

# **Varia**



Alexandre DORNA  
Université de Caen (France)

## **Quelques réflexions : voir est-t-il comprendre ou l'essence de la propagande par l'image**

La réalité n'est que la conscience que nous avons du monde. Mais ce monde cependant s'impose à nous comme un réel sans quoi nous ne pouvons faire. Et ce monde devient de plus en plus factice, reconstruit, recomposé, sur la marge du réel. C'est là le monde l'image de propagande. Certes, le virtuel qui nous est proposé nous donne le vertige, mais où est-il le réel pour autant ?

### **1. Les images de la propagande made in Daesch (l'E.I)**

Daesch maîtrise l'image et la mise en scène dans un décor de propagande. Une photo montre de militants de l'E.I menant en file indienne des chrétiens la tête couverte à la décapitation le long d'une plage libyenne. Cette image est tout au aussi frappante que celles de décapitation des otages. C'est marque du délire dogmatique de l'islamisme radical.

Voilà une manière barbare et efficace de voir pour comprendre. Une manière de semer l'effroi et paralyser les consciences. Une brutalité non logique, et purement irrationnelle. La propagande s'assume en tant que dispositif de l'émotion terrifiante et repose sur la l'appel à l'autorité suprême d'un pouvoir qui croit en Dieu, le tout puissant et paradoxalement plein de miséricorde. C'est, enfin, un discours assertif que rejette ou supprime à la longue toute possibilité de critique ou de contestation et qui tisse un maillage d'images presque sans parole, pour stigmatiser les adversaires. Les sujets cibles (les mécréants) se trouvent ainsi dans un champ parfaitement clos, au point qu'ils ont du mal à le concevoir ainsi, c'est la volonté de l'obéissance absolue. Domenech (1950) disait que le discours de la propagande crée l'enthousiasme et la cohésion parmi ses partisans et chez l'ennemi la peur et le désordre. Plus

précisément, la propagande n'offre pas des espaces d'interlocution, encore moins de dialogue. C'est un discours dont l'intentionnalité persuasive est monolithique et unilatérale, afin de construire un socle solide sur lequel fonder une communauté émotionnelle et idéologique, suffisamment endoctrinée pour esquiver ou évacuer tout reproche venant non seulement d'ailleurs, mais du dedans.

Les images que l'organisation État islamique (E.I ou Daech), ne montrent que des fragments. Qui apparaissent dans les JT ou sur les sites d'information elles sont toujours faites pour faire peur. D'habitude, e sont de fragments d'un gigantesque corpus d'images que l'État Islamique met en scène de manière quasi quotidienne.

Ajoutons encore qu'une telle propagande véhicule des attitudes binaires, c'est-à-dire celles qui opposent le bien (censé être représenté par le camp des propagandistes) et le mal (supposé être le camp des ennemis) dans une lutte totale et sans recours à un tiers exclus. Les lignes de démarcation sont fixes : «le moi et l'autre » et « le nous et eux» sont radicalisés. L'opération mentale est simple. Il y a les amis et les ennemis. Le principe de comparaison logique est classique : A ne peut pas être B. C'est une vision manichéenne qui se borne à établir des relations de ressemblance et des différences. Le but est d'opérer de classements hiérarchiques, et d'établir une seule vérité possible. Cette opposition conceptuelle entre l'identique et le différent renvoie à toute pensée dogmatique, dont les religions, mais aussi le scientisme forment les extrêmes d'un même continu d'intolérance et dogmatisme.

Le contexte fera du discours des images de masses une antenne de la propagande noire, lorsque le but est d'enfermer l'opinion dans un choix unique. C'est là que le politique se transforme en dictature. La propagande totalitaire en est le paradigme moderne. Or, ne soyons pas dupes, la propagande peut se manifester de manière déguisée au sein des régimes même démocratiques. Il suffit de donner l'illusion de la liberté de parole et la pratique de la discussion contradictoire des oligarchies qu'usurpe la volonté générale. Si la propagande totalitaire est tranchante et brutale pour donner à voir, celle de démocraties s'exerce subtilement à travers des sous-entendus, des insinuations. Bref : la forme la plus reconnaissable est la langue de bois.

