

#00

CONTROVERSE



SEPT
2015

Walter
Lippmann

INFORMATION.

TEMPS DE CERVEAU DISPONIBLE ?

FABRICATION DU CONSENTEMENT ?

ART DE LA CONTROVERSE ?

05

ARTICLE

*L'information
d'intérêt général*

Et si l'information était pensée comme un bien commun et non une marchandise ? Le travail de Pierre Rimbert nous expose une voie alternative à la soupe médiatique servie tous les jours sur nos écrans et déversée dans nos kiosques.

06

PORTRAIT

*Walter
Lippmann*

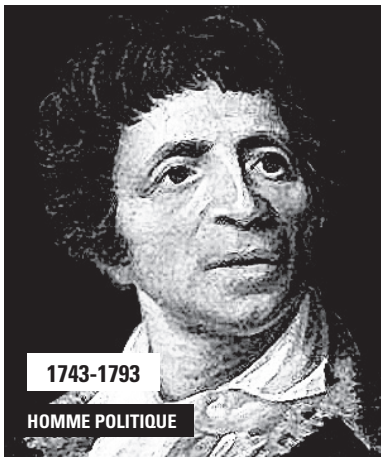
*Si un homme a marqué au fer rouge les méthodes modernes de traitement de l'information, c'est bel et bien l'auteur de *Public opinion* (1922) et initiateur du colloque qui bâtit les préceptes du néolibéralisme.*

07

INFOGRAPHIE

*Les filtres
de la propagande*

Quand les lois du marché façonnent l'information, la pluralité et l'indépendance des idées sont dangereusement menacées. En cause, une mécanique bien orchestrée qui opère dans le système médiatique contemporain.



1743-1793

HOMME POLITIQUE

JEAN-PAUL MARAT

« LA LIBERTÉ DE TOUT DIRE N'A D'ENNEMIS QUE CEUX QUI VEULENT SE RÉSERVER LA LIBERTÉ DE TOUT FAIRE. »



NÉ EN 1942

EX-PDG DE TF1

PATRICK LE LAY

« POUR QU'UN MESSAGE PUBLICITAIRE SOIT PERÇU, IL FAUT QUE LE CERVEAU DU TÉLÉSPECTATEUR SOIT DISPONIBLE. [...] CE QUE NOUS VENDONS À COCA-COLA, C'EST DU TEMPS DE CERVEAU HUMAIN DISPONIBLE. »



NÉ EN 1928

LINGUISTE



« LA PROPAGANDE EST AUX DÉMOCRATIES CE QUE LA VIOLENCE EST AUX DICTATURES. »

NOAM CHOMSKY

ÉDITO

Quelque chose a déraillé. L'âge de l'information n'a pas apporté de solution miracle à notre société en mal d'inspiration. Désarmée face à une crise globale, l'humanité en proie aux névroses et psychoses espérait un sursis avec l'expansion fulgurante des systèmes d'information : presse, radio, télévision puis Internet. Muni de moyens illimités de s'informer, le *smart citizen* semblait prêt à relever les défis de l'ère de la modernité. Ces flux d'informations n'étaient-ils pas une source rêvée pour éduquer de parfaits citoyens ? Pour garantir une justice sociale ? Pour assurer une économie à la mesure de l'homme ?

Qu'est-ce que l'information ? Des faits ? Des chiffres ? Des données ? En principe, des éléments qui informent sur l'état du monde. Dans cette optique, elle a été désirée objective et exacte. Sous couvert de rigueur scientifique et de neutralité déontologique, elle est collectée systématiquement, nettoyée de toute opinion, formatée pour les canaux, distribuée en continu puis consommée massivement. Seulement, les instigateurs de ces méthodes de traitement avaient-ils envisagé les effets de connivence, les conflits d'intérêts et les tentations du marché pesant sur les « professionnels » responsables de l'information ? Dans une société où tout s'achète, les médias sont aux mains d'une minorité. Quelle est la probabilité qu'en bout de chaîne, le destinataire ait accès à une information d'intérêt public ? *In fine*, l'information qui informe disparaît au profit de celle qui conditionne. L'attention devient une ressource et sa captation une ingénierie. Derrière l'objectivité apparente se dissimulent les impératifs de l'argent et du pouvoir incarnés par la prophétie de la « *vente de temps de cerveau disponible* ».

CONTROVERSE

Plateforme éditoriale pour un nouvel imaginaire collectif.

À ce système soi-disant impartial, peut-on opposer une information subjective et plurielle ? Un modèle où les sources d'information délivrent un message engagé, responsabilisant l'émetteur comme le récepteur. S'informer devient alors une action collective qui implique une appropriation et une pratique des termes du débat public. Toute idée passe désormais l'épreuve de la critique pour être expérimentée, confrontée, affinée. Si « *la fabrication du consentement* » a mené au désenchantement politique, « *l'art de la controverse* » pourrait symboliser le choc des idées comme prérequis à l'exercice démocratique.

« *L'art de la controverse* » est la pierre angulaire de notre projet. Pour contribuer à la construction des conditions du débat, nos réflexions et actions s'articulent entre description et prescription. La publication papier, entre vos mains, porte un discours critique et indépendant mettant en question les modèles existants, propos augmenté d'une version web : www.controverse.co. Plus qu'un écho du journal, cette plateforme numérique présente des initiatives alternatives proposant de nouveaux modes d'existence.

