

CRISE ET COMMUNICATION - L'ÉTALEMENT DE L'OBSCÉNITÉ

Par Jean Blairon et Emile Servais

« Les romans du Marquis de Sade, en particulier les 120 journées de Sodome avec leur folle comptabilité des passions, sont prémonitoires d'une situation où la morale est remplacée par l'économie. Ils en sont la fable prophétique. »

Bernard Noël

Ce mois de mars qui commence nous a soumis à une agitation médiatique particulièrement révélatrice sur les liens qu'entretiennent désormais la « communication » et la « crise ».

Nous avons ainsi eu droit, entre autres, dans un très court laps de temps :

- à une réflexion sur la manière dont les entreprises doivent communiquer pendant une crise qui les frappe (sic) : nous parlons de Caterpillar ;
- à la mise en lumière du rôle d'une « mauvaise communication », capable de susciter une crise (politique) : il s'agit de la démission du Ministre Vanackere ;
- à la discussion relative à la « sortie de crise » de la Wallonie : celle-ci se « redresserait » et « rattraperait » la Flandre : cette « révélation » fait l'objet de contestations par médias interposés.

Nous avons choisi de commenter de manière critique trois productions médiatiques différentes, une par « événement » : l'interview de deux professeurs d'université, réalisée par Michel Visart dans « Ecomatin » le 1 mars 2013, sur les ondes de la Première ; le « dossier » consacré par le journal *Le Soir* à la démission du Ministre Vanackere dans son édition du 6 mars ; l'interview du Professeur de l'UCL Jean Hindriks, par ailleurs membre du think tank « Itinera Institute », que publie l'hebdomadaire *Moustique*, dans sa livraison du 6 mars.

Cette agitation « remarquable » se produit pendant que se mènent les discussions sur l'étalement (dans le temps) des remboursements liés à l'« assainissement » des finances publiques (le terme est curieux : elles seraient souillées ?), formaté selon une trajectoire « promise à l'Europe » (l'enfant Belgique pourrait-il désobéir à ses « parents » européens, à qui il a promis de « faire des efforts » ?).

La « communication de crise » s'étalement quant à elle dans l'espace : elle s'expose, se répand, se livre sans cesse à une « parade » (dans tous les sens du terme).

Nous allons voir que cet étalement dans le temps et cet étalement dans l'espace ont partie liée ; que les partisans de l'**assainissement** à tout prix (pour les autres) sont aussi ceux qui se comportent, en matière d'économie, comme des idéologues du « libertinage », tel que mis en scène par Sade ; pour ces « dépravés », la seule vertu défendable est le crime (au nom de la Nature) :

« (Mais le philosophe - soit en l'occurrence le libertin, ndla) ne voyant ne considérant que lui seul dans l'univers, c'est à lui seul qu'il rapporte tout. S'il ménage ou caresse un instant les autres, ce n'est jamais que relativement au profit qu'il croit en tirer ; n'a-t-il plus besoin d'eux, prédomine-

t-il par sa force, il abjure alors à jamais tous ces beaux système d'humanité & de bienfaisance auxquels il ne se soumettait que par politique ; il ne craint plus de rendre tout à lui, d'y ramener tout ce qui l'entoure, & quelque chose que puissent coûter ses jouissances aux autres, il les assouvit sans examen, comme sans remords. »¹

Sade nous a livré la description d'une économie des passions où l'optimum de la jouissance sans frein ne s'obtient qu'en négligeant, voire en détruisant l'objet de son désir. Bien des passions de l'économie se vivent aujourd'hui sous le mode de la religion du marché et d'un libertinage déchaîné, soutenu par les sophismes des « communicateurs de crise », qui n'ont rien à envier aux « raisonnements » des moines libertins décrits par le Marquis. Sa folle « comptabilité des passions »² devrait nous éclairer sur le fonctionnement de ceux qui veulent gouverner le monde en prétendant ne s'appuyer que sur la folle passion comptable.

COMMENT LES ENTREPRISES DOIVENT-ELLE COMMUNIQUER PENDANT UNE CRISE QUI LES FRAPPE ?

