l'administration des choses au gouvernement des hommes. On la retrouve aujourd'hui dans l'idéal de la "gouvernance" supranationale, qui cherche à résorber le pouvoir politique dans la seule gestion et consacre le règne de l'expertocratie. Saint-Simon comparait la France à une "grande manufacture", en ajoutant qu'elle devait être "dirigée de la même manière que les fabriques

**Transformer la langue, c'est ce qui permet de contrôler les pensées.**

particulières". Macron conçoit la France comme une "start up nation". C'est le même discours. Le second sujet de votre question évoque l'"ancienne" et la "nouvelle morale". C'est un sujet complexe. Notre époque, qui se veut très permissive, est en même temps incroyablement morale. Nietzsche aurait parlé de "moraline", Arnold Gehlen d'"hypermoralisme". Il faut bien voir en réalité qu'il y a deux grandes façons d'envisager la morale : la première est ordonnée au bien, la seconde est ordonnée au juste. Ce n'est pas du tout la même chose. La morale ordonnée au bien, qu'il s'agisse du bien personnel ou du bien commun, est une morale des vertus telle qu'elle a été théorisée par Aristote (ou plus récemment par Alasdair MacIntyre). On considère que l'individu doit chercher à se réaliser atteignant son telos, son niveau d'excellence. La "justice" est tout autre chose. Inspirée de l'idéologie biblique, elle a abouti aux morales que l'on appelle "déontologiques", comme la morale kantienne. Dans cette optique, c'est le monde lui-même qui doit être transformé et "corrigé". On ne demande pas aux individus d'œuvrer au bien commun, mais de faire en sorte que la société devienne plus "juste". La "justice" étant désormais assimilée à la suppression des "discriminations", on est dans une perspective toute différente.

*En 2012, nous avons écrit avec Alain Juillet, dans la Revue internationale d'intelligence économique, un article intitulé Les stratégies d'influence ou la liberté de l'esprit face à la pensée convenue<sup>1</sup>, visant à redonner à l'influence ses lettres de noblesse, la comparant à la rhétorique antique. Vous qui avez toujours prôné les vertus du débat d'idées, comment expliquez-vous sa disparition et pire, que l'autocensure soit en passe de venir la règle au sein de nos sociétés sans que la majorité de nos contemporains en aient même conscience ?*

La notion d'influence est sympathique, mais finalement très floue. Je ne lui donne a priori aucun caractère péjoratif. Dès lors que l'on défend un point de vue, que l'on soutient une cause, on cherche à convaincre, et donc à exercer une certaine influence. Mais aujourd'hui, l'influence se distingue-t-elle de la mode ou de la renommée ? Quels sont les moyens qui permettent d'exercer une influence ? Quels sont les effets de l'influence ? Et d'ailleurs, qui cherche-t-on à influencer : les "décideurs" ou l'opinion publique ? Si Karl Marx publiait aujourd'hui le *Capital*, il passerait peut-être à la télévision et obtiendrait quelques articles dans les médias, mais pourrait-il encore exercer une influence ? De nos jours, il n'y a en effet pratiquement plus de débats d'idées. La revue de Marcel Gauchet et Pierre Nora, *Le Débat*, vient d'ailleurs d'arrêter sa parution. Pourquoi ? Je serais tenté de dire que la plupart de ceux qui s'expriment aujourd'hui n'ont déjà plus les moyens intellectuels ou cognitifs nécessaires pour débattre. L'inculture a atteint des sommets. Mais on ne peut se borner à ce constat. S'il n'y a plus de débats, si les familles de pensée, ou ce qu'il en reste, s'en tiennent à des conversations d'entre-soi où chacun pense plus ou moins la même chose, c'est d'abord que la notion de vérité s'est effondrée. Le critère dominant, ce n'est plus le degré de vérité, mais le degré de conformité idéologique. Et comme les maîtres de l'idéologie dominante sont convaincus de représenter le camp du Bien, leurs adversaires ne sont plus considérés comme des interlocuteurs normaux, mais comme des représentants du Mal. Il faut donc exclure, marginaliser, ostraciser. ■

1/ [https://r2ie.revuesonline.com/gratuit/R2IE4\\_1\\_10\\_Juillet.pdf](https://r2ie.revuesonline.com/gratuit/R2IE4_1_10_Juillet.pdf)