À contre-courant de l'information récréative ou publicitaire, le parti pris est de décortiquer les « maîtres mots » de notre époque à travers le regard de penseurs subversifs d'hier et d'aujourd'hui. Il s'agit d'élaborer un discours contre les lieux communs et le prêt-à-penser afin d'éclairer les mécanismes de fabrication de notre société. Des pionniers de la manipulation de l'opinion aux grandes figures de la critique des médias, le #00 dédié à l'objet « information » expose les pensées de ceux qui mettent des mots sur nos intuitions. ■

CONTROVERSE : association loi du 1^{er} juillet 1901, 56, rue Jules Guesde, 33800 Bordeaux / Site web : www.controverse.co / Contact : contact@controverse.co
 Direction de la publication : Maxime Arnaud / Rédaction en chef : Wilfried Arnaud, Florian Harmand / Conception graphique : Maxime Arnaud, Wilfried Arnaud
 Crédits : contributeurs de la base de pictogrammes The Noun Project / Impression : Sodal Imprimeurs(s) / Publication imprimée sur un papier recyclé
 ISSN : en cours / Dépôt légal à parution : septembre 2015 / Tirage : 1 000 exemplaires / Conditions générales d'utilisation : ne pas jeter sur la voie publique
 © Licence creatives commons. Publication mise à disposition selon les termes : paternité - pas d'utilisation commerciale - partager à l'identique

LE TRAITEMENT DE L'INFORMATION À L'ÉPOQUE DES MÉDIAS (MARCHANDS) DE MASSE

CONTEXTE ANTHROPOLOGIQUE

Le traitement de l'information résulte de l'articulation de trois variables interdépendantes : un objet technique, un idéal politique et un paradigme économique.