L'annonce du licenciement par l'entreprise américaine Caterpillar a fait l'objet d'une séquence d'Ecomatin, à partir de la question suivante posée par le meneur de jeu à Michel Visart : « Quand une entreprise prend la décision de lancer un plan social (sic), elle doit en assumer la communication. Est-elle équipée pour le faire, comment se prépare-t-elle ? ».

On comprend immédiatement tout l'intérêt de s'intéresser à cette « épreuve » que doivent affronter... les dirigeants de l'entreprise. Michel Visart relaie l'interpellation et interroge Thierry Libaert, professeur de communication à Paris et à Louvain-La-Neuve sur « ces premiers conseils pour l'entreprise qui va licencier ».

Le docte spécialiste répond :

« Alors le premier c'est d'assumer. Clairement il ne faut pas fuir ses responsabilités, l'entreprise doit être là, elle doit bien assumer la décision qu'elle a prise. Deuxièmement c'est occuper le terrain. C'est-à-dire ne pas se contenter de bien réussir son effet d'annonce et ensuite de penser que ça risque de rester médiatiquement pendant quelques jours voire plusieurs semaines. Et donc il faut occuper le terrain en permanence. Troisièmement, la stratégie des alliés. C'est-à-dire que ce n'est pas l'entreprise seule qui doit porter le message, elle doit trouver d'autres personnes qui portent le message, qui viennent en relais de ce qu'elle peut dire. Et puis enfin quatrième point, c'est avoir un aspect social important, montrer que ce n'est pas une décision prise économiquement pour faire plaisir aux actionnaires mais qu'elle a un accent sur les ouvriers qu'elle connaît depuis très longtemps. »

1 Justification que consent à donner le moine Clément à « l'objet de son désir » qu'il vient de fouetter sauvagement ; le discours du moine libertin commence ainsi : « ah ! Chère fille (sic), tu ne sais pas jusqu'où nous entraîne cette dépravation, l'ivresse où elle nous jette, la commotion violente qui résulte dans le fluide électrique de l'irritation produite par la douleur sur l'objet qui sert nos passions ; comme on est chatouillé de ses maux ! Le désir de les accroître... voilà l'écueil de cette fantaisie, je le sais, mais cet écueil est-il à craindre pour qui se moque de tout. » Sade, *Justine ou les Malheurs de la vertu*, Paris, Le soleil noir et Presses du Livre français, 1950, p. 186 et 198 (pour la citation dans le corps du texte).

2 Selon l'expression de Bernard Noël.

La réponse laisse rêveur par sa tranquille obscénité³ :

- « ne pas se contenter de bien réussir son effet d'annonce » traduit bien l'intention de « produire un effet » (on imagine sans peine qu'il s'agit de provoquer un choc chez l'adversaire, pour le tétaniser), non de dire la réalité des choses ;
- « trouver d'autres personnes qui portent le message, qui viennent en relais de ce qu'elle peut dire » : on ne peut mieux évoquer les complicités de tous ceux qui, certains professeurs d'université en tête, ont fait profession de « servir les princes » ; ce conseil résonne de façon tragi-comique par rapport au contexte même de l'interview, puisqu'il révèle le rôle de relais de son donneur ;
- « Et puis enfin quatrième point, c'est avoir un aspect social important, montrer que ce n'est pas une décision prise économiquement pour faire plaisir aux actionnaires, mais qu'elle a un accent sur les ouvriers qu'elle connaît depuis très longtemps » : là nous touchons au cynisme le plus débridé, puisque cet « accent » (de quoi parle-t-on?), en l'occurrence, revient à démentir la réalité de la réalité : nous ne sommes pas loin du moine libertin qui « consent » à expliquer à la « chère » victime de ses plaisirs pourquoi elle devrait se réjouir de l'être (puisque le moine est le « serviteur de la Nature »).

