

ENJEUX

L'enjeu, s'il est socio-économique, est surtout culturel. Les paraboles, internet, les réseaux sociaux bouleversent les moyens d'information et de communication. L'enclavement culturel est plus important que l'enclavement géographique. Les leviers les plus importants restent l'école et l'enseignement qui ne répondent plus suffisamment à leurs missions. Trop prétentieux, pas assez rigoureux, l'enseignement général ne parvient plus à élever le niveau moyen d'une classe d'âge. Il faut repenser ses objectifs, ses moyens

pédagogiques, investir massivement dans la brique et l'équipement. La langue et les sciences restent des conditions indispensables à l'évolution positive. Molenbeek petite ville mondialisée, diverse, dynamique, mérite moins d'opprobre, plus d'attention. Plutôt que de dénoncer, montrer du doigt, diviser, il est nécessaire de valoriser l'acquis, d'investir, de s'investir. L'avenir de Bruxelles et des bruxellois, oserais-je dire du pays, s'y joue également.

} Jean Puissant,
Professeur émérite de l'ULB

À lire :

LA PEUR AU SERVICE DES PROPAGANDES

La peur est le terreau idéal pour imposer des points de vue peu subtils. Et lorsqu'un état de crise prévaut, la propagande n'est jamais loin. En France, depuis la terrible nuit du 13 novembre 2015, l'état d'urgence est devenu « la norme ». Daesh, quant à elle, fonctionne sur base d'une propagande médiatique des plus maîtrisée. **Le CECID proposait fin décembre un séminaire autour de ces questions avec deux éminents spécialistes : Anne Morelli et Étienne Augé.**

À lire :

À l'invitation de Frouzeh Nahavandy (Centre d'études de la coopération internationale et du développement), Anne Morelli (historienne, Institut d'études des religions et de la laïcité) et Étienne Augé (professeur en communication à l'Université Erasmus de Rotterdam) sont venus partager leur savoirs sur une question vaste et sensible : « De l'utilité politique de la peur : ennemi et propagande ». Ce séminaire était proposé en complément à un colloque organisé en octobre (« Dans la nébuleuse islamiste-jihadiste »).

PRINCIPES DE PROPAGANDE

Auteur d'un ouvrage consacré à la propagande « utilisable en cas de guerre froide, chaude ou tiède... », édité en 2001 mais réédité de multiples fois depuis en plusieurs langues, Anne Morelli a rappelé les bases de celle-ci. Ou comment faire adhérer les masses à l'idée d'un conflit, en une dizaine de principes, que l'on peut aisément détecter sur tous les terrains d'affrontement, et cela depuis la nuit des temps. Faire passer « l'autre » pour l'agresseur d'abord (« Nous, nous ne voulons pas la guerre »). Avec, la plupart du temps, la complicité consciente ou non, des médias. L'ennemi pointé « défie toujours » la (future) « victime », par exemple. La diabolisation ensuite : donner à l'adversaire le visage du monstre, de l'inhumain. Cela passe par le choix des mots ou le choc de l'image. Staline « mit le feu » à l'Ukraine ; Saddam est montré le bras levé dans un magazine grand public belge, et l'on pense inévitablement au geste nazi. Il faut aussi travailler à nobiliser sa propre cause, explique Anne Morelli, exemples à l'appui. On se battra (dans tous les camps) « pour la liberté et la vie ». Ensuite, penser à « valoriser » les atrocités de l'autre, peu importe d'ailleurs la véracité des faits dénoncés (rappelons-nous du faux charnier de Timisoara en Roumanie).

Et puis rendre ses propres soldats « sympathiques » aux yeux de sa propre population (l'action humanitaire en marge des conflits peut y aider, cfr l'Irak). Autres principes ? « La victoire est proche ».

La peur, toujours, est au cœur de tous ces mécanismes. Daesh se vante quant à elle d'être... « partout, prête à frapper ! ». L'embrigadement des artistes, ou encore l'aspect « sacré » des causes engagées sont encore d'autres principes énoncés. Sans oublier la mise sous embargo de l'esprit critique. Penser, poser des questions ou – pire – critiquer, devient une activité suspecte...

CONTRÔLE DES CROYANCES

Étienne Augé a travaillé durant quelques années à l'ambassade de France à Beyrouth où une partie de son travail consistait à « créer du discours pour être efficace, pour convaincre ». La propagande, dit-il, ce n'est ni la désinformation, ni la mésinformation, c'est le contrôle des croyances. On la retrouve, il y a quelques siècles, au cœur de l'Eglise désireuse de « propager » la foi. Elle a depuis été théorisée maintes fois ; par le neveu de Freud par exemple, Edward Bernays, considéré comme le père de la propagande institutionnelle et des « relations publiques », terme caché-sexe pour parler de la propagande des entreprises. L'armée américaine également y a été de son petit manuel d'opération psychologique dès les années 70.

Dans la guerre menée contre l'islamisme aujourd'hui, Augé fait remarquer que le nouvel ennemi à abattre, pour les Occidentaux, est l'État islamique et Daesh, pas Boko Haram qui fait pourtant bien plus de victimes civiles. Il ne faut donc jamais l'oublier : les propagandes masquent souvent des réalités qu'on préfère occulter. Par ailleurs, elles servent toujours des idéologies, des stratégies et des projets (d'états, d'intérêts économico-financiers, etc.).

Le danger des démocraties, en temps de guerre, et sous l'effet de la peur, est sans nul doute de substituer l'esprit critique à un discours dominant, uniforme et servi par une propagande sensée répondre à celle que l'on combat, et cela au nom de beaux idéaux rarement en phase avec la réalité de terrain.

} Alain Dauchot