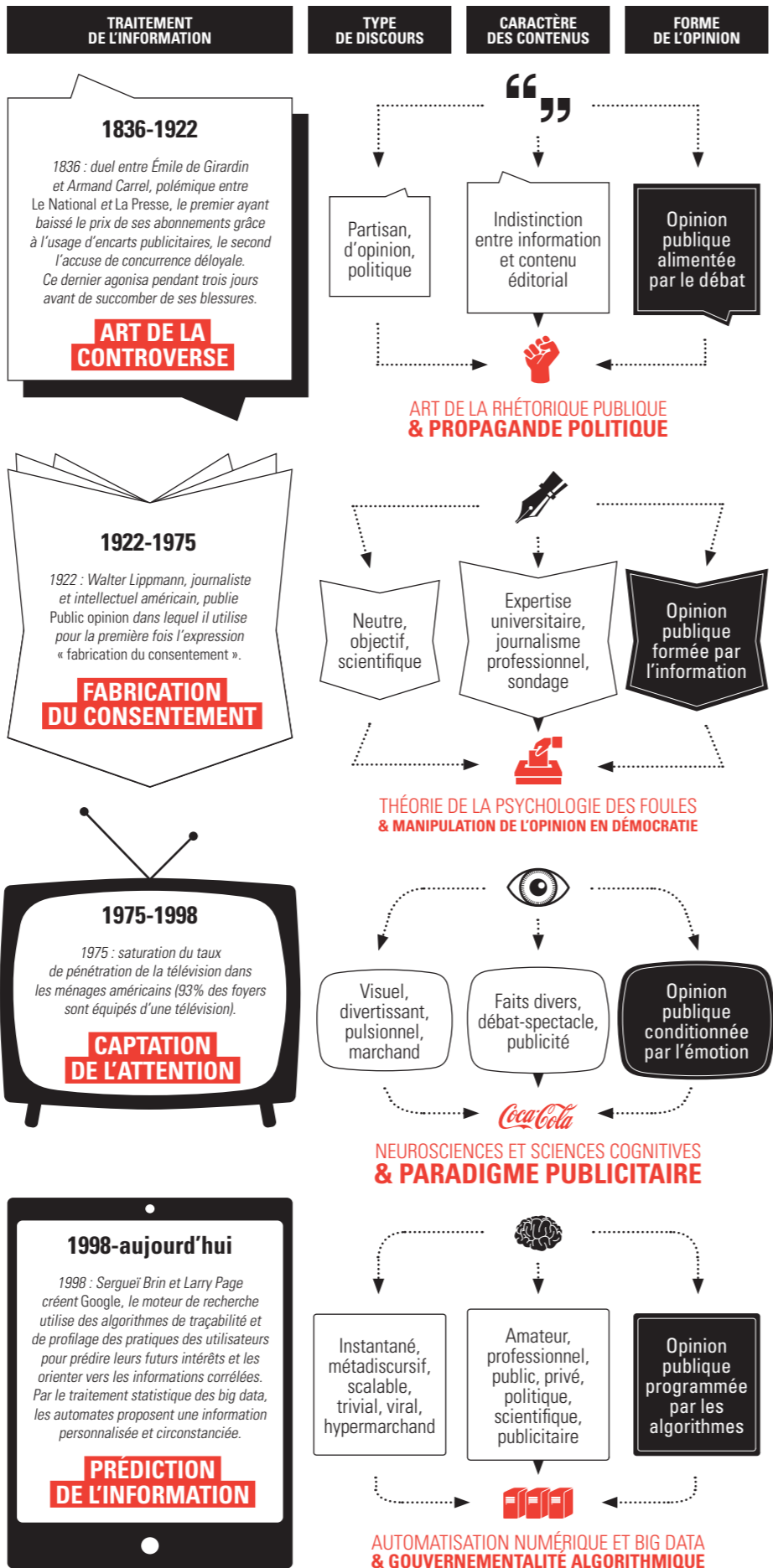
OBJET TECHNIQUE	CADRE IDÉOLOGIQUE	MODÈLE ÉCONOMIQUE
Imprimerie (Johannes Gutenberg, 1454) Extériorisation, reproduction et diffusion de l'information et du savoir.	Réflexion politique La presse permet de poursuivre dans la rue les débats de l'Assemblée au sujet des affaires publiques et politiques. La presse qui véhicule les idéaux de la Révolution se veut émancipatrice, elle s'oppose à une nouvelle presse mercantile.	Capitalisme productiviste Ce capitalisme s'appuie sur un système industriel de production dans lequel le capital et le salariat sont les deux termes d'un seul et même rapport marchand. Frederick Taylor est l'artisan de l'exploitation du temps comme marchandise. La figure centrale est le travailleur.
Presse rotative (Richard M. Hoe, 1845) Impression et diffusion massive des journaux.	Réflexion politico-économique Les médias de masse sont pensés comme un instrument de propagande au service d'un processus de fabrication du consentement destiné à conditionner l'opinion publique à l'idéal de société préconisé par l'élite politique et économique.	Capitalisme consumériste Le productivisme, menacé de surproduction, devient consumériste : la préoccupation des industriels n'est plus de fabriquer mais de vendre. La consommation de masse naît de la combinaison entre les économies d'échelle et les gains de productivité d'Henry Ford et l'industrie des relations publiques d'Edward Bernays. La figure centrale est le consommateur.
Machine Linotype (Otto Mergenthaler, 1884) Saisie du texte au clavier par la composition mécanique d'une matrice.	Réflexion économique Les médias de masse sont les supports de diffusion d'une information au service d'un projet économique de consommation de masse basé sur la publicité. L'opération consiste à disséminer des messages dans l'inconscient (à coup de milliers d'occurrences par jour) jusqu'à ce que le comportement réfléchi devienne un réflexe pulsionnel.	Capitalisme consumériste financiarisé La révolution néolibérale (fin des années 1970) incarnée par le TINA « There is no alternative » sonne l'avènement de la financiarisation de l'économie. Afin de distribuer les dividendes, la direction financière et marketing devient le pôle de décision de l'entreprise. La figure centrale est l'actionnaire.
Radio (Nikola Tesla, 1893) & télévision (John Baird, 1926) Médias audiovisuels permettant la diffusion continue de l'information en son et en image.	Réflexion hyperéconomique Conçu à l'origine comme un espace public de controverse scientifique, le Web – et surtout les pratiques de ses utilisateurs – sont aujourd'hui dictés et conditionnés par des plateformes marchandes aux intérêts hégémoniques (Google, Amazon, Facebook, Apple, etc.). Si c'est gratuit, vous êtes le produit.	Capitalisme hyperconsumériste Le GAFAM base son modèle économique sur la réarticulation du rapport entre consommation et production. Le consommateur est à l'origine de la création de valeur. Ce paradoxe résulte d'une utilisation de l'essence contributive du Web au service du paradigme publicitaire. La figure centrale est l'utilisateur (ou la donnée ou l'automate).
Télévision en direct (BBC, 1er reportage en direct, 1937) La télévision fonctionne sur le modèle d'une industrie de programmes. Le couronnement du roi George VI s'annonce comme l'antichambre de Big Brother.	Capitalisme consumériste financiarisé La révolution néolibérale (fin des années 1970) incarnée par le TINA « There is no alternative » sonne l'avènement de la financiarisation de l'économie. Afin de distribuer les dividendes, la direction financière et marketing devient le pôle de décision de l'entreprise. La figure centrale est l'actionnaire.	Capitalisme consumériste financiarisé La révolution néolibérale (fin des années 1970) incarnée par le TINA « There is no alternative » sonne l'avènement de la financiarisation de l'économie. Afin de distribuer les dividendes, la direction financière et marketing devient le pôle de décision de l'entreprise. La figure centrale est l'actionnaire.
Télévision par satellite (AT & T, satellite Telstar, 1962) La quasi-totalité de la surface terrestre peut être couverte par ces nouveaux engins de télédiffusion. Les Arapèches et les Nambikwara vont bientôt goûter au Coca-Cola.	Réflexion hyperéconomique Conçu à l'origine comme un espace public de controverse scientifique, le Web – et surtout les pratiques de ses utilisateurs – sont aujourd'hui dictés et conditionnés par des plateformes marchandes aux intérêts hégémoniques (Google, Amazon, Facebook, Apple, etc.). Si c'est gratuit, vous êtes le produit.	Capitalisme hyperconsumériste Le GAFAM base son modèle économique sur la réarticulation du rapport entre consommation et production. Le consommateur est à l'origine de la création de valeur. Ce paradoxe résulte d'une utilisation de l'essence contributive du Web au service du paradigme publicitaire. La figure centrale est l'utilisateur (ou la donnée ou l'automate).
Web (Tim Berners-Lee, Robert Cailliau, 1993) La création du Web, en tant que réseau des réseaux, incarne un nouveau type de média de masse au fonctionnement ouvert, gratuit, neutre, horizontal et sans frontière.	Réflexion hyperéconomique Conçu à l'origine comme un espace public de controverse scientifique, le Web – et surtout les pratiques de ses utilisateurs – sont aujourd'hui dictés et conditionnés par des plateformes marchandes aux intérêts hégémoniques (Google, Amazon, Facebook, Apple, etc.). Si c'est gratuit, vous êtes le produit.	Capitalisme hyperconsumériste Le GAFAM base son modèle économique sur la réarticulation du rapport entre consommation et production. Le consommateur est à l'origine de la création de valeur. Ce paradoxe résulte d'une utilisation de l'essence contributive du Web au service du paradigme publicitaire. La figure centrale est l'utilisateur (ou la donnée ou l'automate).

