

Sur quelles méthodes s'appuie la manipulation des medias ?

1 - la charte de Biderman

Albert D. Biderman, un spécialiste des sciences sociales de l'US Air Force, a été chargé de rechercher pourquoi de nombreux prisonniers de guerre américains capturés par les forces communistes pendant la [guerre de Corée](#), coopéraient. Après des entretiens approfondis avec des prisonniers renvoyés aux Etats-Unis, Biderman a conclu qu'il y a trois éléments principaux constitutifs du contrôle coercitif utilisé par les interrogateurs communistes : « la dépendance, la débilité et la terreur ». Biderman a résumé ses conclusions dans un tableau publié pour la première fois dans l'article "*Communist Attempts to Elicit False Confessions From Air Force Prisoners of War*" (tentatives communistes pour obtenir de fausses confessions des prisonniers de guerre de l'armée de l'air) dans le numéro de 1957 du *Bulletin de l'Académie de médecine de New York*. L'article présentait une analyse des méthodes de torture psychologique, plutôt que physiques, utilisées pour contraindre à la divulgation d'information et aux faux aveux.

Le psychiatre Robert Jay Lifton a mené des recherches similaires sur les mêmes méthodes communistes chinoises ; inventant le terme « réforme de la pensée » maintenant connu sous le nom de « lavage de cerveau »

La charte de Biderman a été utilisée par des interrogateurs américains pour administrer le camp de détention de Guantanamo Bay au début des années 2000. Sa charte est reprise par Amnesty International pour définir la torture.

Le tableau de Biderman comprend les méthodes de coercition suivantes (je vous laisse faire les liens avec la situation que nous vivons depuis 2 ans) :

1. Isoler la victime : priver la personne des soutiens et des liens sociaux qui lui donneraient la capacité de résister. Développer chez la victime une inquiétude intense à propos d'elle-même. Rendre la victime dépendante de l'autorité.
2. Monopoliser la perception : fixer l'attention de la victime sur une situation difficile et urgente, forcer son introspection. Éliminer les informations pouvant contredire celles de l'autorité. Punir toutes les actions d'insoumission.
3. Induire l'épuisement : affaiblir la volonté de résistance, qu'elle soit physique ou mentale.
4. Présenter des menaces : cultiver l'anxiété, le stress et le désespoir.
5. Montrer des indulgences occasionnelles : procurer une motivation à respecter les ordres, à obéir, et à se soumettre. Empêcher l'accoutumance aux privations imposées.

6. Démontrer la toute-puissance du pouvoir : suggérer l'inutilité et la futilité de la résistance à l'autorité.

7. Dégrader la victime : faire apparaître le prix de sa résistance comme plus dommageable que sa capitulation pour l'estime de soi. Réduire la victime au niveau de la survie animale.

8. Exiger des actions stupides et insensées : développer les habitudes de soumission à l'autorité, même pour des ordres totalement stupides, inutiles et infondés. Briser le libre arbitre et les capacités de jugement de la victime.

2 – la fabrique du consentement (extraits d'un article du site Breizh-infos)

Comment influencer les foules ? À travers la figure d'Edward Bernays (1891-1995), l'un des inventeurs du marketing et l'auteur de « Propaganda », un passionnant décryptage des méthodes de la « fabrique du consentement ». Si les techniques de persuasion des masses apparaissent en Europe à la fin du XIXe siècle pour lutter contre les révoltes ouvrières, elles sont développées aux États-Unis pour convaincre les Américains de s'engager dans la Première Guerre mondiale.

Peu connu du grand public, neveu de Sigmund Freud, Edward Bernays en fut l'un des principaux théoriciens. Inspirées des codes de la publicité et du divertissement, ces méthodes de « fabrique du consentement » des foules, s'adressent aux désirs inconscients de celles-ci. Les industriels s'en emparent pour lutter contre les grèves avec l'objectif de faire adhérer la classe ouvrière au capitalisme et transformer ainsi le citoyen en consommateur.

En 2001, le magazine Life classait Edward Bernays parmi les cent personnalités américaines les plus influentes du XXe siècle. Il inspira entre autres le régime nazi, accompagna le New Deal et fut l'artisan du renversement du gouvernement du Guatemala en 1954.

3- L'ingénierie sociale

Par : Julie Lioré, anthropologue, pour le collectif REINFOCOVID

L'ingénierie sociale, à laquelle il serait légitime d'ajouter, « et psychologique », est une **méthodologie consistant à manipuler les foules** au travers de stratagèmes habilement étudiés, issus de découvertes faites dans deux champs connexes, la psychologie et la psychosociologie. Ces disciplines cherchent à comprendre la manière dont les individus s'envisagent, sont en relation, et s'influencent les uns avec les autres. Fort de ces connaissances en matière de mécanismes psychologiques de l'être humain et physiologiques de son cerveau, lorsqu'il est isolé ou en groupe, cette ingénierie vise à **imposer de nouvelles normes** et, pour parvenir à ses fins,

à **influencer toute une population en contournant ses résistances aux changements** à opérer.

