

Avec quelles techniques de marketing Macron nous vend-il la guerre contre la Russie ?



[Source : lecourrierdesstrategies.fr]

Par Éric Verhaeghe

La guerre contre la Russie est en marche. Elle est amenée par une propagande habile, qui utilise les mêmes techniques de marketing que la promotion du vaccin contre le coronavirus. C'est le propre des systèmes oligarchiques que de remplacer la délibération politique rationnelle par des techniques de persuasion à destination du petit peuple qui reposent sur une manipulation des esprits en bonne et due forme. Le discours de Bormes-les-Mimosas, prononcé il y a quatre jours, en a donné une nouvelle démonstration. On le décrypte pour vous.

Les techniques de marketing qui ont permis de vendre massivement le vaccin (et sur lesquelles nous nous attarderons prochainement) sont à nouveau de sortie, cette fois pour nous vendre la guerre contre la Russie. Je reviendrai plus longuement dans les semaines qui viennent sur les ficelles qui sont tirées et actionnées pour transformer notre participation à ce conflit suicidaire et impérialiste en un combat du bien et de la liberté contre le mal et l'oppression.

Je voulais simplement aujourd'hui reprendre le discours d'Emmanuel Macron prononcé à Bormes-les-Mimosas afin de montrer par quels procédés grossiers le politique travestit la réalité pour susciter des comportements d'obéissance au sein de la population.

Le cartel de la presse subventionnée se mobilise

Premier point, sans surprise, et archiconnu (mais c'est bon de pointer du doigt chaque utilisation du même système), la propagande et son marketing à la Mc Kinsey ne fonctionneraient pas si le pouvoir ne disposait pas de l'armée culturelle appelée « médias », entièrement à sa botte.

Je me suis appesanti, cet été, sur le concept en vogue dans la caste : la militarisation de l'information (weaponization of information). Cette militarisation s'appuie sur des troupes : les légions de journalistes stipendiés pour diffuser la version officielle des faits, celle qui sert le pouvoir et sa vision.

Cette armée de métier est entretenue avec soin par une poignée de milliardaires dont les affaires sont protégées par le pouvoir en place...

La preuve ? J'ai fait le choix de reproduire ici la totalité du discours de Macron. Il dure 20 minutes. Le cartel des médias en a unanimement diffusé un seul extrait : celui qui appelle les Français à « payer le prix de la liberté » en menant la guerre contre la Russie (soit une seule minute parmi les vingt du discours). On ne pouvait trouver meilleure preuve de l'orchestration de la propagande.

Si les médias de la caste n'étaient pas téléguidés pour nous vendre la guerre avec des arguments tout préparés, d'autres extraits du discours auraient été repris... Mais la diversité de la presse appartient à un autre temps.

Macron a caricaturé la militarisation de l'information

Pourtant, l'ensemble du discours de Macron a constitué un remarquable exercice de militarisation de l'information. Prononcé pour célébrer le débarquement de Provence en 1944, donc pour exalter la guerre patriotique, il a mélangé dans un même mouvement et un même souffle épique la peur du prétendu réchauffement climatique et la peur de la Russie. On ne pouvait mieux illustrer la profonde unité du feuilleton dont le premier épisode s'est appelé "COVID", dont l'épisode suivant s'appelle "Ukraine", et dont le prochain épisode s'appellera "sauver la planète".

Ces narratifs, comme il est convenu de dire désormais, tous bâtis sur les mêmes ressorts (la guerre de survie face à un ennemi imminent), ne sont au fond, on le comprend peu à peu, qu'une propagande orchestrée pour "découpler" le monde, c'est-à-dire pour faire tomber un nouveau rideau de fer (à nos risques et périls) entre l'Occident et un bloc sino-soviétique aux contours encore flous. L'enjeu est que, parmi les Occidentaux, l'opinion publique soutienne la guerre qui se profile et son nouvel ordre international subséquent, de la façon la plus fluide possible, comme ce fut le cas pour la guerre en Irak ou en Syrie.

Mais il y a une différence de taille, cette fois : la guerre aura lieu sur le sol européen, et le tribut à payer sera bien plus lourd que le simple soutien à des mouvements terroristes comme al-Nosrah, soudain devenus amis, ou comme le simple envoi de troupes de métier à la périphérie du conflit. Cette différence n'est pas neutre, et risque de changer quelque peu la donne pour les gouvernements européens qui vont s'y essayer.