SYSTÈME D'INFORMATION

L'humain évolue en extériorisant son savoir sur des supports. La diffusion massive de ces objets pose l'enjeu du traitement de l'information.

MÉCANISMES APPLIQUÉS

Les mécanismes éditoriaux et les méthodes de publication conçus et appliqués selon le dogme théorique de l'époque servent les intérêts économiques et le pouvoir politique dominant.



L'INFORMATION D'INTÉRÊT GÉNÉRAL : UN BIEN COMMUN AU SERVICE DU DÉBAT POLITIQUE

Si l'exercice de la critique amène à la déconstruction d'un système alors l'expérimentation conduira à sa reconstruction. Auteur de Libération, de Sartre à Rothschild et rédacteur en chef adjoint du journal d'information générale Le Monde Diplomatique, Pierre Rimbart s'attache depuis de nombreuses années à dépeindre le paysage médiatique français. Critique avisé du secteur de la presse, il n'en est pas moins force de proposition. Ainsi, fin 2014, dans les colonnes du mensuel, il propose au lecteur les bases de réflexion permettant de penser le financement d'une presse d'intérêt général ou, comme l'avait proposé le Conseil National de la Résistance à son époque : une presse libre¹.

DES CANARDS ENCHAÎNÉS

« Tout individu a droit à la liberté d'opinion et d'expression, ce qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de chercher, de recevoir et de répandre, sans considérations de frontières, les informations et les idées par quelque moyen d'expression que ce soit² ». Sur le plan international, la majorité des nations érige la liberté d'expression en qualité de droit fondamental et inaliénable au sein de leur propre constitution. Or, dans ces mêmes États, la propriété des moyens d'information est l'apanage de puissances industrielles et financières. Les médias principaux verrouillent la parole contraire et ne représentent plus qu'une infime partie de l'opinion publique.

La France n'échappe pas à ce navrant constat. Bien au contraire, elle illustre la concentration des moyens d'information au profit de l'intérêt de quelques-uns. Maintenu en l'état par le double mécanisme – propriété privée et modèle publicitaire – la presse bénéficie de plus, d'une perfusion monétaire conséquente. Injectée directement par l'État sous la forme « d'aide à la presse », cette somme représente près d'1/5^e du budget des périodiques d'information politique et générale. Actuellement, l'ensemble des dépenses réalisées par le secteur (coûts de rédaction, production, distribution, administration), auxquelles vient s'ajouter le versement de dividendes aux propriétaires, est supérieur aux simples recettes liées aux ventes et au versement de la subvention publique. Seules les recettes publicitaires assurent l'équilibre budgétaire. Comment se libérer de cette double tutelle, capitalisation privée et subvention d'État,

1 Conseil National de la Résistance, Les Jours Heureux par le C.N.R., 1944
2 Assemblée générale des Nations unies, Déclaration universelle des droits de l'Homme, 1948

autorisant les pouvoirs exécutifs et financiers à conserver un droit de regard sur les lignes éditoriales ?

DÉLIVRER LA PRESSE DE SON OBLIGATION DE RENTABILITÉ : LA RÉFORME DES STATUTS

Dans l'article « Projet pour une presse libre », Pierre Rimbart expose « une ambivalence vieille de deux siècles : l'information est pensée comme un bien public, mais produite comme une marchandise. » Selon lui, il conviendrait dans un premier temps de scinder le secteur presse en deux parties. D'une part, se trouverait la presse dite « lucrative », une presse de divertissement, dans laquelle les recettes publicitaires pourraient perdurer. En revanche, la presse dite « d'intérêt général », s'élaborerait sur la base d'un nouveau statut propre aux organes de presse d'information générale : « le statut d'entreprises de presse non lucratives ». Conformément à la proposition législative visant la création d'un statut spécifique formulée par les sociétés de rédacteurs au milieu des années 1960, ces organes de presse se verraient transformés en « sociétés commerciales à but non lucratif ou à lucrativité limitée³ ». La préoccupation de cette presse ne sera plus le profit commercial, destiné au versement de dividendes à leurs propriétaires respectifs. Tout excédent, lié à la vente du journal, sera versé au bénéfice d'un organe servant les intérêts de la communauté, autrement dit de la profession.