## EXTRAITS

**Les spécificités de la nouvelle censure**

*Alain de Benoist ouvre La Chape de plomb (op.cit.) par une description minutieuse des critères selon lesquels fonctionne la nouvelle censure, en quoi elle se différencie des anciens modèles. Il énumère d'emblée les trois facteurs par lesquels l'"empire du Bien" met en œuvre sa stratégie de contrôle des pensées. Avec pour conséquence un fossé chaque jour grandissant entre le peuple et un système médiatique discrédité.*

"Dans les années 1970, on parlait volontiers de "terrorisme intellectuel", dans les années 1980 de "police de la pensée", depuis les années 2000 de "pensée unique". Mais c'est toujours du même phénomène qu'il s'agit : la proscription de fait des idées non conformes, la marginalisation de ceux qui se situent en dehors du cercle vertueux de la doxa dominante. Soyons clairs : il y a toujours eu des censures, des discours qui étaient plus facilement acceptés que les autres, et d'autres que l'on voulait voir disparaître. Aucun secteur d'opinion, aucune idéologie, aucune famille de pensée n'y a échappé au cours de l'histoire, et bien souvent, ceux qui se plaignent le plus de la censure ne rêvent que de pouvoir en instaurer une à leur tour. Il n'en reste pas moins que les censures et les inquisitions, dans la société postmoderne, dans la société des individus, a pris depuis quelques décennies des formes nouvelles."

**Les trois facteurs-clés à prendre en compte dans le process de mutation de la censure**

"Trois facteurs radicalement nouveaux sont à prendre en compte. Le premier est que les censeurs veulent aujourd'hui avoir bonne conscience, ce qui n'était pas nécessairement le cas autrefois. Ceux qui s'emploient à marginaliser, à ostraciser, à réduire au silence, ont le sentiment de se situer du côté du Bien. Le nouvel ordre moral se confond aujourd'hui avec ce que Philippe Muray appelait l'empire du Bien. Cette évolution est indissociable de l'apparition d'une nouvelle forme de morale qui a fini par tout envahir. Le philosophe et sociologue allemand Arnold Gehlen parlait d'"hypermorale", mais il ne faut pas s'y tromper : la morale aussi a changé de sens. [...]

"Deuxième facteur-clé : le surgissement du "politiquement correct". Cette lame de fond, venue d'outre-Atlantique, n'a rien d'anecdotique – bien au contraire. C'est indirectement un surgeon de l'idéologie des droits, à commencer par le droit d'avoir des droits. Au départ, ce sont des revendications portant sur le vocabulaire ou les formulations : ceux qui s'estiment choqués, humiliés, rabaissés par l'usage de certains termes, régulièrement posés comme des stéréotypes, s'affirment fondés à exiger qu'on les supprime. Les mouvements néoféministes et les tenants de la "théorie du genre" ont été en pointe dans cette revendication, qui pourrait être légitime si elle n'était pas poussée jusqu'à l'absurde. La cause profonde du politiquement correct réside en fait dans ce qu'on a pu appeler la métaphysique de la subjectivité, qui est l'une des clés de voûte de la modernité. Descartes en est le grand ancêtre : "Je pense, donc je suis". Je, je. En termes plus actuels : moi, moi. La vérité n'est plus extérieure au moi, elle se confond avec lui. La société doit respecter mon moi, elle doit bannir tout ce qui pourrait m'offenser, m'humilier, choquer ou froisser mon ego. Les autres ne doivent pas décider à ma place de ce que je suis, sous peine de faire de moi une victime. Apparemment, je suis un homme blanc à la barbe épaisse, mais si j'ai décidé que je suis une lesbienne noire en transition, c'est ainsi que l'on doit me considérer. Je suis né il y a soixante ans, mais si je m'attribue les caractéristiques d'un homme de quarante ans, c'est comme tel que l'état civil doit m'enregistrer. Au fond, je suis le seul qui a le droit de parler de moi. Ainsi s'alimente le narcissisme du ressentiment, tandis que la société se transforme en un empilement de susceptibilités." [...]