Marketing tous azimuts pour préparer la guerre

Compte tenu de ces risques, la propagande à la Mc Kinsey donne donc la garde et l'arrière-garde pour emporter le morceau.

La plus grosse ficelle repose sur un "narratif" binaire totalement enfantin qui s'impose grâce à des "biais cognitifs".

Officiellement, la méchante Russie dirigée par le cruel Poutine a ignominieusement et lâchement attaqué le vaillant petit peuple ukrainien, dirigé par le courageux Zelenski, élu démocratiquement. Cette guerre en Ukraine menacerait directement notre territoire, et nous devrions donc préparer un nouveau débarquement. Pas en Provence, bien sûr (pas tout de suite en tout cas), mais en Ukraine. C'est "le prix de la liberté", que nos anciens ont payé, et que nous devons payer à notre tour. Nous voguons entre le conte de Perrault et l'Odysée.

On voit ici comment Macron franchit allègrement un point Godwin, aussi appelé "reductio ad Hitlerum" : Poutine, c'est Hitler. L'Ukraine, c'est la France occupée.

Pour que cette trame puérile fonctionne, il faut évidemment mobiliser les techniques de manipulation dérivées du marketing. C'est d'autant plus indispensable que cette forgerie historique s'adresse en priorité aux catégories socioprofessionnelles supérieures, dont on pourrait croire qu'elles sont intellectuellement armées pour ne pas être dupes de ce type de propagande binaire.

L'orchestration des biais cognitifs

D'un point de vue rationnel, la théorie selon laquelle Poutine serait monolithiquement le méchant et Zelenski monolithiquement le gentil ne convaincrerait aucun enfant de plus de douze ans. Pour que ce scénario fonctionne, il faut donc faire entrer les cerveaux au chausse-pied dans les godillots préparés par la caste.

Pour ce faire, le cartel de la presse subventionnée a truffé l'information de "biais cognitifs", c'est-à-dire de freins à la connaissance, c'est-à-dire de désinformation systématique.

Schématiquement, la presse subventionnée diffuse aujourd'hui trois types de désinformations.

Dans la catégorie la plus subtile, on classera les mensonges par omission. "On" oublie de rappeler que, pendant plusieurs mois, le gouvernement russe a expliqué publiquement que la nucléarisation d'une Ukraine membre de l'OTAN serait un casus belli, et que, malgré ces avertissements, les Américains sont passés outre et ont autorisé Zelenski à annoncer l'installation d'armes nucléaires américaines sur son sol.

Cet oubli n'est pas le moindre, mais il y en a bien d'autres, au jour le jour, trop longs pour être signalés ici.

Un deuxième type de désinformation consiste à servir des carabistouilles fabriquées par la CIA et ses sbires. Ainsi, Bruno Le Maire avait annoncé que la Russie s'effondrerait en quelques jours grâce aux sanctions économiques. Nous en sommes au septième paquet de sanctions, et nous ne voyons toujours rien venir. La propagande de la CIA avait aussi annoncé que Poutine avait un cancer, que l'armée russe était au bord du gouffre, que Zelenski allait lancer une contre-attaque foudroyante, que le peuple russe allait se révolter contre son dictateur et bourreau. Tout cela était en réalité du pipi de chat.

Un troisième type de désinformation appartient à la catégorie des mensonges éhontés déjà utilisés il y a vingt ans pour nous faire croire aux armes de destruction massive en Irak. C'est l'effroyable mise en scène de Bucha, où les vrais cadavres étaient probablement ceux laissés par les régiments nazis de la garde ukrainienne, qui ont puni des habitants accusés d'avoir collaboré. Ce sont les images bidon, comme celle d'une cheminée sur un toit, présentée comme un missile russe non explosé. On en passe, et des meilleures.

Ces techniques permettent de maintenir le citoyen moyen qui n'a pas le temps de s'informer dans l'ignorance de la réalité, de l'enfermer dans la matrice officielle où il tient le rôle du gentil face aux méchants.

Utilisation systématique de trolls et d'algorithmes

Pour maintenir le citoyen moyen sous le dôme de la bêtise et du biais cognitif, les services secrets, comme nous l'avons déjà montré cet été, utilisent un arsenal d'armes numériques secrètes qui bloquent toute forme d'information alternative.