MUTUALISER LA CHAÎNE DE PRODUCTION : « LE SERVICE COMMUN »

Entendons ici qu'il ne s'agit pas d'une nationalisation (appartenance à l'État) mais d'une mutualisation. « Le Service commun procurerait aux journaux – imprimés ou en ligne – non seulement les imprimeries, le papier, les messageries qui achèment les liasses, une partie des kiosques mais également des locaux, des serveurs, des outils de stockage et de diffusion, des moyens de recherche et de développement. Il fournirait à toutes les entreprises de presse d'intérêt général les services administratifs, comptables, juridiques, commerciaux, et opérerait une plateforme commune d'abonnement, de paiement et de gestion de base de données⁴ ». De cette façon, délestées de la contrainte logistique et administrative, les entreprises de presse verront leur masse salariale constituée uniquement par leurs seuls journalistes. Ce poste de dépense ainsi qu'une partie du fonctionnement du « Service » étant assumés par leurs recettes de ventes. Par la suite, tout excédent réalisé sera reversé au « Service ». Notons que ce seul apport ne suffit pas à assurer le bon fonctionnement du service mutualisé puisque plus de la moitié de ses

3 Pierre Rimbart, « Sociétés de rédacteurs, un rêve de journaliste », Le Monde Diplomatique, mai 2007
4 Pierre Rimbart, « Projet pour une presse libre », Le Monde Diplomatique, décembre 2014

ressources proviennent de la caisse information et de la cotisation qui lui est confiée.

DE LA « BÉQUILLE PUBLIQUE » AU « BIEN COMMUN »

« Au fond, quoi de plus logique que cette conquête sociale prenne en charge un bien collectif ?⁵ » Pensé dans cette optique, le modèle de financement reposerait sur la contribution financière de tous les citoyens prenant la forme d'une « cotisation information ». La forme actuelle du système inclut une aide de l'État versée chaque année au secteur sous la forme de subventions et d'allègements fiscaux. Basée sur le principe de la sécurité sociale, la « cotisation information » sera prélevée sur « la valeur ajoutée et acquittée par toutes les entreprises et les administrations ». Dès lors, les individus de la nation contribueraient directement à l'essor de la presse qui les informe. À tous ceux qui criaient haro sur une appropriation de l'État des organes de presse, Pierre Rimbart, ironise : « MM. Bergé, Niel et Pigasse ont acheté Le Monde en 2010 pour 60 millions d'euros ; entre 2009 et 2013, l'État a versé 90 millions d'euros à ce groupe. [...] Si la règle du « qui finance contrôle » s'appliquait, l'État serait propriétaire d'un très vaste groupe de presse⁶ ». Supprimer la mainmise des intérêts privés et s'affranchir du soutien de la puissance publique : autant de conditions sine qua non à l'existence d'une presse « d'intérêt général » garantissant, par l'existence d'un pluralisme des courants d'opinion, l'enrichissement du débat politique. ■

PIERRE RIMBART
« Une ambivalence vieille de deux siècles : l'information est pensée comme un bien public, mais produite comme une marchandise. »

WALTER LIPPMANN : LA FABRIQUE DU CONSENTEMENT

Tour à tour journaliste, écrivain, commentateur et conseiller politique, l'américain Walter Lippmann aura marqué le XX^e siècle en altérant irrémédiablement le visage de la démocratie. Avis aux personnes atteintes de scepticisme démocratique : vous ne trouverez aucun remède dans ces lignes. Notre homme s'est employé à esquiver des portraits cinglants de la démocratie et du citoyen dans *Public Opinion* (1922) et *The Phantom Public* (1925). Suite à cette sape des idées socialistes et démocrates, il s'attellera à « rénover » le libéralisme dans *The Good Society* (1937), ouvrage qui inspirera le colloque Lippmann, réunissant des partisans du libéralisme sous toutes ses formes¹.

L'ILLUSION DE LA DÉMOCRATIE

L'œuvre de Lippmann porte un regard singulier sur le modèle démocratique. Son analyse s'ancre dans un contexte tant personnel qu'historique : les États du monde entier sont tiraillés entre des aspirations totalitaires et libertaires ; l'homme s'abreuve d'une littérature à la fois collectiviste et libérale. Après son passage à Harvard et son implication socialiste, le journaliste s'emparera des idées libérales de ses contemporains – son professeur et ancien socialiste Graham Wallas, les économistes Ludwig von Mises et Friedrich Hayek. Alimenté par sa désillusion face aux principes socialistes et son rejet de la démagogie démocrate, Lippmann se livrera donc à une critique acerbe de ce qu'il appelle « la doctrine du citoyen omniscipotent² ». Devant la complexité du monde moderne, la démocratie originelle ne peut s'appliquer qu'à un « village de campagne³ ». En d'autres mots, ceux de Bruno Latour⁴, « ce qui était possible pour les petites cités grecques, à la limite pour les États nations, ne l'est plus par temps de mondialisation ».

Mais dans la pensée de Lippmann, c'est en réalité la figure du citoyen qui prend du plomb dans l'aile. Absorbés par l'alternance de travail et de divertissement, les supposés citoyens n'ont ni l'envie, ni la vertu pour s'occuper des « affaires publiques ». Le théâtre démocratique se jouerait donc sans son acteur principal, relégué au statut de « spectateur sourd assis dans la rangée

de derrière⁵ ». Pour Lippmann, le rôle du public se résume en deux actions : s'aligner et se retenir d'interférer (*to align without meddling*). Sa participation se limite en somme à appuyer ou rejeter la position d'un parti, à voter pour ou contre une proposition politique. Ensuite, l'homme du peuple doit s'abstenir de jouer un rôle quelconque afin de ne pas parasiter le débat par son ignorance et ses remarques triviales. La liste s'arrête là. Le suivismisme et la retenue sont les deux grandes responsabilités politiques du citoyen. Agir directement sur la scène politique le rendrait juge et parti, ce qui n'est pas souhaitable et entraînerait des conflits d'intérêts. En effet, dans la théorie de Lippmann, « les intérêts communs émanent entièrement l'opinion publique et ne peuvent être gérés que par une classe spécialisée dont l'intérêt personnel se situe bien au-delà du plan local.⁶ » L'exercice de la démocratie doit donc être confié à une classe spécialisée et avisée, une élite politique. Nous l'aurons compris : le petit s'éclipse devant les grands, l'amateur laisse travailler les professionnels.

