

Tittytainment

Connaissez-vous Vance Packard ? Il fut le premier, avec son ouvrage *The Hidden Persuaders*¹, à attirer dès 1957 l'attention du public sur les techniques de manipulation mentale. Vous savez, ces techniques que la loi antisecte a finalement renoncé à interdire... peut-être parce qu'elles sont plus souvent utilisées par les publicitaires que par les sectes.

En 1964, il publie un autre ouvrage, *Une société sans défense*, sur la surveillance et le fichage de la population par la police, mais surtout par les entreprises, où cette fois il n'hésite pas à comparer la société dans laquelle il vit, l'Amérique des années 1960, aux œuvres d'anticipation de George Orwell et d'Aldous Huxley : *1984* et *Le Meilleur des mondes*.

Le temps a passé depuis mais les livres de Vance Packard, de George Orwell et d'Aldous Huxley n'ont rien perdu de leur actualité. Le monde dans lequel nous vivons correspond à peu de choses près à ce qui était à l'époque imaginé comme un cauchemar. Pourtant une fausse note subsiste : la dictature que redoutaient Orwell et Huxley était d'inspiration soviétique, mais le "*totalitarisme tranquille*²" que nous connaissons aujourd'hui est capitaliste. Hormis cela, tout correspond : l'œil des caméras de vidéosurveillance épie chacun de nos gestes, nous sommes au seuil d'une normalisation génétique, la voix des médias nous berce du lever au coucher dans la douce anesthésie d'un divertissement médiocre et nous assure que notre monde serait parfait sans la petite délinquance et la contestation politique. Ce divertissement insipide comme un sucre d'orge porte même un nom : le *tittytainment*. Ce terme inventé par Zbigniew Brzezinski, qui fut conseiller pour la sécurité nationale auprès de Jimmy Carter, est une contraction de *entertainment* (divertissement) et de *tits* (seins en argot américain). L'évocation des seins se réfère ici plus à leur fonction nourricière qu'érotique. L'idée de Zbigniew est que, dans un monde où 20 % de la population mondiale suffira à faire tourner l'économie, le problème des nantis consistera à doser le pain et les jeux qu'il leur sera nécessaire d'accorder à la majorité démunie afin qu'elle se tienne tranquille :

Un cocktail de divertissement abrutissant et d'alimentation suffisante permettrait selon lui de maintenir de bonne humeur la population frustrée de la planète³.

C'est là que réside la différence entre le totalitarisme communiste et celui de nos "*démocraties-marchés*⁴" : l'ultralibéralisme a compris qu'il pouvait contenir par la douceur ses populations dans une aliénation passive que Staline cherchait à imposer par la force. Silvio Berlusconi n'a menacé personne pour arriver au pouvoir, il a acheté des chaînes de télévision. Dans le roman de George Orwell, la population ne peut pas éteindre la télévision dans les appartements individuels. Dans l'Italie capitaliste, elle le peut, mais elle ne le fait pas. Et l'auteur du *Meilleur des mondes* l'avait déjà compris :

Aldous Huxley n'a-t-il pas écrit que le mot d'ordre devenu classique de Patrick Henry - la liberté ou la mort - paraîtrait aujourd'hui mélodramatique ? Nous l'avons remplacé, soutient-il, par des exigences d'un tout autre ordre : "*Donnez-nous des télévisions et des hamburgers, mais débarrassez-nous des responsabilités de la liberté*⁵."

Ce nouveau mot d'ordre sonne le glas de nos démocraties. Un exemple ? La disparition du commerce de proximité au profit de la grande distribution. Les grandes surfaces se sont imposées par la douceur et la séduction à nos habitudes de consommation. Des prix bas, une gamme étendue de produits et de services : le consommateur ne résiste pas. Pourquoi résisterait-il ? Il ne veut pas comprendre que, quand la grande distribution aura totalement éli-

1 En traduction française, *La Persuasion clandestine*, Calmann-Lévy, 1958.

2 André Bellon, Anne-Cécile Robert, *Un totalitarisme tranquille*, Syllepse, 2001.

3 Hans-Peter Martin et Harald Schumann, *Le Piège de la mondialisation*, Solin - Actes Sud, 1997, page 13.

4 Gilles Châtelet, *Vivre et penser comme des porcs*, Folio, 1999.

5 Vance Packard, *Une société sans défense*, Calmann-Lévy, 1965, page 22.

miné le commerce de proximité et quand les fusions entre groupes auront abouti à un partage stable du territoire, les distributeurs n'auront plus aucune raison de se gêner pour augmenter subrepticement leurs marges commerciales... mais ils n'auront pas davantage de raisons de revenir contrepartie de cette augmentation au choix et à la qualité autrefois assurés par le commerce de proximité ! Ils auront imposé une implacable dégradation du service rendu aux consommateurs en éliminant la production artisanale et en exigeant de leur fournisseurs rapidité d'approvisionnement et quantités industrielles au détriment de toute qualité. Lorsqu'on est parvenu à s'assurer le monopole d'un marché et que tout boycottage est devenu impossible, on peut tout à coup démasquer ses longues dents et tirer une grosse marge bénéficiaire de mauvais produits.

Le choix de la grande distribution aura été effectué “démocratiquement”, comme celui de la télévision de Berlusconi. Les réactions des consommateurs ne sont pas difficiles à prévoir, elles font l'objet de tant d'investigations, d'études et de sondages que les pièges tendus par les experts du marketing font mouche à tous les coups. C'est pour cela que la démocratie est si facile à acheter.

L'ultralibéralisme a parfaitement compris que les méthodes staliniennes tant redoutées par Huxley et Orwell étaient aussi maladroites qu'inutiles : pourquoi contraindre brutalement les citoyens à une béate passivité alors qu'une connaissance plus approfondie de leurs comportements démontre qu'ils ne demandent que cela ? La population n'a nul besoin que l'aliénation soit obligatoire pour s'y adonner. Personne n'oblige encore les Italiens à regarder les chaînes de télévision de Berlusconi. Ce n'est que dans un second temps, quand tous les autres médias auront été éliminés, que celui-là deviendra obligatoire. Parce que la population préfère le divertissement à l'analyse, les grands groupes de presse et de télévision qui proposent un divertissement facile plutôt que des analyses sérieuses éliminent le journalisme d'investigation honnête et s'assurent progressivement un monopole de fait. Une fois ce monopole installé par le “*choix démocratique du marché*”, les informations indispensables à la vie quotidienne ne passeront plus que par ce vecteur unique et le rendront obligatoire. Après que nous lui aurons nous-mêmes souhaité la bienvenue, la dictature sera entrée par nos portes grandes ouvertes et se sera installée à notre table.