

Edward Bernays : la fabrique du consentement ou comment passer du citoyen au consommateur

Edward Bernays est né en 1891 à Vienne et il est mort en 1995 à Boston. 103 années d'une vie fructueuse. Une vie consacrée à l'une des tâches majeures de notre siècle : celle qui consista à pervertir les démocraties pour faire plier les volontés des masses aux desseins des élites, en toute non-violence. Edward Bernays était le neveu de Sigmund Freud et il a su exploiter les avancées apportées par son oncle, ainsi que le rayonnement scientifique de ce dernier dans le domaine de la connaissance de l'irrationnalité, à des fins économiques idéologiques et politiques.

Sa discrétion dans notre paysage culturel actuel est inversement proportionnelle à l'ampleur de sa tâche. Même dans les agences de pub ou dans les services de relations publiques, son nom est presque inconnu, tout du moins en France. Il faut dire qu'il était un fervent partisan d'une « gouvernance de l'ombre » et ses écrits ne tarissent pas sur ce sujet. « créer du besoin, du désir et créer du dégoût pour tout ce qui est vieux et démodé » fut un de ses leitmotiv. « Fabriquer du consentement », « cristalliser les opinions publiques » furent les titres de 2 de ses œuvres écrites (une quinzaine en tout). « Dompter cette grande bête hagarde qui s'appelle le peuple ; qui ne veut ni ne peut se mêler des affaires publiques et à laquelle il faut fournir une illusion » en furent d'autres.



Ayant étudié la science de son tonton (la psychanalyse), et ayant été en contact régulier avec ce dernier, puis avec sa fille, Bernays va, par la mise en pratique de tels enseignements, passer maître dans l'art de manipuler l'opinion dans un environnement démocratique et « libre », que ce soit à des fins politiques ou publicitaires. Bernays est considéré à ce jour comme l'un des pères de l'industrie des relations publiques et comme le père de ce que les Américains nomment le « spin », c'est-à-dire la manipulation - des nouvelles, des médias, de l'opinion - ainsi que la pratique systématique et à large échelle de

l'interprétation et de la présentation partisane des faits. Bernays va faire fumer les femmes américaines, Bernays va démultiplier les ventes de pianos ou de savons, Bernays va contribuer à faire basculer l'opinion publique américaine vers la guerre en 1917, et bien d'autres choses encore que je vais vous conter dans cet article.

Le titre de son livre le plus célèbre ? « Propaganda, comment manipuler l'opinion en démocratie ». Tout un programme. Toute une idéologie qui va d'abord être accueillie avec scepticisme par les oligarques et les politiques, puis utilisée à tort et à travers, dès les premiers succès, et ce jusqu'à notre époque contemporaine qui en fait l'apologie.

À l'heure où les débats pro et anti « conspiration » font rage sur les événements majeurs de notre période contemporaine, une petite mise au point historique sur la naissance et l'évolution de ce que nous appelons en France les « relations publiques » ou encore la « com » s'impose.

LA PUCE À L'OREILLE

Au début du siècle, étudiant en agriculture, fils d'un marchand de grains très prospère, Bernays s'ennuie et décide de se lancer dans le journalisme. Il rencontre à New York un ami qui a hérité de 2 revues scientifiques et qui a des difficultés dans ses prises de décisions quant à l'orientation de ces revues.

Au même moment, en ville, une pièce de théâtre dont le sujet est très tabou est en train de se mettre sur pied. Cette pièce décrit l'histoire d'un homme qui a la syphilis et qui le cache à sa future femme. Ils ont un enfant qui naît malade. Bref, un sujet très délicat pour l'époque. Bernays teste alors une méthode qui sera le fondement de sa méthodologie : il met sur pied un comité pour la propagation d'idée en médecine, chapeauté par l'une de ces revues. Ce comité, à droits d'entrée payants, et dont les membres sont d'éminents médecins et professeurs en médecine, parraine la pièce de théâtre en question. Et c'est le succès pour la pièce... tout en donnant un coup de boost à l'une des revues de l'ami de Bernays.

Edward a 21 ans... Il transforme un scandale potentiel en succès et il vient de trouver sa voie : une nouvelle manière de faire la promotion de produits ou d'idées.