LA CONSÉCRATION DE L'EXPERTISE

Recevoir l'appui du peuple, ça se mérite. Ou du moins ça se fabrique. Dans tous les cas, c'est un prérequis pour ceux qui gouvernent. Il s'agit d'être légitime concernant la conduite de la machine « démocratique ». Pour ce faire, il va être question pour l'élite en place (ou prétendant au pouvoir) de susciter le consentement, ou autrement dit, d'aiguiller l'opinion publique dans son sens. L'opinion publique ? C'est l'ensemble des représentations, « préjugés » et « stéréotypes » d'une population. La réalité étant infiniment complexe, il est nécessaire de s'en forger des images mentales simplifiées, des approximations. Toute la subtilité de la « fabrication du consentement » (*manufacture of consent*)⁷ réside dans la manipulation de ces « images dans la tête⁸ » des citoyens.

WALTER LIPPMANN
Le théâtre démocratique se jouerait donc sans son acteur principal, relégué au statut de « spectateur sourd assis dans la rangée de derrière ».

« La création du consentement n'est pas une discipline nouvelle. Elle est très ancienne et avait pratiquement disparu avec l'apparition de la démocratie. Mais elle ne s'est pas éteinte. Elle a en réalité énormément gagné en technique...⁹ » S'entourer de techniciens semble indispensable pour tenir la barre de la démocratie lippmannienne¹⁰. La classe politique convoque ainsi des spécialistes en tout genre :

« statisticiens, comptables, contrôleurs de gestion, conseillers industriels, ingénieurs de toutes espèces, organisateurs scientifiques,

chercheurs, scientifiques.¹¹ » Pour les dirigeants, ils sont autant de moyens d'action sur le monde. Soit pour prendre la température de l'opinion publique et rester informés des événements d'importance sociale – cette captation des faits étant réservée aux scientifiques pour garantir à tous une « communication sans malentendu¹² ». Soit pour répandre des idées et valeurs via des dispositifs médiatiques considérés par le public comme des « fontaines de vérité¹³ ». La presse, la radio et la télévision, gérées par des professionnels, ne peuvent qu'être objectives et légitimes dans la diffusion d'informations claires et sélectionnées pour leur pertinence. Investis du statut de « sources de connaissances », les médias sont au premier plan pour toucher l'opinion publique.

Dans la logique de Walter Lippmann, cette légion d'experts est la grande garante de méthodes rigoureuses, rationnelles et surtout objectives dans le déroulement décisionnel de la démocratie. L'important reste d'éviter le choc des opinions diverses et désordonnées de la masse ignorante¹⁴ : Lippmann nous l'a appris, le citoyen et sa subjectivité ne sont plus nécessaires dans le mécanisme démocratique. Il les considère comme nuisibles. En définitive, la démocratie représentative est sévèrement ébranlée. Même le résultat d'une élection n'est plus un choix de la majorité mais le succès d'une mise en scène efficace des candidats élus¹⁵. Le citoyen obsolète est évacué du casting et n'a plus qu'à contempler les spécialistes de la politique jouer le spectacle démocratique, sur fond de raison et de vérité. ■

11 Walter Lippmann, *Public Opinion*, pp. 124-125
12 Walter Lippmann, *op. cit.*, p. 25
13 Walter Lippmann, *op. cit.*, p. 110
14 « Dans la vision de Lippmann, le rôle de la presse était de faire circuler l'information et non d'encourager la discussion », Christopher Lasch, *La révolte des élites et la trahison de la démocratie*, 1994, p. 176
15 Notons que l'écrivain américain Herbert George Wells s'amusa à confondre les termes « élections » et « sélections », en raison du choix toujours restreint de candidats. Walter Lippmann, *Public Opinion*, p. 81



EDWARD BERNAYS : LA MANIPULATION DE L'OPINION PUBLIQUE EN DÉMOCRATIE

« D'où, naturellement, la question suivante : si l'on parvenait à comprendre le mécanisme 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 ? » EDWARD BERNAYS

www.controverse.co/edward-bernaes

NOAM CHOMSKY
La fabrication du consentement De la propagande médiatique en démocratie avec Edward Herman (2008)
Noam Chomsky (né en 1928) est professeur de linguistique au MIT. Intellectuel dissident, il s'engage dans une réflexion contre les élites et la pensée dominante. Cet activisme politique se traduit par des travaux critiques sur les médias de masse, l'impérialisme militaire américain et les armes idéologiques du pouvoir en démocratie.

WALTER LIPPMANN
Public Opinion (1922)
The Phantom Public (1925)
Walter Lippmann (1889-1974) avait le sens de la formule : ce penser popularisa les expressions « fabrication du consentement » dès 1922 et « guerre froide » en 1947. En plus d'être le principal théoricien du journalisme moderne, il organisa le colloque Lippmann en 1938 pour définir un nouvel esprit du libéralisme : le néolibéralisme.

CHRISTOPHER LASCH
La révolte des élites et la trahison de la démocratie (1994)
Christopher Lasch (1932-1994) est un historien américain critique de la société thérapeutique et du narcissisme contemporain, pourfendeur des industries culturelles et des nouvelles élites du capitalisme avancé.