Revenant à la guerre visuelle. Le tentaculaire monde des images semble surréel et éloigné, mais pourtant il est bien réel et très accessible. Avec un malin plaisir, les islamistes radicaux renvoient à l'occident ses propres techniques : la télévision, le cinéma, l'internet et les réseaux sociaux. Ils arrivent à capturer les masses medias pour diffuser leurs

images. Toutes ses formes sournoises de propagande se retrouvent et se développent à l'aune de l'emprise de masses medias sur la politique.

Le pouvoir persuasif de l'image est aussi ancien que le pouvoir de la parole. Sauf qu'aujourd'hui l'image amplifie la puissance émotionnelle et réduit le questionnement rationnel. La photo d'Aylan, cet enfant kurde retrouvé mort sur une plage turque l'année dernière, a ému le monde entier. Pourtant, dès le lendemain, une polémique se déclenche : manipulation des images, contre-vérités sur la famille de l'enfant ou sur les circonstances de sa mort.

## **2. Le sens du monde des images et des medias**

L'art de la manipulation utilise les formes imperceptibles et inconscientes de la persuasion, nul besoin d'être un expert pour comprendre que la formation des opinions et des jugements de masses se trouvent fortement influencés par les images et le pouvoir, au point que les cadres dirigeants de l'économie et de la politique posent délibérément devant les caméras ou se font inviter aux émissions de télévision, afin de créer à travers la communauté des téléspectateurs « pipole » dont l'influence est la plus forte. Car l'influence se situe dans la sphère de l'inconscient collectif.

La raison citoyenne est ainsi disloquée et pervertie. Les individus exposés aux médias ne savent qu'ils sont victimes d'une d'influence déguisée. Car la magie de l'image virtuelle a rendu possible la fausse proximité des voix, des personnages et des évènements. Ainsi, bizarrement, la démocratie cathodique transforme les sources d'information en représentations populaires: le résultat est que l'audimat choisit les images et des mises en scène. Voilà ce que les techniciens de l'ultra islamiste de l'image ont bien compris et appris dans les Universités technologique d'occident, à la manière des publicitaires, et des conseillers en communication. C'est le monde mondialisé de la politique-spectacle où l'émotion l'emporte sur les idées.

**Corollaire** : Il n'y a pas de quoi s'étonner, sauf de notre propre naïveté. Toutes les époques ont utilisé les images pour faire rêver ou pour fabriquer des sentiments. Mais, la « machine médiatique » actuelle est encore plus redoutable

Toutefois, la chose qui frappe, aujourd'hui, est la différence qualitative avec le passé le monde de l'image à déplacé le monde de l'écrit. Nous sommes passe du comprendre logiquement à percevoir émotionnellement.

Ainsi, s'il fallait choisir entre un photographe ou un écrivain, il n'y a pas de doute qu'en matière de propagande le choix se portera sûrement pour le premier. L'image est devenue un vecteur majeur de communication et de persuasion. Hier l'image accompagnait l'écrit, actuellement l'image s'est débarrassée de l'écrit. La raison est simple. L'image (sous toutes ses formes) brise des barrières. Car les mots et les paroles s'envolent ou s'oublient. Ainsi le discours politique est tellement dévalorisé qu'il a dû céder sa place à l'image parce qu'elle renvoie à une réalité immédiatement captée dans toute son intégralité par l'œil et non pas le biais de la réflexion qui demande un effort interprétatif colossal. Face à l'image chacun va ressentir une émotion identique (ou presque) avec ses propres mots tandis que derrière une formule chacun donne un contenu qui peut être très différent.