Technique classique me direz-vous... oui, en effet, c'est une technique classique aujourd'hui. Mais à l'époque, c'est révolutionnaire.

Car, à l'époque ce genre de technique de communication qui procède de biais est totalement inconnue.

En effet, au début du siècle, les messages publicitaires sont simples : il s'agit de vanter un produit en le décrivant, tout simplement, pour ce qu'il est.

Bernays procède par biais, il utilise des figures d'autorité et, via elles, rend le produit intéressant voir incontournable.

LA PREMIERE EXPERIENCE D'ENVERGURE : LA COMMISSION CREEL

Mais n'allons pas trop vite... nous sommes en 1917, et Bernays fort de cette première expérience est à mi-chemin entre le journalisme, l'impresario, le conseiller en communication (bien que cette dernière appellation n'existe pas encore)...

tout va se précipiter avec la constitution de l'« U.S. Committee on Public Information », plus communément appelé la « commission Creel » à laquelle notre ami Edward Bernays va contribuer de manière très active. Qu'est-ce que cette commission ? Une image suffit pour la

rappeler à votre mémoire : « I want you for us army ». Vous vous rappelez ? l'oncle Sam qui pointe un doigt accusateur.



Car, en 1917, la population américaine est largement pacifique et n'a aucunement l'intention d'entrer en guerre, alors que le gouvernement est fermement décidé à s'engager dans le conflit, pour des raisons industrielles. Pour la première fois dans l'histoire, une commission va être créée par un gouvernement pour changer une opinion publique. Et c'est précisément au sein de cette commission que Bernays va gagner ses premiers galons aux yeux des grands décideurs. La commission Creel va mobiliser un grand nombre d'intellectuels, de journalistes, de penseurs qui vont tenter un coup d'éclat. Ils vont mettre en place tout un ensemble d'outils et de méthodes destinés à gérer les foules et finalement à faire basculer rapidement l'opinion. Et ils vont réussir avec panache. Les bases de la propagande moderne vont être jetées.

De nombreux concepts aujourd'hui connus et banalisés seront testés : distribution massive de communiqués, appel à l'émotion dans des campagnes ciblées de publicité, recours au cinéma, recrutement ciblé de leaders d'opinion locaux, mise sur pied de groupes bidon (par exemple des groupes de citoyens) et ainsi de suite.

Walter Lippmann, un de ses membres influents, souvent donné comme le journaliste américain le plus écouté au monde après 1930, a décrit le travail de cette Commission comme étant « une révolution dans la pratique de la démocratie », où une « minorité intelligente », chargée du domaine politique, est responsable de « fabriquer le consentement » du peuple, lorsque la minorité des « hommes responsables » ne l'avaient pas d'office.

Cette « formation d'une opinion publique saine » servirait à se protéger « du piétinement et des hurlements du troupeau dérouté » (autrement dit : le peuple), cet « intrus ignorant qui se mêle de tout », dont le rôle est d'être un « spectateur » et non un « participant ». Car, en effet, l'idée qui a présidé à la naissance de l'industrie des relations publiques était explicite : l'opinion publique devait être « scientifiquement » fabriquée et contrôlée à partir d'en haut, de manière à assurer le contrôle de la dangereuse populace.

Petite appartée : le trollage payé et certaines formes de marketing viral sur internet ne sont que l'application moderne du « standing man » technique qui consistait à utiliser une personne reconnue dans une communauté pour se lever soudainement lors d'un événement local et scander une opinion afin de détourner un débat calme et rationnel et de transformer une ambiance de dialogue serein en discussion émotionnelle. Car l'émotion est le premier pas vers l'irrationnel, qui est la porte entrouverte vers l'inconscient, ce domaine que nos publicitaires exploitent au maximum.

Bref, lors de la commission Creel, Bernays a brillé dans ces milieux qui ébauchaient les techniques de propagande moderne en imposant les travaux de son oncle, et de personnes comme Gustav Lebon notamment en expliquant que la psychologie de foule est différente de la psychologie individuelle.