« L'ART DE LA CONTROVERSE » CONDITION DE LA DÉMOCRATIE

L'historien Bernard Manin observe trois phases de la démocratie représentative : le parlementarisme (place majeure accordée à la délibération de notables), la démocratie de partis (censés représenter l'opinion publique et les rapports de force sociaux) et la démocratie du public qui serait notre régime actuel (partis structurés et fédérés derrière une personnalité plutôt qu'un solide programme)¹⁰. Cette typologie ne bat-elle pas de l'aile au regard de l'état de notre modèle médiatique ? Dans un système où l'élection est le dispositif central d'accès au pouvoir, l'opinion est le nerf de la guerre. Comment empêcher l'allégeance des hommes politiques à leurs homologues du CAC 40, quand ceux-ci possèdent une force redoutable de matraquage des esprits à travers les médias de masse ? Sans évoquer les cas d'école de collisions dans lesquels on les retrouve en tant que « philanthropes, non plus comme une condition du débat mais comme sa valeur ajoutée. Engagez une discussion qui captive entièrement votre attention, vous vous transformerez en chercheurs avides d'informations pertinentes. La chef pourrait bien être de retrouver ce que Christopher Lasch appelle « l'art de la controverse¹⁴ ».

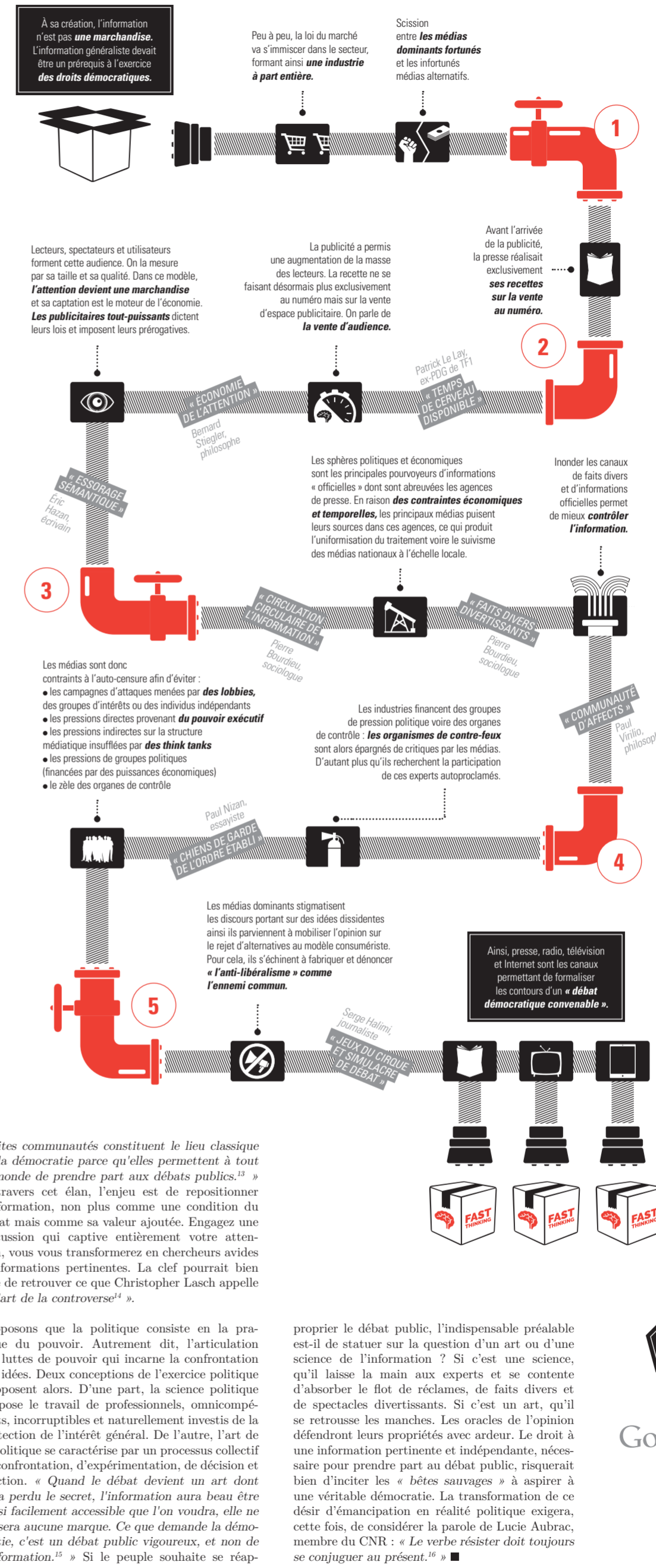
CHRISTOPHER LASCH
« L'art de la controverse » contre « la paisible ignorance »

financiers des campagnes électorales¹¹. Pour James Madison, le gouvernement en démocratie est exercé par les « êtres les plus capables » et cet exercice est destiné à « maintenir la minorité fortunée à l'abri de la majorité¹² ». En même temps, si les plus capables sont les plus fortunés, pourquoi aurait-on notre mot à dire ?

