



Présentation

Numéro 25 (Printemps 2024) : La propagande et ses masques de la vertu

Jean-Marie Lafortune

Rédacteur, Revue internationale Animation, territoires et pratiques socioculturelles
Professeur, Département de communication sociale et publique, Université du Québec à Montréal (UQAM), Canada
lafortune.jean-marie@uqam.ca

Ina Motoi

Coéditrice invitée, Revue internationale Animation, territoires et pratiques socioculturelles
Professeure, École de travail social, Université du Québec en Abitibi-Témiscamingue, Canada
ina.motoi@uqat.ca

Ce numéro, codirigé par Jean-Marie Lafortune (Université du Québec à Montréal), Ina Motoi (Université du Québec en Abitibi-Témiscamingue), Ligia Tomoiaga et Anamaria Felecan (Université Technique Cluj-Napoca-Centre Nord Baia Mare), s'inscrit dans une réflexion critique sur la valeur de la communication de masse au sein des sociétés globalisées. Prenant comme figure la propagande dissimulée par des masques de la vertu en tant que pratique socioculturelle et politique, notre intention est d'observer et de reconnaître leur contexte d'émergence et leur méthode de propagation, de les analyser et de s'interroger sur leurs conséquences cognitives et sociales. Il s'agit ainsi de développer des critères et des repères pour établir une littératie et d'être en mesure de s'orienter dans ce flux de slogans et de visuels produit et diffusé par les médias anciens et nouveaux.

Depuis l'invasion russe de l'Ukraine en février 2022, qui suivit la rupture des négociations entre les deux pays pour éviter l'affrontement militaire, nous assistons une fois de plus sur nos écrans au déroulement d'une tragédie humaine dans laquelle la guerre des armes s'accompagne d'une guerre des images et des mots. Présenté en boucle, le spectacle bien scénographié appelle des spectateurs assidus. Des personnalités politiques et médiatiques relaient, au cœur de cette construction médiatique de la réalité, les mêmes mots d'ordre qui les légitiment ou les invalident sans ambages.

Propagande et contre-propagande utilisent le même type de communication publique. Leur méthode procède de la promotion ostentatoire de vertus, se réclamant de valeurs supérieures, qui impliquent de se conformer à des idéaux communs, alors que leurs instigateurs les instrumentalisent dans leurs pratiques réelles beaucoup plus prosaïques. Pour masquer certains faits, la mécanique propagandiste s'enroule autour de vertus, définies comme forces morales promues par les pouvoirs religieux et politiques pour accomplir le bien et comme règles que l'être humain devrait donc s'appliquer à suivre, telles l'humilité, le zèle, la solidarité, la force d'âme, la justice ou la bienveillance. Paravents commodes, ces vertus sont affichées sans scrupules et confondent les masses sur les intentions profondes et les intérêts réels de leurs promoteurs. D'où la difficulté à distinguer ce qui est dit et ce qui est fait, ce qui est vrai et ce qui est faux, ce qui repose sur des faits et ce qui relève d'une fiction ou d'une illusion.

Ce sont ces dynamiques qui sont ici mises en lumière tant dans les pays « démocratiques » que dans les régimes « autoritaires ». Celles-ci sont portées par certaines vertus ostentatoires qu'abordent les articles ici rassemblés : la morale prolétarienne, le bien commun, l'altruisme, la responsabilité, la bienséance, la vérité, la qualité des services, la respectabilité, la normalité, le progrès, la jeunesse éternelle ou l'authenticité. La première section de ce numéro aborde les effets des discours vertueux de la propagande sur la démobilisation de la pensée qui en découle, les bases mêmes de la réflexion étant sapées par ces doubles discours. La seconde section porte sur les logiques médiatiques à l'œuvre, qui sont parfois le véhicule des infortunes de ces vertus ostentatoires.