La masse des gens ne peut penser rationnellement, et c'est donc à la minorité intelligente de façonner le destin de cette masse... Ce constat mis noir sur blanc de façon scientifique par Freud, et qui est en adéquation parfaite avec les courants de pensée qui sévissent dans les élites de l'époque, va permettre à Bernays, en tirant les leçons de la commission Creel, d'inventer littéralement le « public relation ».

L'ŒUVRE DE BERNAYS : L'INSTITUTIONNALISATION DES RELATIONS PUBLIQUES

Pourquoi les relations publiques ?

Après la Première Guerre mondiale, la machine industrielle dont les capacités ont été démultipliées doit trouver des marchés afin de continuer à fonctionner (ce sera le même problème après la Seconde Guerre mondiale). Il faut donc créer des besoins car à l'époque le citoyen occidental de base consomme en fonction de besoins vitaux, et n'accorde que des exceptions à la frivolité. Il faut donc exacerber le désir de consommer et rendre les frivolités obligatoires, incontournables et intimement liées aux gains de liberté apportés par les progrès sociaux...

Par ailleurs, les entreprises au début du XXe siècle aux États-Unis font face à une situation difficilement gérable (grèves, conflit sociaux...) elles oscillent entre répressions dures et punitions par tribunaux interposés, elles font appel à des juristes, à des journalistes sans grand succès, et la fluidité de son fonctionnement est fortement compromise. Grâce au succès de la commission Creel, quand Bernays monte son bureau et propose ses services, il est pris au sérieux par les entreprises privées et surtout les trusts.

Dans une époque où les lois antitrust sont contournées et où ce que les citoyens américains appellent alors les « barons voleurs » accumulent des fortunes colossales, la démocratie qui porte en blason la liberté individuelle et la liberté d'expression se doit d'apparaître en façade car elle est l'un des fondements de la motivation du travailleur, en Occident.

Bernays crée donc son bureau des relations publiques et invente le métier de conseiller en relations publiques

l'un de ses premiers clients fut l'« american tobacco corporation ».

Entre les guerres Bernays va littéralement inventer des concepts

- le petit déjeuner américain « eggs and bacon » en mettant sur pied un comité de médecins qui vont prôner les valeurs d'un fort apport calorique au lever. Car il faut le savoir, au début du siècle, les Américains sont plutôt adeptes d'un petit déjeuner frugal, ce qui ne colle pas avec l'industrie du porc qui croît plus vite que la demande... Or, le comité de médecin ne va pas seulement prôner un apport calorique important... il va bien spécifier « bacon ».

- Il va persuader les Américains d'acheter des pianos. Encore une fois, il biaise en infiltrant les milieux d'architectes qui vont influencer leurs clients dans l'adjonction d'une salle de musique dans les maisons.

Et que faire quand il y a une pièce dédiée à la musique dans une maison ? La remplir. Et quel est l'objet qui va le mieux la remplir tout en donnant du cachet ? Un piano. Encore un succès.

- Il fera de même pour les maisons d'éditions en « forçant » l'insertion des bibliothèques incrustées aux murs des maisons.

- Le petit déjeuner du président des États-Unis avec des vedettes du show-biz afin de transformer l'image austère et distante de ce dernier, et ça existe encore aujourd'hui.

Il va par la suite affiner ses méthodes et commencer à se lancer dans des opérations de très grande envergure.

Voici 4 missions « Bernaysiennes » qui, j'en suis sûr, vont vous laisser pantois.

LE FÉMINISME UTILISÉ À DES FINS MARKETING



Dans les années 20, Bernays est employé à l'année par l'American tobacco en échange de ne pas travailler pour la concurrence, suite à une première expérience couronnée de succès.

Il faut dire qu'à cette époque le marché de la cigarette stagne, suite à une progression fulgurante durant la Première guerre mondiale et dans les premières années d'après-guerre. En vendant des milliards de cigarettes à l'armée américaine qui les intégrait au paquetage du soldat, les compagnies de tabac avait franchi une étape décisive, en transformant l'image de la cigarette qui avant la guerre était dénigrée au profit du cigare ou de la chique jugés plus « virils ». Au début des années 20, donc, la cigarette est passée de « tabac pour mauviettes » à « symbole de l'Amérique fraternelle et virile ».

Maintenant les cigarettiers veulent que les femmes fument. Ils confient donc la mission à Bernays.

