La propagande n’a plus du tout le même visage qu’elle avait pendant les guerres du XXème siècle, nous allons à travers 3 textes de comprendre ce changement. Les documents proviennent de journaux en ligne : Le Figaro et Sud Ouest et du site de Sciences Po. Le thème commun à ces documents est la propagande et ces documents traitent de son histoire, de l’évolution qu’elle a subie et de son état actuel. Nous pourrons nous demander alors logiquement comment la propagande a changée et quelles sont les conséquences de ce changement. Nous allons donc dans un premier temps revenir aux prémices de la propagande pour comprendre son utilisation première dans son contexte, puis nous traiterons de la propagande 2.0 et enfin de la propagande russe.

La propagande est une invention démocratique, il s’agit « d’une stratégie de communication de masse ayant pour objectif d’agir sur l’opinion et l’action des individus ». Son utilisation jugée légitime et permet donc de contrôler les individualités afin de contrôler à plus grande échelle les masses. Nécessaire en temps de guerre pour mobiliser, elle s’introduira progressivement dans des contextes de paix à travers la guerre froide avec l’entrée de la propagande blanche, dites « assumée » par le gouvernement. Le mot propagande disparait aux alentours de 1980 au profit du mot communication moins chargé d’idées de manipulation, plus neutre.

Avec l’essor du Web 2.0, des réseaux sociaux une « nouvelle » propagande voit le jour, les médias électriques comme la télévision ou la radio sont remplacés par des médias électroniques qui permettent un retour instantané du récepteur vers l’émetteur. La propagande 2.0 permet d’être plus ciblée et personnalisé ce qui accentue son aspect persuasif, d’autant qu’elle devient quasiment imperceptible. La science permet également de renforcer cette force de propagande grâce aux « Data Mining », à l’évolution de sciences humaines tels que la psychologie ou encore aux sciences cognitives à travers une étude plus développée des individus. La propagande cybernétique tend également à multiplier les informations qui peuvent être vraies ou pas. Les réseaux sociaux ont accentué l’effet du phénomène « d’exposition sélective » ; phénomène qui privilégie les informations allant dans notre sens et à réfuter les autres. Ce phénomène permet en outre de favoriser un cloisonnement idéologique et permet la naissance de « super leaders d’opinion » ayant une capacité d’influence démultipliée.

Analogiquement aux États-Unis et à l’influence de « l’American Way of Life », la Russie étend son influence à travers une propagande « douce ». La Russie essaye d’accroitre sa puissance d’attraction à travers la télévision et la chaîne RT par exemple, à travers sa diaspora en fidélisant des publics pouvant avoir des attaches culturelles et spirituelles à la Russie et à travers une image qui se veut positive. Le « Soft Power » russe favorise la culture, les valeurs et l’action politique à mettre en avant, car son attractivité limitée pousse le gouvernement à fragiliser le potentiel d’attraction des pays occidentaux plutôt qu’à renforcer le sien. La Russie mène donc une véritable « guerre de l’information » pour déstabiliser les démocraties libérales et conditionner l’opinion des électeurs sur les réseaux sociaux.

La propagande a depuis toujours été utilisé dans les sociétés dans des contextes de guerre et de mobilisation puis dans des contextes de paix et d’économie. La propagande permet d’influencer, de persuader, de manipuler les foules dans un but précis. La propagande 2.0 à accentuer cet effet, car la technologie devient omniprésente et que les individus rencontrent sans cesse de la propagande qui leur devient presque invisible. Une alternative à la propagande est l’éducation, la réhabilitation de l’humain au-devant de la propagande pour que celui-ci parvienne à développer son esprit critique et son libre arbitre. Car, la propagande actuelle est d’une efficacité redoutable et il en faut connaître les subtilités pour pouvoir la maîtriser et ne pas devenir un pion par le gouvernement et les sociétés propagandistes.