**Une censure qui n'est plus le fait des pouvoirs publics mais des grands médias**

"Le troisième fait nouveau, c'est que la censure n'est plus principalement le fait des pouvoirs publics, mais des grands médias.[...] Journaux, télévisions, partis politiques : depuis trente ans, tous disent plus ou moins la même chose parce que tous raisonnent à l'intérieur du même cercle de pensée (le "cercle de raison"). La pensée unique est d'autant plus omniprésente dans les médias qu'elle s'exerce dans un micromilieu où tout le monde a les mêmes références (les valeurs économiques et les "droits de l'homme"), où tout le monde se tutoie et s'appelle par son prénom, où les mêmes relations incestueuses unissent journalistes, hommes politiques et show business. La preuve en est que, sur un certain nombre de problèmes-clés, 80 % d'entre eux pensent exactement le contraire de ce que pensent 80 % des Français. Le résultat est que le système médiatique est de plus en plus discrédité. Et que la plupart des débats auxquels on assiste ne méritent plus ce nom. [...] Parallèlement, selon l'heureuse formule de Jean-Pierre Garnier et Louis Janover, l'intellectuel engagé a cédé la place à l'intellectuel à gage : "Aux "trois C" qui définissaient sa mission hier – critiquer, contester, combattre – ont succédé les "trois A" qui résument sa démission aujourd'hui : accepter, approuver, applaudir." [...] Dialoguer avec l'ennemi", ce serait en effet lui reconnaître un statut d'existence. Ce serait s'exposer soi-même à une souillure, à une contamination. On ne dialogue pas avec le Diable. Il faut donc diaboliser. Le politiquement correct est l'héritier direct de l'Inquisition, qui entendait lutter contre l'hérésie en dépistant les pensées mauvaises. L'idéologie dominante est elle aussi une orthodoxie, qui regarde comme hérétiques toutes les pensées dissidentes. Dans 1984, de George Orwell, Syme explique très bien que le but de la "novlangue" est "de restreindre les limites de la pensée" : "À la fin, nous rendrons impossible le crime par la pensée, car il n'y aura plus de mots pour l'exprimer." C'est l'objet ultime de la nouvelle Inquisition." [Extraits tirés des p.10 à 22]

Se procurer l'ouvrage : <https://nouvelle-librairie.com/boutique/politique/medias/la-chape-de-plomb/>

## EXTRAITS

**Censure & autocensure : du totalitarisme "dur" au totalitarisme "doux"**

*L'un des traits majeurs du totalitarisme est de proscrire le débat d'idée. Il n'y a donc pas de place dans le cadre conceptuel qui est le sien pour les jeux d'influence, lesquels font au contraire appel à la capacité de chacun d'évaluer les arguments et d'éprouver la logique du discours de l'autre. Alain de Benoist signe tous les deux mois l'éditorial de la revue *Eléments* (ou pour être plus exact, *Eléments pour la civilisation européenne*), fondée en 1973, qui se veut une "vision critique de la modernité libérale et promeut des sujets tels que l'enracinement, l'écologie, le respect de la diversité des cultures ou la défense de l'identité européenne." Dans sa livraison du n°186 en date d'octobre-novembre 2020, Alain de Benoist revient sur la définition du totalitarisme. Celui-ci peut prendre différents visages et force est de constater que sous sa forme "douce", il peut être autrement plus redoutable pour l'esprit que sous sa forme "dure". En réalité, on se situe là dans la sphère de la propagande qui n'admet d'autre vérité que celle que le pouvoir énonce, quand l'influence, elle, fait appel aux raisonnements intellectuels qui sont depuis l'origine la règle d'or de la dialectique. La rédaction de la revue *Eléments* a autorisé *Communication & Influence* à reproduire en p.4 et 5 deux analyses d'Alain de Benoist publiées dans ses colonnes, qu'elle en soit ici remerciée.*

**Le fantasme de l'Un**

"[...] L'erreur des théories classiques du totalitarisme est qu'elle le caractérise par le recours à des moyens brutaux sans s'interroger sur les raisons de ce recours et sans s'intéresser aux fins. Or, ce sont elles qui expliquent tout. Les totalitarismes d'hier n'ont pas recouru à la terreur par perversité ou simple méchanceté, mais parce qu'ils étaient convaincus qu'elle était le meilleur moyen d'éliminer une diversité considérée comme nuisible et menaçante. Pour accoucher l'"homme nouveau", il fallait sonder les cœurs et les reins, contrôler les pensées et les arrière-pensées, et non plus seulement les actes. Le but final étant de rendre la société peuplée de gens conformes, finalement interchangeable. Le totalitarisme ne doit donc pas être défini par ses moyens, mais par sa visée : la *Gleichschaltung*, la mise au pas, la mise en conformité de tous et de chacun.

