

Dossier - La langue des démocraties libérales

Georges ORWELL - 1984 (1949)

« Ne voyez vous pas que le véritable but du novlangue est de restreindre les limites de la pensée ? A la fin, nous rendrons littéralement impossible le crime par la pensée car il n'y aura plus de mots pour l'exprimer. Tous les concepts nécessaires seront exprimés chacun exactement par un seul mot dont le sens sera rigoureusement délimité. Toutes les significations subsidiaires seront supprimées et oubliées. Déjà, dans la onzième édition, nous ne sommes pas loin de ce résultat. Mais le processus continuera encore longtemps après que vous et moi nous serons morts. Chaque année, de moins en moins de mots, et le champ de la conscience de plus en plus restreint. Il n'y a plus, dès maintenant, c'est certain, d'excuse ou de raison au crime par la pensée. C'est simplement une question de discipline personnelle, de maîtrise de soi-même. Mais même cette discipline sera inutile en fin de compte. La Révolution sera complète quand le langage sera parfait. Le novlangue est l'angsoc et l'angsoc est le novlang, ajouta-t-il avec une sorte de satisfaction mystique. Vous est-il jamais arrivé de penser, Winston, qu'en l'année 2050, au plus tard, il n'y aura pas un seul être humain vivant capable de comprendre une conversation comme celle que nous tenons maintenant ?

– Sauf... » commença Winston avec un accent dubitatif, mais il s'interrompit. Il avait sur le bout de la langue les mots : « Sauf les prolétaires », mais il se maîtrisa. Il n'était pas absolument certain que cette remarque fut tout à fait orthodoxe. Syme, cependant, avait deviné ce qu'il allait dire.

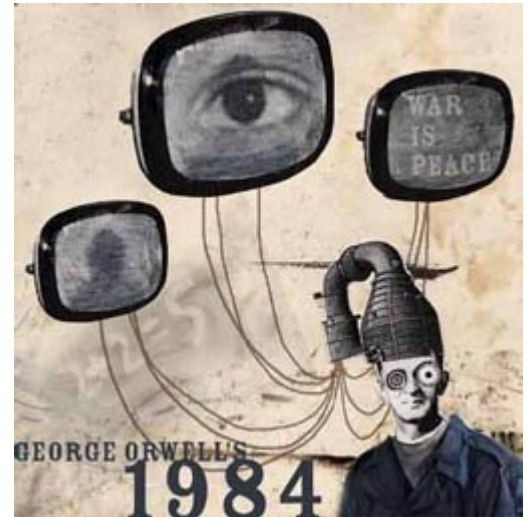
« Les prolétaires ne sont pas des êtres humains., dit-il négligemment. Vers 2050, plus tôt probablement, toute connaissance de l'ancienne langue aura disparu. Toute la littérature du passé aura été détruite. Chaucer, Shakespeare, Milton, Byron n'existeront plus qu'en version novlangue. Ils ne seront pas changés simplement en quelque chose de différent, ils seront changés en quelque chose qui sera le contraire de ce qu'ils étaient jusque-là. Même la littérature du Parti changera. Même les slogans changeront. Comment pourrait-il y avoir une devise comme « La Liberté c'est l'esclavage » alors que le concept même de la liberté aura été aboli ? Le climat total de la pensée sera autre. En fait, il n'y aura pas de pensée telle que nous la comprenons maintenant. Orthodoxie signifie non-pensant, qui n'a pas besoin de pensée. L'orthodoxie, c'est l'inconscience. »

Philippe BRETON - La parole manipulée (Ed. La Découverte, 1997)

Jean-Marie Domenach définit la propagande comme une technique mettant en application cinq règles de mise en forme : la *simplification*, notamment par la personnification d'un ennemi unique, le *grossissement*, qui permet de défigurer les faits, l'*orchestration* qui permet la répétition de messages ainsi simplifiés et défigurés, la *transfusion* qui permet de s'adapter aux différents publics, et enfin la *contagion*, en vue d'obtenir l'unanimité. On remarquera que cette manipulation, source d'efficacité propagandiste, est plus une déviation des pratiques ordinaires de la parole démocratique argumentative qu'une modalité radicalement différente du langage. Bien sûr, la déviation est essentielle, et ceux qui s'y adonnent franchissent la frontière séparant le discours pacifié du recours à la violence. Il n'en reste pas moins qu'il faut sans doute rompre avec la représentation du discours propagandiste comme une version diabolique du langage, dont les démocraties seraient indemnes.