### **3. Voir et comprendre un processus inconscient**

La propagande « pipole » de l'image fait de la politique un spectacle que transforme les politiques de plus en plus en médiocres acteurs de télévision qui sautent de plateau en plateau lors des élections. D'où la troublante ambiguïté de l'image politique actuelle; les hommes de gauche et de droite sont devenus étrangement semblables et potentiellement interchangeable. Ainsi, les médias fabriquent des images d'un personnel politique affamé de notoriété et disposé à tout faire pour passer à la télé. Faut-il insister sur un truisme post-moderne : la solitude des masses? Évidemment, car les médias ciblent de manière subliminale tous ceux qui sans avouer un sentiment de solitude ont l'impression de ne pas appartenir au monde réel, et ressentent le désir de se fondre dans le monde virtuel qui les met en contact avec des figures qui pourraient leur proposer leur « identité » dans l'espace médiatique. Ainsi, l'image cathodique facilite l'identification virtuelle sans avoir besoin de l'obéissance inconditionnelle d'autres. Nul besoin boucler les hommes de la société de masse, avec un « cerceau de fer », pour leur donner le sentiment de structuration et d'appartenance. Le monde de l'image est une sorte de bulle anti-angoisse, un antidote contre la solitude, car il suffit de s'installer confortablement dans l'image que partagent les mêmes moments d'émotion avec tous. Formidable fabrique de mirages pétillant et de situations drôles. Voilà la puissance de la technologie au service de la propagande inconsciente : celle qui peut créer le rêve de nous délivrer d'une réalité grisâtre et nous faire participer à la fête universelle.

#### **4. L'image politique éclatée par la novlangue publicitaire**

La vision « pipole » du gouvernement (la technocratie dit la gouvernance) est la forme la plus perverse de la ruse publicitaire. C'est là une tentative d'escamoter la réalité à coup de trucages et de paillettes, utilisant les formes pathologiques de la persuasion, celles qui détruisent la logique et la rationalité. Le dessein de la politique n'est plus de travailler pour le perfectionnement de la société ni de l'humanité, simplement de séduire pour mieux réduire. Car le propre de tout machiavélisme – même au nom de la démocratie – est de détourner les moyens légitimes de l'exercice de la souveraineté. C'est ici que les médias et les politiques portent une lourde responsabilité. Les chiens de garde du cirque cathodique, abaissent non seulement la fonction politique, mais contribuent à étouffer la critique de fond, non seulement de la vie politique, mais du système qui rend la citoyenneté illusoire.

Le caractère glauque de la propagande pipole, se révèle ainsi au sein de la démocratie libérale. Car, contrairement à la persuasion classique, aux temps de la démocratie républicaine ancienne, où celui qui tente de convaincre reste visible aux yeux de tout le monde, la propagande actuelle utilise les leviers de la désinformation, de l'intoxication, de l'omission et du mensonge. Persuasion fourbe, incontestablement, car la « pipolisation » de la politique produit l'effet attendu de dévalorisation de la culture républicaine et l'inoculation du conformisme au plus grand nombre – à travers les médias – au bénéfice du petit nombre. Principe oligarchique donc.

Le modèle médiatique et le monde « pipole » imposent un effet « has been » et le renforcement de la superficialité, la perte de l'épaisseur conceptuel et des vrais enracinements. Ainsi, la nouvelle génération de politiques n'arpente pas les étapes de l'école républicaine par tous les stades de l'ancienne carrière politique républicaine; élu, maire, conseiller, député ; ministre. La trajectoire est devenue essentiellement technicienne proche des cercles élitaires: grandes école, administration, parlement, écuries présidentielles, parachutage local, etc. Cela créa dans l'ombre une fortement mentalité pragmatique et une attitude opportuniste attachée à la langue-image « people », qui est devenu le langage de l'idéologie qui se pose entre le vrai et le faux dans les médias et impose un vraisemblable, uniquement utile aux manipulateurs d'opinion.