"Claude Lefort n'avait pas tort de représenter le projet totalitaire comme celui d'une société qui s'instituerait sans division, c'est-à-dire comme une totalité sociale sans altérité, parfaitement transparente à elle-même, et donc incapable de reconnaître la conflictualité inhérente à la vie politique. Le totalitarisme, disait Lefort, se caractérise avant tout par l'attrait pour l'Un, ce qui était bien vu : le fantasme de l'Un va de pair avec le fantasme de la maîtrise totale. Malheureusement, il lui opposait les démocraties occidentales sans voir que la neutralisation du politique est aussi une aspiration de l'idéologie libérale, qui veut le soumettre à l'économique, à la morale et au droit. Michel Foucault montrait au contraire que la tentation est permanente, dans les démocraties libérales, où le marché est devenu l'unique lieu de la véridiction, de fabriquer un homme unidimensionnel. En 2016, Ryszard Legutko faisait la même observation dans son livre *The Demon in Democracy. Totalitarian Temptations in Free Societies*.

"On peut en effet très bien concevoir, comme l'écrit Denis Collin, des "régimes proprement totalitaires sans terreur, sans racisme, sans système de parti unique, mais néanmoins capables de soumettre toute la population à un contrôle presque total, de coloniser les consciences par des moyens insidieux d'une propagande omniprésente au point de n'être plus visible, et de mettre véritablement en œuvre le programme des régimes dits totalitaires du XX<sup>e</sup> siècle, à savoir la fabrication d'un homme nouveau". "L'homme nouveau", ajoute-t-il, était un slogan du communisme historique du XX<sup>e</sup> siècle. Il est l'objectif concret, en voie de réalisation, du mode de production capitaliste d'aujourd'hui. Le "transhumanisme" et les délires de la théorie du genre en témoignent."

**L'idéologie du Même**

"De fait, la société actuelle est en mesure de parvenir exactement aux mêmes résultats que les anciens régimes totalitaires, mais en douceur. Elle veut elle aussi supprimer toute "opacité" sociale. Elle croit elle aussi à l'unilatéralisme de l'histoire conduisant à une paix perpétuelle. Elle se perçoit elle aussi comme le stade ultime de l'histoire, elle aspire elle aussi à une société dépolitisée et privée de conflits. Le capitalisme détruit les identités collectives, élimine les "hommes en trop", homogénéise les comportements sur le grand marché planétaire, transforme l'homme en objet de ses désirs, qu'il manipule, puis en objets tout courts. Les pouvoirs publics disposent maintenant de moyens de surveillance et de contrôle dont les vieux totalitarismes pouvaient seulement rêver. La confusion entre le bonheur et le plaisir, la conformité toujours placée au-dessus de la véridiction, l'ambition idéologique de légiférer dans les domaines anthropologiques et moraux, l'orientation programmée de la libido vers les besoins du système capitaliste, l'informatisation totale de la vie sociale, le rêve d'un homme nouveau qui pourrait se construire lui-même en partant de rien, le déchaînement technicien, la conviction qu'il faut à tout prix unifier l'humanité, tout cela va dans le même sens.

"Le fond commun des totalitarismes d'hier et d'aujourd'hui, des totalitarismes "durs" et des totalitarismes "doux", c'est l'idéologie du Même, la volonté de faire partout triompher la Mêmesité. Il y a totalitarisme dès l'instant où la visée vers le Même commence à l'emporter. C'est dire que l'on n'est pas près d'en avoir fini avec lui."