Discours « vertueux » et démobilisation de la pensée

Cette section s'ouvre avec l'article d'Ana-Daniela Farcaș, *Social values and propaganda: theoretical perspectives of key concepts*. Éliminant d'avance tout débat et contextualisation historique, bien qu'elle s'appuie sur des valeurs présentes dans la société où elle se déploie, la propagande est une stratégie universelle de communication de masse qui vise à influencer l'opinion publique au moyen d'informations partiales et de logiques partielles. Mais quelles sont la crédibilité et la légitimité d'un tel discours qui fait appel à l'univers axiologique pour motiver et masquer des actions, des faits et des manières de penser ?

Ayant vécu sous un très fort pouvoir de censure, Vera Heller explore l'impact de la langue de bois sur l'identité narrative dans le cadre d'un projet d'auto-ethnographie visuelle portant sur son expérience. Elle s'interroge devant la difficulté d'évoquer verbalement cette période de sa vie : *Qu'il y a-t-il derrière le masque de la morale prolétarienne qui me réduit au silence ?* Des simulacres d'information auraient procédé par omission de certaines données et se seraient enracinés dans la rectitude politique dépourvue de sens du régime communiste roumain. Elle retrouve ainsi une similarité entre le lexique militaire de la pandémie et la rhétorique d'antan.

Lorsqu'un régime construit sa propagande par l'ingénierie sociale, la place réservée aux citoyens pour ne pas devenir suspects est réduite à celle d'une audience consentante qui affiche les nouveaux codes de conduite en société. Dans son texte *Propagande et hypocrisie sociale : comment le totalitarisme instrumentalise-t-il le dogme du « bien commun » ?*, Ariane Bilheran questionne cette démobilisation de la pensée. Lorsqu'instrumentalisées, les vertus relatives à « l'altruisme » et à la « responsabilité individuelle envers le collectif » ne sont plus que des masques qui nourrissent le penchant au conformisme.

Les *Stratégies rhétorico-argumentatives fallacieuses et biais cognitifs dans le discours de propagande* sont abordées par Marius Munteanu. Son analyse discursive dans la perspective perelmanienne de l'allocution de la sénatrice roumaine Diana Șoșoacă sur les séismes de la Turquie survenus en février 2023 vise à distinguer la communication politique de la propagande et l'argumentation de la persuasion. Ces stratégies discursives (simplification, généralités, brouillage des relations causales et temporelles, imprécision dans la dénomination de l'adversaire, etc.) contribuent à construire un monde alternatif présenté comme le vrai monde.

Isabelle Chouinard et Martine Guenette interrogent ce qui se passe *Derrière le masque de la qualité des services de la gestion managériale : les droits sociaux bafoués des usagers et les fondements occultés de la profession des travailleurs sociaux*. L'essor d'une culture de l'évaluation dissimule selon elles les effets délétères des impératifs gestionnaires et économiques. Agissant comme propagande

institutionnelle, les principes de la nouvelle gestion publique contribuent ainsi à la démobilisation de l'intervention sociale et de la pensée critique nécessaire pour établir des rapports individuels directs au savoir et agir en conséquence.

Eriola Qafzezi constate que la recherche d'exclusivité se heurte à une perte d'originalité, d'impolitesse et de grossièreté, accompagnée d'une tendance à cacher plutôt qu'à révéler les nouvelles dans les médias écrits. Son article, « *Fast > food for thought? Exploring the not-so-easy-to-digest language of Albanian newspaper* » permet de comprendre comment l'objectif principal des journaux, informer, est continuellement déformé, au moyen d'un sensationnalisme ne nécessitant pas trop d'efforts d'analyse et de réflexion, afin de capter l'attention des gens et une plus grande place au marché.

Logiques médiatiques et infortunes de la vertu

La quête de la cote d'écoute qui relaie un seul point de vue prémâché est-elle l'objectif premier de l'utilisation des masques médiatiques de la vertu ? La seconde section présente ses logiques à l'œuvre en débutant par la réflexion critique de Ligia Tomoiagă sur la construction d'un célèbre psychologue canadien en opposant à « abattre ». Dans *Constructing the enemy in the process of virtue signalling: a critical reflexion on media representations of Jordan Peterson*, son analyse met en perspective cette technique bien connue dans tous les régimes dictatoriaux : offrir une cible à détester afin de mobiliser la grogne en la détournant des « vraies questions de l'heure ».