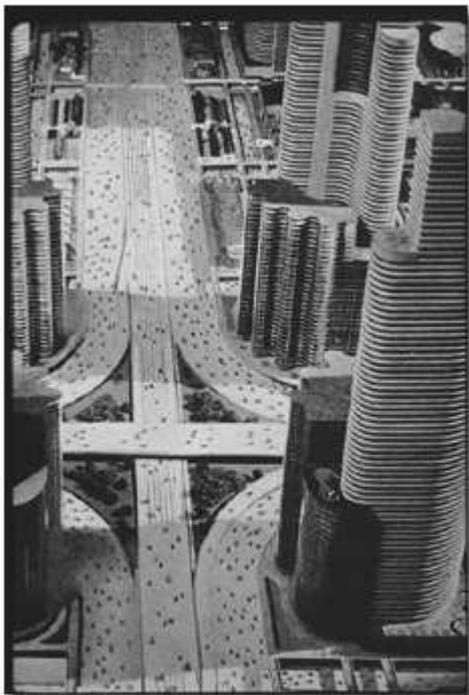
Ce dernier analyse la situation, soumet ses observations à un psychiatre de New York qui confirme ses soupçons : la cigarette constitue pour les femmes un symbole phallique qui représente le pouvoir de l'homme. Pour faire fumer les femmes il faut d'abord leur faire conquérir de manière symbolique des positions occupées par la gent masculine. Bernays vient de trouver ses leaders d'opinion et il orchestre un des grands coups de marketing de l'histoire en détournant une marche catholique (la procession de Pâques) pour en faire un événement politique au profit des suffragettes. Une dizaine de jeunes premières, invitées par lui et soigneusement instruites du plan de bataille, se présentent au-devant de la procession, exhibent leurs cigarettes, et s'allument devant les photographes des journaux. Bernays lance le slogan aux journalistes présents : « elles allument des flambeaux pour la liberté ».

Du véritable petit lait, et d'ailleurs je ne résiste pas à un petit copier-coller d'un commentaire sur cet événement que j'ai lu sur un blog : « ça coule de source. Les journaux accordent la première page à la nouvelle. Les conservateurs vendent de la copie grâce à l'aspect scandaleux. Les progressistes sont charmés. Les féministes exultent, jubilent de l'ampleur du phénomène médiatique. Toute la société états-unienne est flattée sur la muqueuse par l'imparable évocation de la sacro-sainte liberté. La femme éprise d'émancipation devra simplement fumer. Fumer c'est voter ! Tout le monde profite des photos sexy de ces jolies jeunes femmes. Tous y gagnent ! C'est fantastique. Bernays avait compris que la femme de l'après-guerre avait bossé dans les usines pendant que les hommes étaient au front et il lui offrait un symbole phallique digne de l'ampleur de ses revendications, la clope. » Tout est dit. Et Bernays d'enchaîner dans les années qui suivent en recrutant et créant des associations et

autres collectifs médicaux et en faisant dire aux experts que la santé de la femme, c'est la minceur... et que le meilleur moyen d'y parvenir, c'est la clope.

Des publicités dans les journaux et les magazines, présentées par des regroupements de docteurs, de médecins de famille, de dentistes et d'instituts plus ou moins bidons (tous fondés par Bernays avec des fonds de American Tobacco) proposent ensuite carrément à la femme de tendre la main vers une cigarette plutôt que vers un bonbon, ce qui est tellement meilleur pour la santé. La campagne connaît un tel succès que les grands confiseurs et les producteurs de sucre attaquent American Tobacco en justice et réclament des dommages et intérêts. C'est un triomphe, la femme est maigre, elle est libre, elle respire la santé !

L'EXPLOSION DE L'AUTOMOBILE



Bernays va jouer un rôle lors de l'exposition mondiale de New York de 1939, dominée par General Motors qui comptait parmi ses clients de l'époque. General Motors y présente sa vision de l'Amérique du futur, avec son pavillon très couru, le Futurama, dans lequel on peut voir les dessins et maquettes de ce qui deviendra l'Étendue, la Suburbia, un monde futuriste guidé par la puissance de la corporation.