Pour se procurer la revue : <https://www.revue-elements.com/>

## EXTRAITS

**Censure & autocensure : le piège fatal de la transparence**

*Dans un éditorial précédent de la même revue *Éléments*, évoquée en p.4, éditorial éloquent intitulé Halte à la transparence ! (n°183, avril-mai 2020), Alain de Benoist montre à quel point le chemin de l'enfer peut se révéler être pavé de bonnes intentions... En effet, le principe de "transparence" est l'un des ressorts principaux du système de censure/autocensure qui bride nos sociétés. De la sorte, il interdit peu à peu (mais de plus en plus fort) aux débats d'idées de se dérouler librement, restreignant chaque jour davantage l'espace communicationnel où pourraient fleurir les courants divers dont l'expression concourt au bon fonctionnement d'une société humaine équilibrée. Extraits de l'argumentaire d'Alain de Benoist montrant le vrai – et peu reluisant – visage de la transparence :*

"[...] Si la transparence devait aider à cerner la corruption ou à jeter quelque lueur sur le fonctionnement de l'Etat profond, elle serait sans doute la bienvenue. Mais on en est loin. La "transparence", aujourd'hui, est un mot passe-partout qu'on instrumentalise à tout-va. Elle se présente comme l'antithèse de la dissimulation, et donc comme synonyme de vérité, ce qui est un mensonge. Elle n'est que l'une des formes les plus accomplies de la dictature de la vertu.

"On ne s'étonne pas qu'elle vienne d'Amérique. Le principe de transparence absolue est en effet un concept anglo-saxon. Il présuppose que tous les hommes ont une conduite de vie caractérisée par le rationalisme pratique, et que l'information doit circuler sans entraves pour permettre leurs choix rationnels. La société est elle-même conçue comme un agencement mécanique où toutes les surfaces et tous les rouages pourraient être éclairés comme par un projecteur qui ne laisserait rien dans l'ombre. De même le marché, pour fonctionner en toute transparence, doit-il faire sauter tous les obstacles qui pourraient entraver les échanges marchands."

***L'idéal de la maison de verre***

"Défendue par les médias dans l'espoir d'accumuler les scoops, par les politiciens (qui se flattent, bien sûr, de n'avoir "rien à cacher") et par les industriels (qui se dotent de "chartes éthiques" en conséquence), la transparence, appliquée aux affaires publiques, est à l'origine de la "gouvernance". C'est l'idéal de l'"*open government*" propre aux sociétés "ouvertes". Transparence des architectures, transparence des conditions de travail et des bureaux (*open spaces*). L'idéal de la maison de verre rejoint le Panoptique de Bentham (1791), qui permet de tout voir pour tout contrôler.

"La frontière entre l'homme public et l'homme privé disparaît du même coup. Or, la distinction du privé et du public est l'une des règles fondamentales de toute société. Les régimes totalitaires réduisent le privé au profit du public, les régimes libéraux réduisent le public au profit du privé. Privatisation des firmes et des profits, privatisation des banques centrales, privatisation des rôles sociaux. La société des individus est une société privatisée où la réification transforme tous les rapports humains en rapports de marché. La sphère publique, qui est celle des projets collectifs et des entreprises communes, se restreint comme peau de chagrin. La société se trouve du même coup dépolitisée.

"La logique de la dénonciation est inhérente au principe de transparence. Le grand alibi, c'est le droit de savoir. De savoir quoi ? De savoir tout. Tout un chacun aurait le droit d'être informé de ce que pensent et font ses voisins. Tout un chacun pourrait s'instituer en procureur ou en juge sur les réseaux sociaux. Au nom de la "transparence", on est sommé d'afficher ses préférences, ses croyances, ses dilections et ses détestations. On est sommé d'accepter que les secrets du corps et de l'esprit, du cœur et du lit, soient scrutés et jugés tour à tour. Révélations, indiscretions, scandales, l'exigence de transparence aboutit au déballage généralisé. Et comme dans tout bon système puritain, on demande l'autocritique, la repentance, la confession publique. [...]"

*Après avoir démonté les rouages du nouvel ordre moral qui se met en place via l'offensive néoféministe et qui, sous couvert de transparence, aboutit à renforcer encore et toujours le processus de censure et autocensure qui tend à régir nos sociétés, Alain de Benoist conclut :*

"L'exigence de transparence coïncide enfin avec l'essor sans précédent des nouvelles techniques de communication. Elle justifie que les citoyens soient espionnés, épiés, répertoriés, catalogués, fichés, surveillés de façon à ce que l'on sache tout de leurs faits et gestes, de leurs opinions, de leurs fréquentations, de leurs lectures, de leurs déplacements. Le pire étant que les intéressés y contribuent eux-mêmes en multipliant sur les réseaux sociaux, à coups de selfies et de confidences narcissiques, les informations qui pouvaient encore manquer à ceux qui font profession de tout savoir pour tout contrôler. Alimentée par l'autoflicage, l'idéologie de la transparence aboutit ainsi à la surveillance généralisée.