Dans le domaine du politique, l'usage des techniques de propagande suppose que les publics qu'elles prennent pour cible aient le choix entre plusieurs doctrines ou systèmes d'idées. La propagande intervient toujours dans un contexte démocratique, ou, comme nous l'avons souligné plus haut, hantées par la fantôme de la démocratie. Comme le remarque l'auteur (non référencé) de l'article « Propagande » de l'Encyclopaedia Universalis : « C'est à partir du moment où la question du pouvoir est ouvertement posée, où sa figure n'est plus dissoute dans la représentation mythique ou religieuse d'un ordre du monde, que des méthodes spécifiques de conquête du consensus sont mises au point. En ce sens, l'origine de la propagande politique coïncide avec celle de la démocratie en Grèce. »

Pour qu'il y ait propagande, en effet, il faut qu'il y ait une lutte d'idées et que l'avis du peuple compte. Dans un contexte où la pure coercition suffit, la propagande n'a pas de sens. Mais l'objectif de la propagande est bien de supprimer la possibilité de choix qui est au fondement de la démocratie. Elle va donc le faire en donnant l'illusion d'un accord entre la propagandiste et sa victime. Jacques Ellul* souligne que l'existence de la propagande moderne est liée à une double prise de conscience, d'une part de l'efficacité effective sur les foules de la mise en œuvre de



techniques d'influence, d'autre part, de l'importance de la psychologie dans le domaine du politique. La propagande, mais aussi de façon plus générale d'autres techniques de manipulations psychologiques, peut donc être définie comme une méthode de présentation et de diffusion d'une opinion de telle manière que son récepteur croit être en accord avec elle et en même temps se trouve dans l'incapacité de faire un autre choix à son sujet.

* Jacques Ellul, Histoire de la propagande, PUF, Que sais-je ? (1967)

<p>Leçon de novlangue médiatique, par le Collectif « Les mots sont importants », 10 janvier 2010</p> <p><u>Lu dans la presse :</u></p> <p>« Un voleur à l'étalage connu des services de police est mort mardi après avoir été maîtrisé par des vigiles au magasin Carrefour de la Part-Dieu » (Rue 89, 30 décembre 2009)</p> <p>« Le cinéaste franco-polonais [Roman Polanski] est assigné en résidence en Suisse sur mandat d'arrêt américain pour une affaire de moeurs qui remonte à plus de 30 ans » (Libération, 7 janvier 2010)</p>	<p><u>Pas lu dans la presse :</u></p> <p>« Un jeune orphelin de 25 ans d'origine martiniquaise vivant en foyer [Michaël Blaise] a été tué par des vigiles pour une affaire de chapardage de canettes de bière à moins de 10 euros »</p> <p>« [Roman Polanski,] le violeur d'une mineure de 13 ans (droguée avant d'être sodomisée) est assigné à résidence en Suisse »</p> <p style="text-align: right;"><u>Question :</u> Pourquoi ?</p>
--	--

Eric HAZAN - *LQR, La propagande au quotidien* (Ed. Raisons d'agir, 2006)

