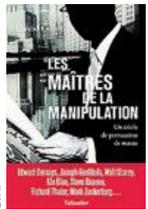


## Son dernier livre



D.R.

**David Colon** est professeur à Sciences Po Paris, où il enseigne notamment l'histoire de la propagande et des techniques de communication persuasive, et chercheur au Centre d'histoire de Sciences Po (CHSP). Il a reçu le prix Akropolis 2019 et le prix Jacques Ellul 2020 pour son ouvrage *Propagande – La manipulation de masse dans le monde contemporain* (Flammarion). Dans son dernier livre *Les Maîtres de la manipulation. Un siècle de persuasion de masse* (Éditions Tallandier – 2021), il dresse les portraits de vingt des plus grands maîtres de la manipulation des XX<sup>e</sup> et XXI<sup>e</sup> siècles. De Goebbels à Walt Disney, de Lin Biao à Mark Zuckerberg, Richard Thaler ou Steve Bannon. Sidérant.

- L'historien David Colon est spécialiste de la manipulation et de la persuasion de masse.
- Celle-ci a pris un essor considérable au XXI<sup>e</sup> siècle.
- Et joue un rôle majeur dans le conflit en Ukraine.

# “La propagande est fille de la démocratie”

## Professeur Colon, qu'est-ce que la propagande ?

Elle désigne tout type de communication de masse qui vise à agir sur les conduites des individus, c'est-à-dire aussi bien leurs attitudes que leurs comportements. On imagine souvent que son objet est d'agir sur les convictions, en réalité elle vise le plus souvent à produire une action.

## Est-elle le propre des régimes autoritaires ?

Non, la propagande est fille de la démocratie dans la mesure où il y est nécessaire d'agir sur les conduites par la persuasion. Tandis que les régimes autoritaires et totalitaires peuvent agir par la contrainte. Comme le fait aujourd'hui le régime russe en punissant de 15 ans de prison toute expression de contestation contre la guerre en Ukraine. Dans les régimes démocratiques, au contraire, s'est développé depuis longtemps un art de la persuasion politique puis publicitaire, ces arts ayant tendance à s'entremêler au XX<sup>e</sup> siècle pour produire une persuasion toujours plus efficace.

## Apparaît ainsi la propagande de masse, pour quoi ?

Elle apparaît lorsque les masses deviennent un acteur majeur de la vie non seulement politique et économique, mais aussi sociale et culturelle. C'est d'abord aux États-Unis que se produit cette mutation profonde de la démocratie à travers l'extension du suffrage, du syndicalisme, à travers aussi l'essor d'une presse populaire qui s'adresse à la masse et de l'avènement d'un journalisme professionnel qui aboutit souvent à la contestation des pouvoirs économique et politique établis. Pour les élites en place, cela donne naissance à une nécessité d'encadrer les masses, de les influencer et de fabriquer leur consentement à des mesures peu populaires mais nécessaires comme, par exemple, payer l'impôt ou faire la guerre.

## Quelle place ont la publicité et le lobbying dans ce siècle de manipulation de masse ?

Dans mon dernier livre (voir ci-dessus), je décris l'avènement d'un nouveau métier, celui de maître

de la manipulation et de la persuasion, des individus qui se sont donné pour profession d'agir à grande échelle sur les conduites de leurs concitoyens, au service d'intérêts industriels commerciaux ou politiques. C'est aux États-Unis que sont nés ces nouveaux métiers qu'ils s'agissent des relations publiques, de lobbying, de la publicité scientifique ou des producteurs d'études de marché ou de sondages. Aux XX<sup>e</sup> et début du XXI<sup>e</sup> siècles, les États-Unis ont été le foyer de ces nouveaux moyens mis au service des politiques. La persuasion est passée du statut d'art à celui de science et de profession à part entière. Le talent de ces persuadeurs est de tirer bénéfice des avancées scientifiques et techniques en identifiant à chaque progrès ce qui peut être instrumentalisé (radio, cinéma, psychologie, etc.) afin d'agir sur les conduites individuelles à l'échelle des masses.

## Comme le numérique qui marque selon vous une nouvelle phase dans la manipulation de masse. Laquelle ?

Au XX<sup>e</sup> siècle, les progrès de la propagande et de la persuasion de masse étaient linéaires et les étapes lentes. Le XXI<sup>e</sup> siècle, avec sa révolution numérique, a vu advenir des progrès exponentiels. L'exploitation d'une masse considérable de données a doté les publicitaires et les propagandistes d'une impensable capacité de prédire le comportement des individus puis d'agir sur eux en mesurant en temps réel les effets de leur campagne. Une des conséquences est de produire un art de plus en plus précis et microciblé de la persuasion et manipulation de masse dont des acteurs connus ont tiré bénéfice.

## Facebook en est-il la pointe émergée ?

Facebook a été créé dans le but exclusif d'agir sur la conduite des individus. Il s'agissait de persuader au départ les étudiants de Harvard de s'inscrire sur la plateforme et de donner des informations personnelles (numéro de téléphone, orientation

sexuelle, etc.) qu'ils n'auraient jamais donné à qui que soit dans la rue. Performance rare et exceptionnelle jusqu'alors. Mark Zuckerberg qui a étudié la psychologie et dont la mère est psychiatre, a doté ensuite sa société d'équipes d'ingénieurs qui ont eu pour objectif d'agir sur la conduite des utilisateurs pour les rendre accros à la plateforme et à s'y engager toujours plus pour donner davantage d'informations relatives à leur comportement. La plateforme et les différentes applications qui la constituent ont développé des outils publicitaires de microciblage qui reposent notamment sur l'analyse prédictive de la personnalité et des émotions des utilisateurs. Cela a révolutionné la publicité au XXI<sup>e</sup> siècle.

## Passons à la politique, quels processus de propagande utilise aujourd'hui le gouvernement russe ?

Si on considère la propagande russe à l'échelle globale, elle a deux objectifs. Le premier est d'unifier l'opinion publique russe autour de son chef et de ses initiatives. Cela se traduit par la mise en œuvre d'une propagande de type autoritaire qui ne

laisse aucune place à l'expression d'opinions critiques. Le deuxième est de perturber le plus possible les sphères informationnelles des pays considérés par la Russie comme ennemi en cherchant à y répandre le doute, à y semer la division, à y encourager le relativisme afin de protéger ses intérêts stratégiques.

## Et le gouvernement ukrainien ?

Dès le début de la guerre, il a mis en œuvre un type de propagande qui repose sur l'exact contraire du modèle russe. À la figure autoritaire et verticale du président Poutine, le président Zelensky a opposé celle d'un homme à la tenue décontractée et au contact de ses collaborateurs et de sa population. Il a conçu une communication de nature à persuader les opinions publiques européennes du bien-fondé



D.R.

**David Colon**  
Auteur de “Propagande”