Parmi les « prérequis », l'ingénierie sociale et psychologique sait notamment que **tout individu a fondamentalement besoin d'être en lien** et d'appartenir à un groupe, le troisième besoin essentiel dans la pyramide de Maslow, après celui des besoins physiologiques pour survivre et de protection pour se sentir en sécurité. La mise au ban est proprement insupportable. Elle sait aussi qu'**un individu, dans une foule, est amené à perdre son libre-arbitre**, par une sorte de « passivité imitative », et que le comportement d'une masse de personnes diffère de celui d'individus lorsqu'ils sont isolés. La foule est, en somme, une entité une et indivisible, soumise à une « âme collective » et ayant sa propre nature psychique, une entité distincte de l'addition des individus isolés qui la compose, **une sorte de totum agissant bien mieux et plus fortement en synergie, plutôt que chacun dans son coin**. Pour le meilleur ou pour le pire.

Gabriel Tarde, père de la psychologie sociale, et Gustave Le Bon, anthropologue et psychosociologue, ont grandement influencé Edward Bernays, neveu de Freud et grand-oncle du co-fondateur et premier PDG de Netflix, pour qui **la foule n'est pas une entité pensante**, ne réagissant seulement qu'à ses émotions. Fort de ses connaissances en matière de processus mentaux inconscients, Bernays a, à son palmarès, un grand nombre de manipulations du consentement. En 1917, il a orchestré, avec le gouvernement d'alors, une véritable métamorphose : la jeunesse américaine, alors pacifique, est devenue, en masse et en 1 an, guerrière, prête au combat. Dans les années 20, il a été chargé de rendre la cigarette populaire auprès des femmes pour le compte de l'industrie du tabac, en vue d'augmenter ses ventes et profits. Jusqu'alors, fumer était une pratique des femmes de mauvaise vie, l'objectif était donc de changer l'image de la cigarette. Il est aussi l'un des pères du consumérisme américain, en association avec Henry Ford. Bernays a mis au point une stratégie, élaborée à partir d'un arsenal mental, visant à **forger l'opinion dans un sens donné, et à façonner le consentement qui va avec**. Or, pour que cela fonctionne, le mécanisme psychosocial doit rester imperceptible et la main, en train de fabriquer le consentement, invisible.

L'influence et le contrôle des foules ne datent pas d'hier et jusqu'à peu, restaient couvertes d'un voile opaque dont il était bien difficile de voir au travers. Le cinéma, Hollywood à l'époque et Netflix aujourd'hui, dont le nombre d'abonnés a explosé ces derniers mois, véhicule toutes sortes de messages orientés, ainsi que diverses propositions de potentiels futurs. La télévision n'est pas en reste. D'ailleurs, qu'en serait-il aujourd'hui de la Covid-19 de mars 2020 sans elle ? Probablement plus rien depuis des mois.

La première stratégie de manipulation à mettre en place, parmi les dix énoncés par Noam Chomsky, linguiste et penseur américain, est celle de **la distraction**. Dans

l'Empire romain déjà, les puissants de l'époque contrôlaient les foules avec des jeux, dans les arènes, et du pain (une sorte de revenu universel antique). Plus près de nous, Zbigniew Brzezinski, politologue américain décédé en 2017, a donné naissance à la notion de *tittytainment*, qui signifie donner la tétée (*titty*) au peuple, composée de divertissements (*entertainment*), soit un mélange d'aliments physiques (malbouffe) et psychologiques (séries, émissions de télé-réalité, entre autres), très addictifs, ayant pour vocation d'endormir (au sein) les masses, afin d'en contrôler les frustrations et protestations potentielles, et d'en amoindrir l'esprit critique. Le *tittytainment* a manifestement servi à préparer ce qu'il se passe aujourd'hui.

Vient ensuite **la stratégie du choc**, en créant un problème en amont et en coulisse, pour le résoudre en aval et sur scène. L'insécurité est un bon exemple, celle-là même qui a permis d'instaurer un état de sécurité globale. Le choc de la « pandémie », dont le critère de mortalité a été supprimé en 2009 par l'OMS, a été la voie royale à l'état d'urgence sanitaire, prolongé depuis sans relâche. Saccager l'économie en est un autre : après avoir créé la pénurie de travail, le revenu universel pourrait être accueilli comme l'extrême-onction. Nous ignorons encore si ces chocs consécutifs permettront à la main d'imposer sa nouvelle norme. Nous voyons nettement, en revanche, **comment cet état de sidération, devenu chronique, inhibe l'action**.