Nicolas Mary expose la logique médiatique de la dépolitisation des enjeux collectifs et sociétaux dans son texte *François Hollande ou les infortunes de la vertu*, en appréhendant l'ampleur de la peopolisation scandaleuse de la vie politique française, à savoir le processus de médiatisation, consenti ou non, de la vie privée des responsables publics. La mise en scène médiatique du libertinage par le closagate devient l'objet d'une attention particulière afin de légitimer leur aspiration au pouvoir tout en éludant les luttes politiques. Or, dévoiler la contradiction entre le masque de vertu affiché et la réalité des comportements privés ne renforce en rien la démocratie.

L'autocensure et la communication parallèle en tant que pratiques de résistance à un régime totalitaire sont mises de l'avant par Anamaria Felecan, dans *Totalitarianism and the questionable legitimation of conflict through propaganda in Marjane Satrapi's Persepolis and Art Spiegelman's Maus*. L'article offre une analyse comparative de ce qui a conduit à asseoir des régimes politiques tout puissants en imposant une discipline stricte et absolue à leurs citoyens, l'une qui réunit la réalité extérieure avec l'histoire telle que décrite et l'autre qui démontre comment le mensonge et des actions criminelles peuvent être justifiés par de prétendues bonnes intentions.

Le spectacle futuriste de la conquête spatiale masque la fuite en avant technoscientifique. Ce texte de Nicolas Oblin identifie les masques de la vertu du progrès technique utilisés par la propagande concernant les voyages contemporains dans l'espace. Fondée sur une illusion, la logique médiatique à l'œuvre privilégie sa dimension spectaculaire de fétichisation et de sacralisation qui vient faire écran à la réalité sociale et politique contemporaine et se présente comme allant de soi pour faire face à l'ultime condition d'un devenir humain possible devant une planète Terre qui serait devenue inhabitable.

Mohamed Sami Alloun étudie la communication transhumaniste à travers l'analyse de *La fable du Dragon-Tyran* de Nick Bostrom. Selon lui, recourir au texte littéraire pour illustrer la confluence

du discours rhétorique avec la fiction permet de créer une vision d'ensemble et non uniquement une logique idéologique partielle. Par cette stratégie narrative, Bostrom rendrait visibles au-delà du solutionnisme technique les enjeux philosophiques et sociaux de l'idéologie transhumaniste, dont la possible échappée de l'être humain de sa condition physique (faiblesse, maladie, sénescence) et morale (vices).

Est-ce congruent de porter à la fois le masque d'une pensée dominante vertueuse et d'enseigner la création de liens authentiques en relation d'aide ? demande Gregory Ardiét, qui observe le rétrécissement contemporain de la liberté d'expression tant dans le contexte récent de pandémie que dans l'expression de revendications identitaires à l'université. Les valeurs enseignées en relation d'aide sont alors en porte-à-faux et condamnent à trois postures, soit une adhésion à la pensée unique en portant le masque de l'authenticité ou un enseignement sans masque de la pensée critique et du lien authentique, soit un aller-retour entre les deux.

Compte-rendu

Ina Motoi resitue les contributions qui ont marqué un colloque tenu par zoom en 2021 portant sur *la Rectitude politique, la langue de bois et la novlangue*.

Le prochain numéro, à paraître à l'automne 2024, célébrera le 15e anniversaire de la revue. En plus d'une rétrospective des articles diffusés depuis sa création, il accueillera une série de textes prospectifs sur l'avenir de l'animation dans une douzaine de pays à l'horizon 2030-2035. La date de tombée pour soumettre un article ou un compte rendu pour ce numéro est le 30 septembre 2024 (voir consignes : <https://edition.uqam.ca/atps>). Veuillez noter que nous acceptons en tout temps des textes à paraître dans la section hors thème.

Bonne lecture !

Jean-Marie Lafortune
Rédacteur

Ina Motoi
Coéditrice invitée