Il s'est toujours trouvé des prêtres pour assurer avec magnanimité au « sauvage » conquis, occupé à périr par le glaive du colonisateur, que malgré l'inhumanité dans laquelle l'avait projeté son paganisme, il pourrait être accueilli avec mansuétude par le dieu qui armait la main de celui qui lui donnait présentement la mort, et que cette mort même, tout bien considéré, serait pour lui comme une délivrance. Les grands prêtres de la religion du marché peuvent de fait s'appuyer sur une tradition puissante, dont Sade a révélé les traits constitutifs.

Mais les « conseils » en communication de crise du professeur Libaert révèlent aussi paradoxalement la manipulation permanente à laquelle se livre la « communication d'entreprise », en jouant sans cesse sur le réel et le fictionnel.

Ainsi l'entreprise (et c'est singulièrement le cas de Caterpillar) va demander l'**engagement réel** de ses salariés dans la « lutte pour la compétitivité », au nom d'une **fiction** (« nous sommes tous dans le même bateau »). La **relation** (employeur/employé) qui permet de demander un tel engagement est toutefois fictive, puisqu'elle sera rompue **unilatéralement, souvent au nom de raisons fictives présentées comme réelles** (les « risques » que courrait l'entreprise) ; la rupture réelle de la relation (c'est-à-dire la trahison du lien de confiance demandé par l'employeur à son employé) pourra être « justifiée » par une autre fiction, « l'accent sur les ouvriers » que conseille le spécialiste liberticide : que les travailleurs soient « remerciés » (dans les deux sens du terme, le second recouvrant autant que faire se peut le premier) !

3 Au sens que lui donne Marcuse d'impudence (plutôt que d'impudeur) ; il reste que cette obscénité nous ramène tout droit au libertinage idéologique du système sadien.

Les serviteurs des princes, les acolytes de la religion du marché peuvent promettre le salut en administrant la peur⁴ : c'est la stratégie de la « déception⁵ » promue par la C.I.A⁶ et dénoncée par Noam Chomsky : faire croire à un désastre futur imputable à l'adversaire, pour justifier la destruction de celui-ci ; les bains de sang « projetés par le Vietcong », les armes de destruction massive « cachées par Saddam Hussein » ont donné lieu à des stratégies de communication dont s'emparent aujourd'hui les entreprises-voyous et leurs conseillers : faire croire au risque économique majeur pour abattre les adversaires (que sont tous les défenseurs des conquêtes sociales et de la logique de redistribution des richesses).

Michel Visart ne peut que le constater en commentant les « conseils » de l'universitaire : « Oui, alors mettre l'accent sur les salariés ce n'est pas évident si j'ose dire quand l'entreprise affiche des résultats brillants comme c'est d'ailleurs le cas pour Caterpillar. » Heureusement, le temps consacré à l'émission ne permettra pas de s'appesantir sur l'objection ; on doit illico passer à autre chose, à l'avis d'un autre spécialiste, qui pourra expliquer combien « le message est essentiel » dans la communication...

ABATTRE PAR LA FICTION

Un deuxième événement a émaillé ce début du mois de mars : la démission du Ministre Vanackere, suite à la « tempête médiatique » dans laquelle il a été pris à l'initiative de son parti concurrent, la NVA. Le Ministre est « accusé » d'avoir favorisé l'ACW dans ses transactions avec la banque Belfius, du fait de sa proximité idéologique avec l'aile gauche de la démocratie chrétienne flamande.

L'objet de cet article n'est pas d'analyser le fond du dossier, mais simplement de faire remarquer qu'une crise provoquée dans le monde de la communication peut être suivie d'effets réels (souvent injustifiés).

Nous avons déjà dénoncé⁷ la posture inquisitoriale que prennent de plus en plus les médias, allant souvent jusqu'à s'octroyer un rôle judiciaire, sans aucune des garanties qui structurent le champ de la justice : on peut, par médias interposés, être condamné sans vérification ni procès, sans que la moindre instruction à charge et à décharge ne soit organisée.