Le terme de propagande évoque évidemment le souvenir de l'excellent Dr Goebbels qui en avait la charge sous la III^e Reich, et l'on pourra arguer que ce rapprochement implicite est quelque peu aventureux. Il est vrai que la LTI, création des services dirigés par Goebbels, était étroitement contrôlée par les organes de sécurité nazis alors que la LQR2 évolue sous l'effet d'une sorte de darwinisme sémantique³ : les mots et les formules les plus efficaces prolifèrent et prennent la place des énoncés point performants. La langue du III^e Reich disait de la façon la plus « vulgaire » possible le racisme le plus sauvage ; la LQR cherche à donner un vernis de respectabilité au racisme ordinaire. La LTI visait à galvaniser, à fanatiser ; la LQR s'emploie à assurer l'apathie, à pêcher le multi-tout-ce-qu'on-voudra du moment que l'ordre libéral n'est pas menacé. C'est une arme postmoderne, bien adaptée aux conditions « démocratiques » où il ne s'agit plus de l'emporter dans la guerre civile mais d'escamoter le conflit, de le rendre invisible et inaudible. Et comme un prestidigitateur qui conclurait son numéro en disparaissant dans son propre chapeau, la LQR réussit à se répandre sans que personne ou presque ne semble en remarquer le progrès – sans même parler de les dénoncer. Ce qui suit est une tentative pour identifier et décrypter cette nouvelle version de la banalité du mal.

La LQR n'est pas née d'une décision prise en haut lieu, pas plus qu'elle n'est l'aboutissement d'un complot. Elle est à la fois l'émanation du néolibéralisme et son instrument. Plus précisément, elle résulte de l'influence croissante, à partir des années 1960, de deux groupes aujourd'hui omniprésents parmi les *décideurs* de la constellation libérale, les économistes et les publicitaires.

Je me souviens de Giscard, jeune ministre des Finances de Pompidou et génie autoproclamé de l'économie, faisant à la télévision des démonstrations au tableau. Ses intonations aristocrato-auvergnates ont beaucoup fait pour répandre le mot problème – qu'il prononçait *problaïme*. Auparavant, on parlait plutôt de « question » (la question d'Orient, la question sociale...) La substitution n'était évidemment pas neutre. A une question, les réponses possibles sont souvent multiples et contradictoires, alors qu'un problème, surtout posé en termes chiffrés, n'admet en général qu'une solution et une seule. La démonstration, toujours présentée comme objective, obéit à des règles déterminées par des spécialistes. Passer de la question au problème, c'était donc ouvrir la porte aux experts qui n'ont fait que proliférer depuis, en France, dans l'Europe de Bruxelles et dans le monde entier.

1 – LTI : Lingua Tertii Imperii, la langue du III^e Reich, mise au jour et étudiée par un juif allemand entre 1933 et 1945, Victor Kemplerer ; son ouvrage est publié en 1947. 2 – En hommage à ce travail, l'auteur, Eric Hazan, baptise la langue de la V^e République LQR (Lingua Quintae Republicae)

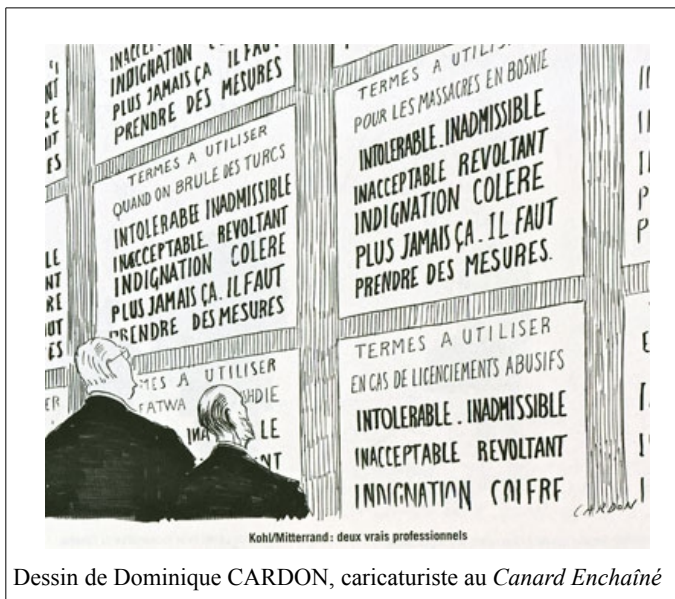
« Lorsque les mots perdent leur sens, les gens perdent leur liberté », CONFUCIUS

Sylvain TIMSIT, « Les 10 stratégies de manipulation de l'opinion publique » (<http://www.syti.net>)

