

Les dix stratégies de manipulation de masses

Le linguiste nord-américain Noam Chomsky a élaboré une liste des « Dix stratégies de manipulation » à travers les médias.

Voyons celles que l'on devine au travers du site Internet de la Ville d'Ath, et plus largement au travers des pratiques communales athoises mises habituellement en place :

1. **La stratégie de la distraction** : détourner l'attention du public des problèmes importants grâce à un déluge continu de distractions et d'informations insignifiantes.
2. **Créer des problèmes, puis offrir des solutions** : créer un problème pour susciter une certaine réaction du public, afin qu'il soit lui-même demandeur des mesures qu'on souhaite lui faire accepter.
3. **La stratégie de la dégradation** : faire accepter une mesure inacceptable en la faisant appliquer progressivement, en l'étalant durant plusieurs années.
4. **La stratégie du différé** : faire accepter une mesure impopulaire en la présentant comme « douloureuse mais nécessaire » pour l'avenir.
5. **S'adresser au public comme à des enfants en bas-âge** : comme la plupart des publicités destinées au grand public, utiliser un discours, des arguments, des personnages et un ton particulièrement infantilisant, souvent proche du débilitant.
6. **Faire appel à l'émotionnel plutôt qu'à la réflexion** : faire appel à l'émotionnel pour court-circuiter l'analyse rationnelle, et donc le sens critique des individus.
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.
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.
10. **Connaître les individus mieux qu'ils ne se connaissent eux-mêmes** : le système en est arrivé à mieux connaître l'individu moyen que celui-ci ne se connaît lui-même ; dans la majorité des cas, le système détient ainsi un plus grand contrôle et un plus grand pouvoir sur les individus que les individus eux-mêmes.

Le texte ci-dessous, publié dans *L'Avenir - Le Courrier de l'Escaut* du 4 octobre 2014 met en évidence l'utilisation de plusieurs de ces stratégies via le site Internet de la Ville d'Ath.

De belles images, trop peu d'informations à Ath

Le site internet de la Ville d'Ath a récemment fait l'objet d'un lifting (attendu).

Chacun sait cependant qu'un site web nécessite un important travail de mise à jour. Il faut le « faire vivre ». Ce n'est donc qu'au bout de quelques mois de fonctionnement que l'on verra si le site www.ath.be est réellement « revitalisé ». Ce n'est pas forcément gagné, quand on voit qu'une information (vite « périmée ») ayant trait au week-end dernier se trouvait toujours en ligne, ce vendredi midi.

Plus fondamentalement, et nous l'avons déjà évoqué ici, il serait urgent que la Ville d'Ath repense en profondeur sa communication, afin que celle-ci prenne aussi une dimension « intel-

ligente » qui facilite la participation citoyenne. Il avait été question, in illo tempore, de consulter des spécialistes extérieurs. On imagine que ce ne fut finalement pas le cas.

Hier soir, le conseil communal devait approuver une dépense de quelque 20 000 € (!) pour acquérir « deux appareils photos reflex numériques, ainsi que trois objectifs et des accessoires à savoir des poignées d'alimentation, des batteries supplémentaires, des cartes SD, des filtres de protection pour les objectifs et des sacs de transport. » Et la note de préciser : « Ce matériel permettra non seulement la prise de photos mais également de bandes vidéos HD (haute définition). »

L'investissement illustre sans doute à merveille une certaine stratégie de communication : *panem et circenses*. Des photos et des vidéos. Comme pour transformer le site web communal (dont le fonctionnement est supporté par les citoyens) en une mosaïque d'images (forcément joyeuses et positives) récoltées par une cohorte de « reporters ». Et cela à l'heure où chacun envoie des « selfies » et immortalise la moindre séquence de vie locale sur son GSM avant de l'envoyer vers You Tube.

Et pendant ce temps, le visiteur fouille toujours le site web athois pour découvrir l'annonce d'une réunion publique d'information sur un projet immobilier quelconque du côté de la chaussée de Mons. Et tente désespérément de trouver la moindre once d'information sur la fermeture d'une école communale ou la réorganisation de l'accueil préscolaire dans certains villages.

Allez, circulez. Ou plutôt : « Allez, regardez. Et ne commencez surtout pas à réfléchir... » ■

L'Avenir - Le Courrier de l'Escaut du 4 octobre 2014

<http://journal.lavenir.net/fr/reader/issue/184223/master/184225>