"Il est temps de se souvenir qu'il n'y a rien de plus transparent que le vide. Restez opaques !"

Pour se procurer la revue : <https://www.revue-elements.com/>

Pour en savoir plus sur Alain de Benoist et ses écrits : <https://www.alaindebnoist.com/>

## BIOGRAPHIE

Né en Touraine en 1943, Alain de Benoist fait ses études à Paris (lycées Montaigne et Louis-le-Grand), puis à la faculté de droit de Paris et à la Sorbonne. S'engageant très tôt en politique à l'occasion de la guerre d'Algérie, il milite à la Fédération des étudiants nationalistes puis à Europe-Action. On le retrouve en 1968 comme cofondateur du GRECE (Groupement de recherche et d'études pour la civilisation européenne). S'orientant professionnellement vers le journalisme, il fait ses armes dans le groupe Valmonde, puis au *Figaro Magazine*. Il se fait connaître du grand public avec son livre *Vu de droite*, qui est couronné en 1978 prix de l'essai de l'Académie française. Depuis, il apparaît comme un contributeur majeur au débat d'idées en France mais aussi à l'international. Un bon nombre de ses essais portent sur les questions relatives à la manière dont fleurissent, vivent et meurent les idées qui animent les sociétés humaines, entrant de plain-pied dans la sphère des jeux d'influence qui nous intéressent ici. Les lignes qui suivent et qui décrivent ses champs d'intérêt sont extraites du site des Amis d'Alain de Benoist (voir ci-après).

*"Alain de Benoist poursuit méthodiquement un travail d'analyse et de réflexion dans le domaine des idées. Ecrivain, journaliste, essayiste, conférencier, philosophe, il a publié plus de 50 livres [ndlr : à ce jour, plus de 100] et plus de 3000 articles, aujourd'hui traduits dans une quinzaine de langues différentes. Ses domaines de prédilection sont la philosophie politique et l'histoire des idées, mais il est aussi l'auteur de nombreux travaux portant notamment sur l'archéologie, les traditions populaires, l'histoire des religions ou les sciences de la vie.*



*"Indifférent aux modes idéologiques, récusant toute forme d'intolérance et d'extrémisme, Alain de Benoist ne cultive pas non plus une quelconque nostalgie "restaurationniste". Lorsqu'il critique la modernité, ce n'est pas au nom d'un passé idéalisé, mais en se préoccupant avant tout des problématiques postmodernes. Les axes principaux de sa pensée sont au nombre de quatre : 1) la critique conjointe de l'individuo-universalisme et du nationalisme (ou de l'ethnocentrisme) en tant que catégories relevant l'une et l'autre de la métaphysique de la subjectivité ; 2) la déconstruction systématique de la raison marchande, de l'axiomatique de l'intérêt et des multiples emprises de la Forme-Capital, dont le déploiement planétaire constitue à ses yeux la menace principale qui pèse aujourd'hui sur le monde ; 3) la lutte en faveur des autonomies locales, liée à la défense des différences et des identités collectives ; 4) une nette prise de position en faveur d'un fédéralisme intégral, fondé sur le principe de subsidiarité et la généralisation à partir de la base des pratiques de la démocratie participative. Alors que son œuvre est connue et reconnue dans un nombre grandissant de pays, Alain de Benoist reste largement ostracisé en France, où l'on se borne trop souvent à associer son nom à celui de la "Nouvelle Droite", expression dans laquelle il ne s'est jamais véritablement reconnu."*

Pour en savoir plus : <https://www.alaindebenoist.com/> ; voir aussi le site <https://www.revue-elements.com/> où l'on trouvera différentes revues qu'Alain de Benoist a fondées et auxquelles il contribue depuis l'origine, *Eléments*, *Nouvelle Ecole* et *Krisis*.

## 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 Alain de Benoist 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

Directrice de la publication : Sophie Vieillard

Illustrations : Rossana

## CONTACTS

France (Paris) : +33 (0)1 47 09 36 99

North America (Toronto) : +00 (1) 416 845 21 09

South America (São Paulo) : + 00 (55) 11 8354 3139

[www.comes-communication.com](http://www.comes-communication.com)



Quand la réflexion accompagne l'action