1 – La stratégie de la diversion - Élément primordial du contrôle social, la stratégie de la diversion consiste à détourner l'attention du public des problèmes importants et des mutations décidées par les élites politiques et économiques, grâce à un déluge continu de distractions et d'informations insignifiantes. La stratégie de la diversion est également indispensable pour empêcher le public de s'intéresser aux connaissances essentielles, dans les domaines de la science, de l'économie, de la psychologie, de la neurobiologie, et de la cybernétique. « Garder l'attention du public distraite, loin des véritables problèmes sociaux, captivée par des sujets sans importance réelle. Garder le public occupé, occupé, occupé, sans aucun temps pour penser ; de retour à la ferme avec les autres animaux. » (extrait de « Armes silencieuses pour guerres tranquilles »)

2 – Créer des problèmes, puis offrir des solutions - Cette méthode est aussi appelée « problème-réaction-solution ». On crée d'abord un problème, une « situation » prévue pour susciter une certaine réaction du public, afin que celui-ci soit lui-même demandeur des mesures qu'on souhaite lui faire accepter. Par exemple : laisser se développer la violence urbaine, ou organiser des attentats sanglants, afin que le public soit demandeur de lois sécuritaires au détriment de la liberté. Ou encore : créer une crise économique pour faire accepter comme un mal nécessaire le recul des droits sociaux et le démantèlement des services publics.

3 – La stratégie du dégradé - Pour faire accepter une mesure inacceptable, il suffit de l'appliquer progressivement, en « dégradé », sur une durée de 10 ans. C'est de cette façon que des conditions socio-économiques radicalement nouvelles ont été imposées durant les années 1980 à 1990. Chômage massif, précarité, flexibilité, délocalisations, salaires n'assurant plus un revenu décent, autant de changements qui auraient provoqué une révolution s'ils avaient été appliqués brutalement.



4 – La stratégie du différé - Une autre façon de faire accepter une décision impopulaire est de la présenter comme « douloureuse mais nécessaire », en obtenant l'accord du public dans le présent pour une application dans le futur. Il est toujours plus facile d'accepter un sacrifice futur qu'un sacrifice immédiat. D'abord parce que l'effort n'est pas à fournir tout de suite. Ensuite parce que le public a toujours tendance à espérer naïvement que « tout ira mieux demain » et que le sacrifice demandé pourra être évité. Enfin, cela laisse du temps au public pour s'habituer à l'idée du changement et l'accepter avec résignation lorsque le moment sera venu. Exemple récent : le passage à l'Euro et la perte de la souveraineté monétaire et économique ont été acceptés par les pays Européens en 1994-95 pour une application en 2001. Autre exemple : les accords multilatéraux du FTA que les USA ont imposé en 2001 aux pays du continent américain pourtant réticents, en concédant une application différée à 2005.

5 – S'adresser au public comme à des enfants en bas-âge - La plupart des publicités destinées au grand-public utilisent un discours, des arguments, des personnages, et un ton particulièrement infantilisant, souvent proche du débilitant, comme si le spectateur était un enfant en bas-âge ou un handicapé mental. Exemple typique : la campagne TV française pour le passage à l'Euro (« les jours euro »). Plus on cherchera à tromper le spectateur, plus on adoptera un ton infantilisant. Pourquoi ? « Si on s'adresse à une personne comme si elle était âgée de 12 ans, alors, en raison de la suggestibilité, elle aura, avec une certaine probabilité, une réponse ou une réaction aussi dénuée de sens critique que celles d'une personne de 12 ans. » (cf. « Armes silencieuses pour guerres tranquilles »)

6 – Faire appel à l'émotionnel plutôt qu'à la réflexion - Faire appel à l'émotionnel est une technique classique pour court-circuiter l'analyse rationnelle, et donc le sens critique des individus. De plus, l'utilisation du registre émotionnel permet d'ouvrir la porte d'accès à l'inconscient pour y implanter des idées, des désirs, des peurs, des pulsions, ou des comportements...