Il faut dire que les cartels bancaires, qui avaient fait main basse via des procédures d'expropriation sur d'immenses terres du Midle West durant la récession qui suivit le krach de 1929, devaient bien décider de ce qu'elles allaient en faire.

Le plan pour le développement de ces étendues arrivait à maturité, et les maquettes criantes de réalité présentant le monde des années 60, restent à ce jour un incroyable témoignage des capacités de projections des décideurs de l'époque. Certaines personnes croient que ce modèle de civilisation est le fruit du hasard, ou encore un avènement naturel inhérent à l'expansion économique. Pourtant force est de constater qu'au contraire ce modèle est le fruit d'une planification dont la rapidité d'exécution a été planifiée, ce qui est tout de meme curieux quand on sait que seule la machine industrielle boostée par le conflit mondial a pu mettre en œuvre cet agenda et que cette exposition a eu lieu de 1929 à 1941.

Mais pour en revenir à notre homme, en 1949 il travaille toujours pour General Motors, dont on sait bien qu'elle est le fruit du démantèlement sur le papier de la tentaculaire standart oil, et un nouveau client vient garnir son carnet : il s'agit de la compagnie Mack trucks. Leur

problème : ils ne peuvent pas vendre plus de camions. Ils ont saturé le marché. Bernays réalise que la concurrence ne vient pas des autres fabricants, mais bien du chemin de fer. Il parvient à imposer à son client une idée totalement folle, s'attaquer aux trains en faisant une promotion rageuse de l'autoroute. Une fortune colossale dont les contributeurs seront multiples sera engloutie dans le projet, car désormais, notre ami Edward a un carnet d'adresses bien rempli, et il a la confiance de plusieurs partenaires d'envergure. On forme des comités de citoyens bidons, de faux experts écrivent de vrais articles qui paraissent un peu partout, la pression populaire pèse sur des autorités déjà corrompues par des contributions non négligeables, c'est un véritable raz-de-marée qui prend d'assaut la campagne américaine ! Vous aurez compris que je n'ai pas cité par hasard la standard oil... euh pardon, je veux dire sa version démantelée par les lois anti-trust, à savoir entre autres BP, Exxon Mobil, Chevron et une trentaine d'autres entités.

De même, le fameux futurama de l'expo de New York d'« avant guerre » comme vous pourrez le constater sur ces vidéos se faisait l'apôtre d'une agriculture fortement industrialisée avec gros apport d'engrais (industrie chimique). De ce côté, on peut dire que la boucle a été bouclée et que les affaires ont prospéré.

RÉPUBLIQUE BANANIÈRES

La fameuse « république bananière »... expression que nous utilisons tous, revenue très à la mode vu l'air du temps... Mais au fait d'où vient cette expression ?

Edwaard ? c'est encore toi ? non ? Si. Et c'est le Guatemala au début des années 50 qui va faire les frais de la méthode Bernays, et qui va imprimer dans nos consciences, l'expression « république bananière ».

Cette fois le client de notre brave homme est la United Fruit une multinationale qui, comme sont nom l'indique, fait dans les fruits et ses dérivés. Une multinationale bien connue en Amérique centrale et en Amérique du Sud. Multinationale qui porte parmi ses principaux actionnaires les frères Dulles (je laisse ici un vide que les lecteurs d'agoravox sauront remplir concernant les frères Dulles qui mériteraient un article à eux tout seuls). Ces frères Dulles que Bernays a rencontrés durant la Seconde Guerre mondiale, période durant laquelle il travaillait pour le gouvernement américain, période opaque de sa carrière.

En 1951 donc, au Guatemala après une élection libre, Jacobo Arbenz Guzmán est élu et il entame un processus de saisie de terres que la United Fruits n'utilisait pas (en fait apparemment il ne les saisit pas vraiment : il oblige la United Fruits de vendre les terres non utilisées). Bref, coup dur pour cette noble entreprise américaine habituée à faire ce qu'elle veut en Amérique du Sud, et qui prévoyait un vaste plan de monoculture de bananes dans cette région.

Bernays est alors engagé pour mener une campagne de relations publiques destinée à discréditer le pouvoir nouvellement et démocratiquement mis en place.