Ainsi, la démission du Ministre a été jugée inéluctable (par certains de ses collègues au Gouvernement, comme son prédécesseur Didier Reynders)... suite à une « mauvaise communication » pendant la journée du dimanche 3 mars. Le Ministre se serait empêtré à propos d'une « explication » à lui

4 Cfr P. Virilio, *L'administration de la peur*, Paris, textuel, 2010. L'auteur y défend l'idée que les Etats « sont tentés de substituer un globalitarisme sécuritaire à la traditionnelle protection des individus contre les risques de la vie ».

5 C'est Paul Virilio qui a joué sur la signification de ce terme : en anglais, le mot signifie « tromperie », tandis qu'en français il désigne aussi la perte de l'espoir ou de la croyance : on peut ainsi miner l'énergie de l'adversaire en le trompant par une fiction. C'est d'ailleurs comme cela que les moines libertins décourageaient les espoirs de fuite de leurs victimes, en leur faisant croire que la partie du Monastère où elles étaient enfermées était entourée de murailles infranchissables.

6 Cfr le grand ouvrage de E.S. Herman et N. Chomsky, *Bains de sang*, précédé du texte de J.-P. Faye « L'archipel Bloodbath », Paris, Laffont, revue Change, 1975.

7 Cfr nos analyses du champ médiatique dans ce magazine (www.intermag.be/index.php/analyses-et-etudes/lien-medias-multimedias).

demandée sur le plateau de l'émission *De Zevende Dag*, suite à une « révélation » qui prétendait qu'un administrateur de la Banque Belfius travaillait à son cabinet.

La fiction médiatique (des « révélations », des « fuites » peut-être rien moins que spontanées, des procès sans instruction, une « anticipation » d'une éventuelle enquête judiciaire) peut se substituer à la réalité et y produire des effets aussi graves que la démission d'un Vice-Premier Ministre. Le jeu avec la communication peut produire une crise qui ne sera pas sans conséquences sur les négociations en cours, au sein du Gouvernement, sur l'étalement des mesures d'austérité qui vont frapper une partie conséquente de la population.

LA MANIÈRE DONT CERTAINS COMMUNIQUENT SUR LA « SORTIE DE CRISE » EN WALLONIE

Le député flamand Johan Sauwens (du même parti que Steven Vanackere) avait fait parler de lui en affirmant que la Wallonie se portait désormais mieux que la Flandre économiquement parlant. Il n'en fallait pas plus pour déclencher une guerre des chiffres et une inflation de commentaires plus ou moins autorisés.

Parmi ceux-ci, nous pouvons épinglez la glose d'un autre professeur de l'UCL, Jean Hindriks, membre du think tank « Itinera Institute », qui se présente comme « indépendant » et s'attribue une fonction d'« éveil » de la conscience politique : il serait tant d'« agir structurellement sans plus tarder » (voilà qui ne nous rappelle que trop la stratégie de la « déception » évoquée plus haut).

La fin de l'interview de cette éminence dans le piquant hebdomadaire *Moustique* a attiré notre attention. Le Professeur est interrogé sur ce que peut faire le politique pour le sud du pays :

« Je perçois un changement. Il y a cet « optimisme de la volonté » (sic). La priorité doit aller à l'activation de la population (traduisons : à la mise en cause des droits sociaux). Ça passe par la croissance mais c'est un très gros chantier. Surtout, l'économie wallonne doit se diversifier. **Le non-marchand, secteur qui coûte et qu'il faut financer, reste trop important.** Voyez les chiffres (sic). Je vous ai dit que la construction est un secteur qui va bien. Effectivement, il représente 81.000 jobs. **Mais à côté de cela, il y a en Wallonie 112.000 enseignants, 134.000 fonctionnaires, 160.000 travailleurs de l'action sociale et de la santé. Or, ces 406.000 emplois ne s'auto-financent pas, contrairement à ceux du privé...** »⁸

Dans le contexte politique que nous avons rappelé ci-dessus (les discussions politiques sur l'austérité, dont les idéologues néo-libéraux voudraient profiter pour promouvoir davantage encore de régressions sociales), il est évidemment hautement utile de feindre d'oublier :