Toutefois, « le troupeau » peut envisager une alternative à cette nouvelle ère de la « démocratie des multinationales ». Le corps social doit prendre conscience que sa responsabilisation politique passe inévitablement par une reconquête du traitement de l'information. « Si nous maintenons fermement que le débat est l'essence de l'éducation, nous défendrons la démocratie comme la forme de gouvernement non pas la plus efficace mais la plus éducative, telle qu'elle étend aussi largement que possible le cercle de la discussion et oblige ainsi tous les citoyens à articuler leurs conceptions, à les mettre en danger et à cultiver les vertus de l'éloquence, de la clarté de pensée et d'expression, et du jugement solide. Comme le relevait Lippmann, les

10 Bernard Manin, *Principe du gouvernement représentatif*, 1995, p. 217
11 « 2012 Presidential Race », in *OpenSecrets.net*, mars 2013
12 Norman Baillargoon, Préface, in *Propaganda*, 2007, p. 18

LES FILTRES DE LA PROPAGANDE INFORMATIONNELLE ET MÉDIATIQUE



1. CONCENTRATION

« Les groupes multimédias dominants sont des entreprises très importantes contrôlées par des personnes très riches ou des administrateurs sous étroite surveillance de propriétaires et autres forces orientées vers le profit. Ils sont en outre interdépendants et partagent des intérêts communs avec d'autres multinationales bancaires et gouvernements. »

2. MARCHANDISATION

« Les médias dépendants de la publicité sont en fait subventionnés par elle, ce qui leur permet d'atteindre un rapport qualité-prix grâce auquel ils distancent et affaiblissent leurs concurrents qui en sont dépourvus (ou sont négligés par les annonceurs). »

3. STANDARDISATION

« Les médias sont en symbiose avec de puissantes sources d'information pour des raisons économiques et du fait d'intérêts partagés. Ils ont impérativement besoin d'un flux continu d'information brute. Ils sont confrontés à une demande d'information quotidienne et à une grille horaire qu'ils doivent remplir. [...] Les limites de leurs budgets leur imposent donc de concentrer leurs moyens là où les événements sont significatifs, où abondent fuites et rumeurs et se tiennent les conférences de presse. »

4. PRESSION

« Les méthodes de contre-feux peuvent prendre la forme de lettres, de mails, de coups de téléphone, de pétitions, de poursuites judiciaires, de déclarations, de pétitions au Parlement et autres protestations, menaces et représailles. Elles peuvent être organisées nationalement et localement ou être totalement le fait de l'action d'individus indépendants. »

5. GLOBALISATION

« La culture et l'idéologie qui nourrit ce processus de globalisation reposent largement sur le style de vie branché et l'accès aux biens de consommation qui la caractérise – une situation tendant à saper le sentiment d'appartenance à une communauté civique. [...] La marque de fabrique du système médiatique global est son mercantilisme impitoyable et omniprésent. »

1 Au début du XX^e siècle, l'idéologie libérale se consume devant l'interventionnisme croissant de l'État américain et la poussée totalitaire en Europe, deux tendances liberticides qui justifient pour Lippmann la création d'un sommet libéral.
2 Walter Lippmann, *Public Opinion*, 1922, p. 98
3 *Ibid*
4 Bruno Latour, Préface, in *Le public fantôme*, 2008, p. 20

5 Walter Lippmann, *The Phantom Public*, 1925, pp. 13-39
6 Walter Lippmann, *Public Opinion*, p. 106
7 Walter Lippmann, *op. cit.*, p. 87
8 Walter Lippmann, *op. cit.*, p. 13
9 Walter Lippmann, *op. cit.*, p. 87
10 « The Great Society had grown furiously and to colossal dimensions by the application of technical knowledge. [...] It could be brought under human control only by the technic which had created it. » Walter Lippmann, *op. cit.*, pp. 124-125

6 Christopher Lasch, *La révolte des élites et la trahison de la démocratie*, 1994, p. 173
7 Christopher Lasch, *op. cit.*, pp. 174-175
8 Walter Lippmann, *The Phantom Public*, 1925, p. 155
9 *Ibid*

13 Christopher Lasch, *La révolte des élites et la trahison de la démocratie*, 1994, p. 177
14 Christopher Lasch, *op. cit.*, p. 167
15 Christopher Lasch, *op. cit.*, p. 168

16 Entretien avec Lucie et Raymond Aubrac. « Le verbe résister doit toujours se conjuguer au présent. »

CONTRIBUER AU PROJET

QUEL PROJET ?



GRATUIT

Controverse est gratuit, nous concevons l'information comme un bien d'intérêt général.



INDÉPENDANT

L'appel à contributions assure l'indépendance de notre discours et nous libère de la publicité.



ALTERNATIF

L'accès aux concepts scientifiques permet l'appropriation d'idées à contre-courant.

PLATEFORME ÉDITORIALE D'INFORMATION

CONTROVERSE

POURQUOI S'ENGAGER ?



PUBLIER

Cette publication propose une information traitée en profondeur à travers un regard critique.



DIFFUSER

Ce projet contribue à diffuser de nouveaux modes de penser, de faire et de vivre.



CONSTITUER

Cette initiative aspire à structurer une masse critique afin de se saisir du débat public.

PARTICIPER À LA PUBLICATION DU PROCHAIN NUMÉRO

#01

COMMENT COFINANCER ?



MULTITUDE

Devenez contributeurs, quel que soit le soutien, les petits ruisseaux font les grandes rivières.



RÉSEAUX

Créez un élan collectif en faisant connaître l'initiative par le bouche-à-oreille.



COMMUN

Contribuez à un projet dédié au bien commun en soutenant l'existence de Controverse.

PLATEFORME DE FINANCEMENT COLLABORATIF

tipeee
.com

WWW.TIPEEE.COM/CONTROVERSE