En quelques semaines, ce gouvernement socialiste qui n'a même pas de contact avec Moscou va être dépeint comme un dangereux groupuscule de communistes à la solde du bloc russe, destiné à mettre en place un poste avancé proche des frontières américaines. Cette campagne sera longue et active.

Ce détournement d'informations va permettre de justifier une opération de la CIA sous la forme, entre autres d'un bombardement de la capitale. Une junte militaire (Castillo Armas), aussitôt reconnue par les États-Unis, prendra le pouvoir, entraînant la naissance de mouvements de guérilla. Le poète Pablo Neruda dénoncera les « republicas bananas », républiques d'Amérique centrale soumises aux compagnies américaines, et créera ainsi une

expression toujours et plus que jamais d'actualité.

Et on dit merci qui ces messieurs de la united fruits ? Merci Edwaaaaaard..

LE FLUOR... c'est bon pour les dents.... mmmmmouais.

Le mythe des bienfaits du fluorure pour la dentition est né aux États-Unis en 1939. Pourquoi ? La Compagnie d'aluminium ALCOA, qui faisait l'objet de poursuites pour déversement toxique de... fluorure, commanda, sur les conseils de qui vous savez, à des scientifiques dépêchés par qui vous savez, une étude faisant l'éloge de ce déchet industriel dérivé de la production de l'aluminium, des fabriques de munitions (et plus tard des centrales nucléaires). L'étude allait jusqu'à proposer qu'on ajoute la substance à l'eau des villes. En 1947, ALCOA, réussit à placer un de ses propres avocats à la tête de l'Agence fédérale de sécurité, ce qui lui donnait ainsi le contrôle des Services de santé publique. Sous la gouverne de celui-ci, 87 villes américaines établirent un programme de fluoridation de l'eau, c'est-à-dire que les fonds publics servaient (et servent encore) à ACHETER un déchet toxique dont l'élimination était très coûteuse et à l'inclure dans l'eau potable consommée par la population.

Combien de municipalité encore aujourd'hui pratiquent encore cette méthode de fluoration de l'eau, y compris en France ? Je n'ose faire des recherches tellement je crains les résultats. Une fois encore merci qui ?

LA DOCTRINE, sa justification, et ses contradictions majeures :

Bernays, tout au long de sa vie, va user d'une doctrine froide et assez cynique doublée d'une justification idéologique basée sur le long terme, afin de justifier ses agissements.

Il considère sa tâche comme un effort à long terme destiné à l'avènement doucement forcé (mais à peine, hein ?) d'une démocratie basée sur l'économie et le commerce dirigé par une élite.

Il pose assez honnêtement et naïvement d'ailleurs, comme postulat, le fait que la masse est incapable de parvenir à un état de paix collective et de bonheur par elle-même, et que donc cette masse a besoin d'une élite qui la contrôle et qui la dirige à son insu en ce qui concerne les décisions importantes.

Pour lui le bon sens commun n'existe pas, et s'il existe, il ne peut porter l'appellation « bon sens » car il induit un mode de consommation trop lent pour les capacités industrielles et leur besoin de croissance... Il doit donc être refondu par des élites.

Pour lui, la foule n'a pas besoin d'esprit car elle est avant tout gouvernée par sa moelle épinière irrationnelle, et il ne sert à rien d'élever les foules, puisqu'elles sont plus facilement contrôlables en jouant sur cette irrationnalité.

Pourtant, fait curieux, Bernays se réclamait d'une certaine éthique. Il faut savoir que cet homme a aussi joué un rôle fondamental dans le congrès pour l'intégration des hommes de couleurs... un événement (tout de même assez isolé au milieu des autres cyniques campagnes dont il a été le chef d'orchestre) dont il se servira pour justifier sa position de mercenaire au services de nombreuses causes qui, mises ensemble, constituent notre monde moderne « libre » à l'occidental.

Car Bernays s'efforce dans ses mémoires de justifier son œuvre. Il n'a jamais été membre de l'« association des relations publiques américaines » car il jugeait ses membres sans éthique et il s'offusqua à la nouvelle que Goebbels possédait toutes ses œuvres et se serait largement inspiré de son travail pour ériger la propagande qui mena les nazis au pouvoir dans l'Allemagne des années 30.