- que l'enseignement et le non-marchand sont des secteurs qui produisent les conditions de toute production, qu'elle soit économique, culturelle, sociale ou politique ; ils sont financés par la collectivité via l'impôt, dont les entreprises et l'économie de la finance cherchent à s'exempter toujours plus ; **ce sont donc ces derniers secteurs qui s'allo-financent en la matière ;**
- que les entreprises et l'économie de la finance, d'ailleurs ne s'auto-financent pas réellement, puisqu'ils reçoivent toutes sortes d'aides d'Etat sans aucune contrepartie sociale. Le secteur social, quant à lui, reçoit des aides à l'emploi qui sont conditionnées au maintien de celui-ci

⁸ Interview réalisée par Michel Geyer, *Moustique*, livraison du 6 mars 2013, p. 23.

(voir le système des « APE » : si une association tombe en dessous de son nombre d'emplois de référence, les aides qu'elle perçoit seront remises en cause ; inutile de dire que rien de semblable n'existe dans le secteur marchand...). Nous avons affaire plutôt, avec la bénédiction de bien des spécialistes, à la construction de systèmes qui permettent de privatiser de l'argent public et de collectiviser les dettes privées – voir le sauvetage des banques, dont... Dexia-Belfius.

On peut se demander jusqu'à quelle outrecuidance peuvent aller aujourd'hui ces libertins de l'économie. La réponse est sadienne : il n'a y aucune limite à leur obscénité.

Le Professeur Hindriks, par exemple, ne fait-il pas précisément partie de ces enseignants qui, selon lui, ne s'auto-financent pas et qui bénéficieront, par exemple, d'une très confortable retraite (tout autre que celle des autres travailleurs du secteur non-marchand qu'il a amalgamés) ?

Mais la raison n'est que de peu de secours par rapport à ceux que Louis Pinto appelait les intellectuels de parodie et Pierre Bourdieu, les intellectuels mercenaires ; ces intellectuels médiatiques, qui pratiquent si bien les uns et les autres avec certains journalistes les « renvois d'ascenseur », disposent d'une large audience dans une société où « la réalité sociale est pour une part très importante construite par les médias, qui sont le moyen de production dominant du discours dominant sur le monde social »⁹.

Pierre Bourdieu poursuivait ainsi, dans son article « Dévoiler et divulguer le refoulé » :

« Je cite souvent Spinoza : « Il n'y a pas de force intrinsèque de l'idée vraie. » C'est une des phrases les plus tristes de toute l'histoire de la pensée. Cela signifie que la vérité est très faible, sans force. Par conséquent, nous qui travaillons à produire de la vérité, qui croyons tacitement qu'il est important de produire de la vérité, qui croyons tacitement qu'il est important de diffuser la vérité, puisque nous enseignons, nous parlons, nous écrivons, etc., est-ce que, pour être en accord avec nous-mêmes, pour ne pas être trop contradictoires et trop désespérés, nous ne devons pas essayer de réfléchir sur la nécessité de nous unir pour donner collectivement un peu de force sociale à la vérité ? »

Il nous semble que c'est bien le moins que nous puissions faire pour ceux qui sont les victimes réelles des raisonnements fictionnels des « spécialistes de la communication et de la crise » qui, disciples des moines sadiens, pratiquent sans vergogne et sans limites le libertinage économique et répandent partout les sophismes qui le justifient. C'est probablement notre seule chance de faire mentir cet aphorisme de Bernard Noël :

« Les étoiles ont l'air de porter la lumière alors qu'elles n'éclairent qu'elles-mêmes : le pouvoir leur ressemble, qui fait mine de servir et qui ne sert que soi. Tout ce qui brille d'un côté consomme l'énergie de l'autre et ne lui retourne rien. Le ciel reste noir et la majorité des hommes pauvre. »¹⁰

9 P. Bourdieu, « Dévoiler et divulguer le refoulé », in *Interventions, Science sociale et action politique*, Marseille, Agone, 2002, p. 325.

10 B. Noël, *La castration mentale*, Plombières-les-Dijon, Cahiers Ulysse fin de siècle, 1994, p. 131.