7 – Maintenir le public dans l'ignorance et la bêtise - Faire en sorte que le public soit incapable de comprendre les technologies et les méthodes utilisées pour son contrôle et son esclavage. « La qualité de l'éducation donnée aux classes inférieures doit être de la plus pauvre sorte, de telle sorte que le fossé de l'ignorance qui isole les classes inférieures des classes supérieures soit et demeure incompréhensible par les classes inférieures. » (cf. « Armes silencieuses pour guerres tranquilles »)

8 – Encourager le public à se complaire dans la médiocrité - Encourager le public à trouver « cool » le fait d'être bête, vulgaire, et inculte...

9 – Remplacer la révolte par la culpabilité - Faire croire à l'individu qu'il est seul responsable de son malheur, à cause de l'insuffisance de son intelligence, de ses capacités, ou de ses efforts. Ainsi, au lieu de se révolter contre le système économique, l'individu s'auto-dévalue et culpabilise, ce qui engendre un état dépressif dont l'un des effets est l'inhibition de l'action. Et sans action, pas de révolution !...

10 – Connaître les individus mieux qu'ils ne se connaissent eux-mêmes - Au cours des 50 dernières années, les progrès fulgurants de la science ont creusé un fossé croissant entre les connaissances du public et celles détenues et utilisées par les élites dirigeantes. Grâce à la biologie, la neurobiologie, et la psychologie appliquée, le « système » est parvenu à une connaissance avancée de l'être humain, à la fois physiquement et psychologiquement. Le système en est arrivé à mieux connaître l'individu moyen que celui-ci ne se connaît lui-même. Cela signifie que dans la majorité des cas, le système détient un plus grand contrôle et un plus grand pouvoir sur les individus que les individus eux-mêmes.

Alexis TSIPRAS - « L'objectif de la langue du pouvoir n'est pas de convaincre mais d'abalourdir », L'Humanité (14 Décembre 2010)

Alexis Tsipras est le président de Synaspismos (Coalition de la Gauche, des Mouvements et de l'Écologie et s'abrège couramment en ΣΥΝ – SYN), un parti politique grec appartenant à la gauche radicale-démocratique.

Nous vivons des jours critiques. Aujourd'hui, le Parlement grec doit voter une loi qui dépouille les salariés de leurs droits de travailleurs et les transforme en « otages » des employeurs. Par une procédure expresse et sans précédent qui viole tous les principes de légitimité. En même temps, les médias passent en boucle des représentants du pouvoir politique et économique qui se gargarisent de grands mots comme « compétitivité », « flexibilité », « grands défis », « mesures nécessaires », filmés devant leur propre visage projeté sur grand écran. Bien entendu, ils n'ont pas à s'excuser de leur incapacité à gérer les affaires publiques, ni de s'être personnellement enrichis car personne ne leur pose la question. Leur image n'a rien à redouter de quelques reportages consacrés aux victimes de licenciements ou à des retraités privés de moyens de vivre dignement. Bien au contraire, ces documents renvoient le téléspectateur à sa solitude et à sa faiblesse face aux « grands défis ». À l'écoute des termes précautionneusement choisis par les banquiers, patrons ou ministres venant décrire la catastrophe sociale qu'ils ont eux-mêmes provoquée, on pense à George Orwell et à son 1984. La langue du pouvoir sonne doucereusement ; son objectif n'est pas de convaincre mais d'abalourdir, de démontrer que l'administration des affaires publiques est une question complexe et difficile qui concerne seulement les détenteurs de l'autorité. La condition pour que cette langue diffuse l'apathie et le renoncement est de ne jamais rencontrer de contradiction, excepté çà et là quelques plaintes de faiblesse et de désespoir. Toutefois, aucune tentative d'emboîtement ne pourra aboutir si la société se fait entendre à haute et intelligible voix, claire comme le cristal : nous ne payerons pas pour votre propre crise ! Taxez la richesse et la bourse. Ôtez vos pattes des droits sociaux ! Demain, toute la Grèce descend dans la rue pour manifester ; les syndicats appellent à une grève générale.



PSE

