

Le Métier de Berger

LA PAGE DE VENTE

Vous n'avez pas l'impression qu'on vous mène par le bout du nez

C'est précisément le but. Si vous l'aviez, le métier serait raté. Le berger compétent ne **force** pas son troupeau — il **canalise** son mouvement, choisit ses points d'eau, dispose ses chiens là où il faut. Le mouton trotte content. Il pense qu'il décide. Il broute là où le berger voulait qu'il broute. Il a peur de ce dont le berger voulait qu'il ait peur. Il déteste le loup que le berger lui a montré du doigt — pas celui qui le guette vraiment.

Ce livre n'est pas un livre de complot. C'est un livre d'**analyse documentaire**. Parce que la manipulation des opinions de masse n'est ni une théorie ni un soupçon : c'est une **discipline universitaire enseignée** depuis cent ans, dans les écoles les plus prestigieuses, par des professeurs publiés dans des revues à comité de lecture. Edward Bernays, Walter Lippmann, Harold Lasswell, Jacques Ellul, Noam Chomsky, Edward S. Herman — ce sont eux, les **fondateurs et critiques** de ce métier. Vous trouverez leurs livres en bibliothèque universitaire. Ce sont les classiques que les ministères communicants relisent.

Bernays — le grand-père qu'on cite peu

Edward Bernays (1891-1995), neveu de **Sigmund Freud**, a publié en **1928** un livre qui mérite d'être lu en entier : *Propaganda*. Ouvrage court, lumineux dans son cynisme. Première phrase :

« *La manipulation consciente, intelligente des opinions et des habitudes organisées des masses joue un rôle important dans une société démocratique.* »

Bernays ne s'en cache pas. Il considère cette manipulation comme **nécessaire** : les masses ne peuvent pas se gouverner directement, elles doivent être **orientées** par une élite éclairée. La démocratie sans pilotage produit, selon lui, le chaos.

Il a mis sa théorie en pratique pendant 70 ans, pour le compte de : - L'**industrie du tabac** — il a vendu la cigarette aux femmes en mobilisant la suffrage women's lib (1929, marche des « *torches of freedom* » à New York). - La **chimie alimentaire** — il a fait du « *bacon and eggs* » le petit déjeuner américain standard en faisant publier de fausses « *recommandations médicales* ». - Le **gouvernement américain** — il a participé à la propagande du Comité Creel (1917) pour faire entrer l'opinion américaine dans la Première Guerre mondiale. - L'**United Fruit Company** — il a orchestré la communication du coup d'État de 1954 contre Jacobo Árbenz au Guatemala.

Tous les manuels modernes de relations publiques, de communication politique, de marketing comportemental, **descendent** directement de Bernays. Et lui-même descendait de **Le Bon** (*Psychologie des foules*, 1895) et de **Tarde** (*Les Lois de l'imitation*, 1890). C'est une **lignée intellectuelle continue**, dans les bibliographies des facultés de communication.

Lippmann — le théoricien du « *public manufacturé* »

Walter Lippmann (1889-1974), journaliste américain influent, a posé dans *Public Opinion* (1922) et *The Phantom Public* (1925) la doctrine que Bernays a opérationnalisée. Lippmann distingue :

- Le **public éclairé** — une petite élite capable de **voir** la complexité du monde et de **décider** rationnellement.
- Le **grand public** — masse qui ne peut pas comprendre la complexité, dont les opinions sont des « *stéréotypes* » (terme qu'il introduit dans son sens moderne), et qu'il faut donc **gouverner par l'image** plutôt que par l'argument.

Lippmann en tire la nécessité d'un « *manufacturing of consent* » — la **fabrication du consentement** — par les élites pour les masses. Concept repris **explicitement** par Noam Chomsky et Edward Herman dans leur livre éponyme (1988), qui en fait à la fois la **description** et la **critique**.

Cette idée — que le grand public **doit être manipulé pour son propre bien** — est devenue la doctrine implicite des démocraties libérales modernes. Vous la retrouverez chez : - Les **task forces** présidentielles qui « *vendent* » une guerre à l'opinion (Tonkin 1964, Koweït 1990, Irak 2003). - Les **campagnes de santé publique** (tabac, vaccination, alimentation) — où l'objectif est juste, mais la méthode est celle du berger. - Les **referenda** modernes — où la formulation de la question, le moment du vote, et le cadrage médiatique sont conçus pour produire un résultat. - Le **marketing politique** électoral, le « *nudging* » comportemental, l'**économie comportementale** (Thaler, Sunstein).

Ce n'est pas un complot. C'est **doctrinal et public**. Vous trouverez les manuels dans tout MBA en communication politique.

Ce que ce livre vous donne

Un **panorama documenté** des principales techniques de manipulation de masse, avec leur **histoire**, leur **mécanisme**, et des **exemples concrets** récents et anciens :

- **La fenêtre d'Overton** — comment on déplace progressivement les bornes du « *pensable* ». Une idée folle devient discutable, puis envisageable, puis raisonnable, puis évidente. La transition se mesure en années, parfois en mois sur les sujets « *chauds* ».
- **L'ennemi désigné** — Carl Schmitt l'avait théorisé : toute communauté politique se constitue contre un ennemi. La fabrique d'ennemis (étrangers, terroristes, « *populistes* », « *complotistes* », opposants politiques internes) est une fonction essentielle du métier de berger.
- **Le nudging comportemental** — l'économie comportementale (Thaler, Sunstein) théorisée à partir de Kahneman. Comment on modifie les choix individuels en **changeant les contextes** sans changer les options apparentes.
- **Le priming médiatique** — comment l'**ordre** des sujets traités par les médias détermine ce que vous **considérez comme important** dans le monde. Vous ne pensez pas à l'eau ou à la santé du sol — vous pensez aux sujets que les chaînes d'info ont mis en boucle.

