Dire, diriger (1) Manipuler par le discours

Plan de la séance

1. Comment faire fumer les femmes ?

2. L'aliénation et le consentement

3. Étude de cas : le problème lexicologique derrière le débat du travail dominical en 2007

PREMIÈRE PARTIE Comment faire fumer les femmes ?

L'inventeur de la propagande

- Edward Bernays (1891-1995)
 - Publicitaire américain
- Propaganda, comment manipuler l'opinion en démocratie, 1928.
 - Mode d'emploi de la manipulation de l'opinion en démocratie.
- Travail proche de celui de Machiavel
 - Conseiller les puissants : comment prendre le pouvoir et le conserver ?
 - Le peuple ne doit jamais être contraint, sinon il se rebelle.
 - L'objectif de la propagande : maintenir l'illusion que les individus sont libres.
 - Si le langage permet bien de dire le réel, il permet aussi de le contrôler, de le modifier.



Comment faire fumer les femmes ?

- Dans les années 1920, la firme américaine Lucky Strike emploie Edward Bernays pour augmenter ses ventes de cigarettes.
- La cigarette est un produit masculin : Edward Bernays choisit de *cibler les femmes*.
 - Les fumoirs sont réservés aux hommes.
 - La cigarette est perçue comme un accessoire de cabaretière ou de prostituée.
- Que le produit soit bon ou mauvais n'a pas d'importance...
- ...pour être consommé, la perception qui l'entoure doit être positive.

Les torches de la liberté

- Les US des années 1920 connaissent une *première vague féministe*.
 - Les femmes réclament des droits et veulent s'identifier aux hommes par des pratiques sociales : travail, sport, mode...
- Fumer des cigarettes = acte symbolique d'émancipation des femmes.
 - Lucky Strike finance une manifestation féministe à New-York.
 - La cigarette est désormais associée à une nouvelle image féminine : femme urbaine, éduquée, libre, sophistiquée, moderne.



Poursuite de la propagande





- Les consommatrices se plaignent néanmoins : goût trop fort du tabac brun, fumée brûlante, etc.
 - Développement d'une gamme de produits qui ciblent les femmes : cigarettes au tabac blond, nouvelles techniques de séchage du tabac, portecigarette...
 - Contrats de sponsoring avec de grandes actrices hollywoodiennes ou des chanteuses de music-hall.
 - Financement d'études médicales démontrant que la cigarette fait mincir!

DEUXIÈME PARTIE L'aliénation et le consentement

Principes de la propagande de Bernays

- La *propagande* utilise les outils de la rhétorique pour manipuler l'opinion.
 - Faire penser au peuple ce qu'on veut qu'il pense.

- Le choix des mots
 - Nous disposons toujours d'une très large palette de mots...
 - ...employer un mot plutôt qu'un autre a donc toujours du sens.
- Le poids des mots
 - Les mots que nous employons sont toujours liés à des affects.
 - Ils sont aussi connotés.

Les tours rhétoriques de Bernays

- La syllepse : « An ancient prejudice has been removed ! »
 - Emploi polysémique d'un mot dans un énoncé.
 - Le mot possède plusieurs sens en même temps et délivre un double discours.
- « Prejudice »
 - Sens 1 : le « *préjudice* » subi par les consommatrices qui demandaient un tabac plus doux.
 - Sens 2 : le « *préjugé* » selon lequel les femmes sont socialement soumises aux hommes.

Les tours rhétoriques de Bernays

- La métaphore : « Torches of freedom »
 - Désignation d'un objet a (le comparé) par un objet b (le comparant)
 - Les deux objets ne se ressemblent pas mais possèdent une caractéristique commune sur laquelle la métaphore attire l'attention.
- « Torches »
 - Comparé/comparant = feu, lumière.
 - Torche = instrument d'une illumination métaphorique, éclaire les ténèbres...
 - Manichéisme (lumière vs ténèbres // bien vs mal)
 - CDN « freedom » = éclaire notre jugement, dissipe les ombres des préjugés, permet l'émancipation par la lutte contre l'obscurantisme.

La propagande produit une forme d'aliénation

- Aliénation = soumission de notre désir au désir d'un autre.
 - Les citoyens d'Oceania et Big Brother dans 1984...
 - Les femmes et Lucky Strike dans les US des années 1920 ...

Processus inconscient.

- Peut-on dire que les femmes américaines des 1920 font le choix conscient de fumer des cigarettes ? Ou sont-elles aliénées ?
 - Remise en cause du *consentement* individuel.
 - Noam Chomsky, La Fabrication du Consentement.

Un exemple de technique de manipulation :

la technique du « pour ou contre »

- Technique commerciale mise en place par Bernays dès les *années 1910*.
 - Employé par l'État pour justifier l'engagement des US dans la Première Guerre mondiale.

- Le « *pour* ou *contre* » fabrique une narration par le choix des mots.
- Associer l'acte qu'on cherche à produire chez le consommateur à un ou plusieurs *signifiants* connotés positivement.
 - Constitution d'une défense en cas de débat.
 - Rend la nuance difficile.
- Entrer en guerre contre l'Allemagne = justice, liberté des peuples...

TROISIÈME PARTIE Étude de cas : le problème lexicologique derrière le débat du travail dominical en 2007

De la Loi à la loi

- Jour de repos dominical = tradition chrétienne très implantée en France.
 - Jour de prière = contemplation.
 - Deutéronome 5:12-14

- Tradition ouvrière = loi de 1906
 - Dimanche = dédié à la famille, aux proches ou aux activités récréatives et contemplatives.

Les prémices du débat

- Conflit politique réactivé par la droite française en 2007 = très médiatisé.
- Réforme au depart très impopulaire!
- Opposition juridique posée en termes idéologiques :
 - Droite : revendication de la liberté individuelle.
 - Gauche : revendication de l'émancipation culturelle.



Les termes du débat

- Polarisation du débat dans la sphère politique autour du signifiant « liberté »
- Liberté personnelle.
 - Disposer de son temps.
 - Gagner plus d'argent.
 - Émancipation du corps social = le citoyen est libre d'affirmer son individualité.
 - Pré-requis démocratique.
- Problème terminologique :

AVOIR LE DROIT ≠ ÊTRE LIBRE





Un débat confus...

- En 2007, le débat est donc orienté par la confusion terminologique entre « *droit* » et « *liberté* ».
- Être contre le travail du dimanche...
 - Contre l'enrichissement personnel,
 l'individualisme et le libéralisme = critique de la gauche sociale.
 - Réactionnaire, contre le progrès = critique des milieux chrétiens conservateurs.
 - Contre l'avis majoritaire, anti-démocrate = critique des extrêmes.

UNE MAJORITÉ DE FRANÇAIS SONT POUR LE TRAUAIL LE DIMANCHE



Une question aliénante...

- Qu'est-ce que la loi a changé ?
 - La question du travail dominical se pose surtout dans les milieux ouvriers.
 - Salaires bas, tâches pénibles... Et nécessité de gagner plus.
 - Dans les milieux des cadres et des fonctionnaires... Pas grand chose.
- Les salaries sont-ils aliénés ?
 - Salaire = survie.
- Revendiquer la liberté d'avoir moins de temps libre.



En conclusion...

- Bernays: le choix des mots et la conscience de leur importance dans le champ social permet de manipuler la population.
- Les mots sont chargés d'affects positifs et négatifs.
 - // signifiant vs signifié.
- Les mots permettent de contourner le *consentement* des individus par l'*aliénation* de leur processus de pensée.
 - Par exemple : la technique du « pour ou contre ».