Le choc est une bête noire pour chacun de nous, qui préférons la sécurité, la stabilité, voire un certain conservatisme. Or, la multiplication des dissonances cognitives (entre autres, confiner-déconfiner-reconfiner, masque au départ inutile devenu indispensable puis obligatoire pour tous et partout) génère **des tensions venant déstructurer nos habitudes de fonctionnement**, jusqu'à disloquer les groupes, en créant des pro-, des anti- ou bien celui des « rideaux baissés », qui ont fini par fermer boutique, tant les informations sont discordantes. Naomi Klein, dans son ouvrage *La stratégie du choc* (2007), explique combien cette prolifération d'informations contradictoires en arrive rapidement à désorienter une boussole, à faire perdre son libre arbitre et sa capacité à faire une analyse juste des faits. L'ingénierie sociale et psychologique sait que ces contradictions permettent de mieux soumettre.

Cette méthodologie procède par étapes, graduellement, insidieusement. La suivante est **la stratégie de la dégradation progressive**. Si nous avons eu à accepter, en une fois, confinement, distanciation sociale, couvre-feux, masque, vaccin, passeport, nous aurions tout rejeté en bloc. Nous renvoyons ici à la fenêtre d'Overton, selon qui l'opinion publique peut être progressivement modifiée, afin que des idées initialement considérées comme impensables finissent par être acceptées, voire légiférées, **en passant par la caution scientifique** et la création de besoins (masque, vaccin).

Vient ensuite la stratégie du **différé**. D'abord s'occuper de la pandémie, « quoi qu'il en coûte », nous réglerons la question économique plus tard. Notre cerveau est composé de neurones, qui établissent des connexions via des synapses. Tous les 21

jours, les chemins synaptiques changent, en retirant les connexions devenues obsolètes et ajoutant les plus récentes. Toutes les mesures sanitaires ont ainsi établi, au fil des mois, des connexions et des déconnexions qui ont été, au fur et à mesure, à force de répétition, intégrées dans des représentations mentales.

Pour mener à bien cette reprogrammation, il s'agit de **s'adresser au public comme à un enfant**. L'ingénierie sociale a bien compris que, quand on cherche à tromper un individu, il suffit d'adopter un ton infantilisant pour s'adresser à lui, stratégie largement utilisée par le marketing et la publicité. Eric Berne [4] a compris qu'en chaque adulte, coexistent plusieurs personnalités : l'enfant, docile et/ou rebelle, le parent et l'adulte, l'une ou l'autre endossée en fonction des circonstances. En multipliant les messages infantilisants, le gouvernement, en bonne figure paternaliste en général et dans la toute-puissance en particulier, soumet ses sujets en les menaçant de couper le lien : agissez comme je dis (pas comme je fais...) et vous ne serez pas puni. Or, face à l'autorité et depuis la petite enfance, conditionné à la respecter, la plupart d'entre nous a tendance à régresser et face à cet « amour » conditionnel, à obéir, à porter un masque facial, à rester confiné, à se faire vacciner. Toutefois, en fonction de l'estime que l'on a de soi, on aura tendance à s'en remettre variablement au « père », à suivre ou pas ses consignes en toute confiance et à les remettre ou non en question.

En parallèle, il convient de **s'adresser à l'émotionnel plutôt qu'à la réflexion**. Les émotions sont innées, universelles et communicatives, elles sont surtout indispensables à la survie de l'homme et à la construction de son comportement. Pourtant, la plupart d'entre nous n'ont jamais appris à les gérer, mais plutôt à s'en méfier, à les réprimer, voire à les refouler.

Cette crise nous a tous, ou presque, mis dans une tourmente émotionnelle extrêmement forte, si ce n'est sans précédent : **peur de mourir, l'émotion la plus profonde et celle sur laquelle cette « pandémie » a pris appui**, mais aussi la peur de tomber malade, de contaminer nos proches, de l'absence de lien, de perdre son travail, de payer une amende, etc. Avec une telle intensité, la peur a fait ressurgir bon nombre de vieilles blessures de l'enfance et sans avoir appris à gérer cette émotion comme les autres, lorsqu'elles surgissent et de façon aussi intense, l'analyse rationnelle est alors court-circuitée et le sens critique désactivé. Les émotions sont, en outre, de bien mauvaises conseillères. Enfin, en utilisant le registre émotionnel, il devient facile de faire ressurgir certains comportements inconscients et d'en implanter de nouveaux. C'est ainsi que l'on fabrique le consentement, lorsque l'ingénierie sociale abat ses cartes au bon moment.