- **Le manufacturing consent** version Chomsky-Herman — les 5 filtres médiatiques qui font qu'**aucune censure** n'est nécessaire pour qu'une presse libre relaie le récit officiel : propriétaires concentrés, publicité dépendante, sources institutionnelles, « *flak* » de représailles, idéologie du marché.
 - **Les techniques de propagande contemporaine** — micro-ciblage électoral, *deepfakes*, *trolling* organisé, *astroturfing* (faux mouvements citoyens), IA générative en propagande, *bots* en réseaux sociaux.
-

Pour quoi faire — pour ne plus brouter sans le savoir

Le but de ce livre **n'est pas** de vous rendre paranoïaque. La paranoïa est elle-même une réponse manipulable.

Le but est de vous donner **les outils intellectuels** pour reconnaître : - Quand on vous présente un récit, **qui** a intérêt à ce que vous croyiez ce récit. - Quand vous éprouvez une peur soudaine, **qui** vient de la produire et avec quels moyens. - Quand vous prenez position pour ou contre quelque chose, **comment** votre position a été préparée — par quels médias, sur quels mois, avec quels mots-clés. - Quand vous votez, **comment** votre vote a été cadré.

Cette **conscience critique** ne vous rend pas immunisé — personne ne l'est. Mais elle vous rend **moins manipulable**. Et un peuple un peu moins manipulable, c'est un peuple un peu plus démocratique. Pas la perfection. Le pas de côté.

Un auteur sans complaisance

Jacques Renard est un ancien militaire belge devenu écrivain, après une carrière prolongée dans le civil en informatique. Sa série **Les Rouages** propose une analyse rigoureuse, documentée, **sans complaisance pour aucun camp**, des mécanismes structurels par lesquels les sociétés modernes fonctionnent vraiment — par opposition au récit officiel qu'on leur sert.

Auteur de neuf tomes des *Rouages*, douze tomes de *Géopolitique*, et plusieurs ouvrages-clés (*Les Mains Propres*, *État d'âme*, *Urgence sanitaire mondiale*), Jordens écrit dans le sillage de **Chomsky, Ellul, Bourdieu, Postman, Mattelart** — en français lisible et en assumant un point de vue européen et belge.

Sa singularité : il ne propose **ni complotisme** (les complots existent mais sont rarement la bonne explication), **ni naïveté** (le système n'est pas innocent). Il cherche la **mécanique réelle** — d'où le titre de la série.

Témoignages-types (lecteurs cibles)

« Je croyais que j'étais informé parce que je suivais la presse quotidienne. Ce livre m'a fait comprendre que j'avais surtout été conditionné. J'ai changé mes sources et mon rapport à l'info. »

— Lecteur, 54 ans, France.

« Je travaille en communication politique. Le livre nomme **précisément** ce que nous faisons. Inconfortable mais honnête. Beaucoup de mes collègues le liraient et se reconnaîtraient — peu osent. »

— Lecteur professionnel, 41 ans, Belgique.

« J'ai offert ce livre à mes deux fils étudiants. Lire ça à 22 ans plutôt qu'à 50, ça change une vie intellectuelle. »

— Lecteur, 58 ans, France.

(Témoignages composites construits à partir de retours lecteurs.)

À qui s'adresse ce livre

- À toute personne qui sent que **quelque chose cloche** dans le récit médiatique dominant, sans pouvoir le nommer.
 - Aux **étudiants** (sciences politiques, communication, journalisme, sociologie) en quête d'une grille critique.
 - Aux **professionnels de la communication** qui veulent regarder leur métier en face.
 - Aux **parents** qui veulent transmettre une **éducation critique** à leurs enfants ou petits-enfants.
 - À tous ceux qui refusent l'alternative « *presse mainstream / théorie du complot* » et cherchent une **troisième voie analytique**.
-

Format et caractéristiques

- **200 pages** — format trade 6×9 et A5
 - **13,00 €** broché — 10,00 € EPUB
 - **Bibliographie** de 100+ références (Bernays, Lippmann, Lasswell, Ellul, Chomsky, Herman, Bourdieu, Klein, Postman, Mattelart...)
 - **Index des techniques** à la fin pour usage de référence
-

Comment se le procurer

- **En librairie** France-Belgique sur commande.
- **En ligne** : Fnac, Decitre, Amazon, Cultura, Standaard Boekhandel.
- **Numérique** : Apple Books, Kobo, Google Play, Kindle.
- **Site éditeur** : www.editionslavie.com.

Vous ne deviendrez pas immunisé en lisant ce livre.

Mais vous arrêterez d'être un mouton qui ne sait pas qu'il l'est.

C'est déjà un grand pas vers la liberté.