En effet, Bernays voulait que ses méthodes soient présentées en toute « honnêteté » afin

d'ouvrir une route à 2 voies à la communication publique : une voie de contrôle et une voix de réaction du peuple à ce contrôle. C'est tout du moins ce qu'il essaie de faire passer lors d'interviews ou dans ces écrits, dans de rares moments. Hélas ces quelques moments d'ouverture sont assez rapidement recouverts par le volume d'écrits et d'actes professionnels qui vont à l'encontre de ce pseudo-principe d'interactivité.

Bernays fut un véritable champion en matière de double langage et il eut énormément de mal à se confronter à ses contradictions, totalement omnubilé par la vision malsaine de la condition humaine induite par son oncle.

On est à mille lieux de ce que Kant par exemple réclamait en disant qu'il faut un espace public de libre discussion où les gens puissent débattre et échanger des idées, se placer du point de vue de la raison et de l'universel, justifier devant les autres les conclusions et affirmations auxquelles ils parviennent et rendre disponible les faits qui nourrissent une conclusion.

Pourquoi ? parce qu'on est dans l'idée d'une minorité intelligente au service de ceux qui ont les moyens de s'adresser à elle pour obtenir de la foule un consentement à des conclusions déterminées à l'avance. Tous les comités, agences de relations publiques et campagnes instiguées par Bernays offriront une illusion de débat, où tous les outils nécessaires à la perversion de ce débat sont prêts à intervenir à tout moment.

Le coup fomenté au Guatemala et justifié par la campagne médiatique qu'il avait orchestré aurait dû lui faire ouvrir les yeux...

Pourtant, avec le recul, il faut constater qu'il ne le fit pas et que ces justifications teintées de naïveté ne tiennent pas une analyse approfondie, surtout vu le caractère opaque de ses missions durant la Seconde Guerre mondiale, et ses liens avec des sbires tels que les frères Dulles.

La « machine » Bernays s'est emballée dès ses débuts et ne cessera jamais ses méfaits au profit de la croissance économique non pas au service de peuples, mais bien dans son asservissement à la consommation.

La deuxième voie proposée par Bernays, celle de l'inter-réaction des hommes fut étouffée par le volume des campagnes de spins.

Bernays va tellement piocher dans les théories de son oncle qu'il va finalement croire lui-même que l'homme n'est dirigé que par des forces irrationnelles.

Il va mettre en pratique des méthodes qui vont à l'encontre même de ce que le siècle des Lumières avait exigé pour sublimer le bon sens humain.

L'humanité moderne va tellement être martelée par ce cynisme qu'elle va en devenir cynique elle-même et épouser l'idée selon laquelle l'homme est un être tiraillé par sa bassesse et piloté par ses instincts les plus enfouis.

Dès le début du siècle, il est évident que la synergie entre les médias de masse et les progrès de la psychologie scientifique vont assurer un pouvoir irrésistible aux minorités « éclairées ».

Bernays fut l'un des architectes majeurs de cette synergie qui sévira dans les démocraties comme dans les systèmes totalitaires et qui, n'ayons pas peur des mots, sévit encore plus que jamais, n'en déplaise à ceux qui ironisent sur les "théoristes de la conspiration" alors même qu'en France nous évoluons dans une inculture totale en ce qui concerne les relations publiques, les spins doctors et les think tanks, contrairement aux pays anglo-saxons.

Sur ce, je vous laisse avec une citation de notre homme, à titre de fin d'article et d'ouverture de débat.

"Notre démocratie ayant pour vocation de tracer la voie, elle doit être pilotée par la minorité intelligente qui sait enrégimenter les masses pour mieux les guider."

Sources :

Livre : Stuart Ewen : a social history of spin.

Livre : Edward Bernays : propaganda édité en 1928 (téléchargeable gratuitement sur le net).

Radio : émission "là-bas si j'y suis" France Inter diffusion 26 novembre 2007

Net : <http://en.wikipedia.org/wiki/Fluoride>

Net : <http://fr.wikipedia.org/wiki/Edward...>

Je vous invite également à visiter le site internet pr watch qui est un observatoire international des relations publiques destiné à détecter les abus en ce domaine :

<http://www.prwatch.org/>