Parmi ces armes, les algorithmes des réseaux sociaux permettent d'éviter la propagation des informations publiées par les comptes dissidents. Certains comptes sont fermés.

Lorsque ces armes ne suffisent pas, une armée de trolls pollue les fils d'information qui déplaisent. Je consacrerai prochainement un article à ces techniques.

Leur objectif est simple : empêcher l'information libre de circuler, et discréditer ses auteurs, notamment en les privant de ce que les marketeurs appellent la "preuve sociale". Pour faire simple, il s'agit de dégrader l'image de ceux qui contestent les versions officielles, pour les rendre inaudibles.

À mon tour de franchir un point Godwin : les nazis pratiquaient déjà cette méthode en appelant les résistants des "terroristes".

Orchestrer l'incertitude collective avec des pénuries

Mais les maîtres de la propagande occidentale ont retenu une grande leçon vérifiée à de nombreuses reprises dans l'histoire, et qui est pour tout dire une constante de l'âme humaine : l'incertitude collective est la clé de toutes les dictatures. Pas de renoncement simple aux libertés en phase de prospérité. Pas de renoncement simple à l'autorité fascisante d'un chef en phase d'incertitude.

Donc, plus l'univers est incertain et chaotique, plus le peuple accepte l'autorité excessive d'un seul homme.

La brève histoire du COVID l'a montré : ceux qui ont perdu leurs repères rationnels après deux mois de confinement, et croyaient mourir à chaque éternuement de leur voisin de palier, étaient prêts à toutes les aventures autoritaires pour survivre et prendre des cafés aux terrasses des boulevards.

C'est, de mon point de vue, de cette façon qu'il faut comprendre l'orchestration des pénuries actuelles et à venir. L'huile de tournesol a disparu des rayons. On annonce désormais un hiver sans électricité et sans gaz, tout cela à cause du méchant Vladimir Poutine.

Bien entendu, la Russie continue à nous fournir du gaz et de l'électricité. Mais on fait croire le contraire pour obtenir deux résultats majeurs dans les comportements collectifs.

Le premier résultat attendu est cette fameuse incertitude collective qui fait, tant que le chef n'est pas complètement déceptif, le lit de la dictature. C'est mécanique : quand les gens ne savent pas, ils se tournent sans réfléchir vers ceux qui savent. Les plonger artificiellement dans l'incertitude permet donc de les avoir avec soi.

Le deuxième résultat est celui de "l'effort supplémentaire". Les gouvernements occidentaux ont déjà utilisé la technique avec les vaccins : au début, il n'y en avait pas pour tout le monde. Il y avait une rupture de stock. Il fallait souffrir pour les avoir.

La mécanique est la même : il n'y en aura pas pour tout le monde ! il faudra souffrir ! les choses qui comptent le plus sont celles qu'on obtient avec le plus d'efforts ! Donc, pour rester libre, il faudra faire la guerre à Poutine, donc se priver de gaz et d'électricité.

Je ne donne pas trois mois pour voir fleurir, un peu partout, des groupes de volontaires pour se priver de chauffage cet hiver. Bien entendu, ces groupes seront stipendiés par le pouvoir pour donner l'exemple et transformer la privation en fierté, comme ceux que l'on bizute à l'université, et qui se taisent pour montrer « qu'ils en sont ».

Là encore, la ficelle marketing est bien connue, et analysée de longue date par les sociologues.

Encore une fois, la technique des petits pas

On le voit, les techniques de manipulation vont très loin, et je tiens pour acquis que les rumeurs alarmistes sur les coupures de gaz et d'électricité sont faites pour nourrir un désir de guerre et ne susciteront pas son rejet.

Cet ensemble s'inscrit dans une logique de petits pas déjà éprouvée avec le COVID. Car l'annonce par Macron de la guerre avec la Russie date d'il y a plusieurs semaines. Macron sait, en bon marketeur, qu'il faut procéder par petits pas pour imprégner les esprits sans susciter de réticence bloquante.

La même technique était utilisée par les communistes chinois, dans les années 50, avec les prisonniers américains de la guerre de Corée. Pour les « retourner », la propagande était quotidienne et « emmenait » peu à peu les prisonniers dans une dénonciation en bonne et due forme du capitalisme.

La CIA a retenu la leçon. Elle nous emmène désormais dans l'obéissance à ses règles par petites touches, sans que nous ne nous en rendions compte.