

La manipulation par la peur

Il se trouve quand même beaucoup de personnes pour douter de la validité du système de l'économie libérale, de la guerre économique, des personnes qui pensent que certaines évolutions ne vont pas dans le bon sens, qui estiment que, sans revenir en arrière, il faudrait peut-être changer de direction.

Toute remise en cause du système est dangereuse pour ceux qui en tirent les ficelles. Alors on va utiliser la peur pour que, surtout, rien ne change.

Les politiques utilisent la peur pour nous persuader de voter pour eux. Ils agitent selon leur électorat :

- peur du chômage
- peur des agressions
- peur de l'autre (l'étranger)
- peur de perdre ce que l'on possède
- peur du lendemain
- et surtout la peur de l'inconnu : n'essayez pas autre chose, un autre système, n'osez pas de changements forts, vous prendriez un risque énorme !

De façon très insidieuse, c'est également pour celui qui voudrait s'élever contre la pensée unique (la croissance, la compétition, la consommation ne peuvent en aucun cas être remis en cause) la peur d'être « sanctionné » -moins bien noté, voire pénalisé dans son travail-, d'être regardé de travers par ses voisins, d'être considéré comme un utopiste à coté des réalités, etc...

Cette utilisation de la peur n'est pas le propre des politiques. Les publicitaires en usent également, de façon plus ou moins ouverte. Ils jouent sur diverses peurs, selon les produits :

- pour tout produit : peur de laisser passer une occasion, de louper quelque chose, peur de manquer :
 - o dans une société de surabondance, la publicité arrive à créer l'illusion de la rareté (« à saisir ! »), en nous disant qu'une occasion est unique et ne se représentera pas, (ce qui, bien sûr, est faux), en argumentant sur la durée ou le stock limité, etc...
- pour les produits financiers, les assurances... : peur du lendemain
- pour les médicaments, les produits cosmétiques : peur de vieillir, peur d'être malade, peur de mourir
- pour tous les produits « de mode » (vêtements, mais aussi produits technologiques à évolution rapide), c'est selon les cas :
 - o la peur d'être à l'écart (si vous ne possédez pas tel article, vous ne faites pas partie du groupe)
 - o la peur d'être dépassé (si vous n'achetez pas la dernière version de tel appareil, vous ne serez pas performant)
 - o ou, pire encore, la peur de ne pas être aimé (si vous ne possédez pas tel produit, vous ne pourrez pas plaire)

Ces peurs ont un effet très fort car elles renvoient à des besoins fondamentaux de chaque individu : besoins de sécurité, besoins de lien social, besoins d'estime des autres (voir le chapitre sur la satisfaction des besoins humains et la pyramide de Maslow).

Ces manipulations par la peur sont insidieuses. Elles n'ont rien à voir avec les menaces de mort qu'une dictature fait peser sur ses citoyens. Mais la consommation d'antidépresseurs est là pour prouver leur réalité !

Nota : si ces peurs ne sont pas utilisées sciemment pour manipuler électeurs et consommateurs, si elles sont entièrement justifiées par le système dans lequel nous vivons, autrement dit si nous avons raison d'avoir peur... c'est que le système n'est pas bon et qu'il faut en changer !!!

Des conséquences :

La sagesse populaire a raison de dire que la peur est mauvaise conseillère.

- En introduisant dans un choix une notion de danger, et donc d'urgence, elle nous dissuade de prendre le temps, elle limite nos capacités de réflexion. Nos choix sont biaisés, au profit des manipulateurs.
- Elle doit être compensée par un dérivatif, quelque chose qui va la faire oublier : ce sera la consommation, qui donne l'illusion d'être maître du jeu (je désire / j'achète) alors qu'elle est la preuve de la manipulation.
- Elle crée un réflexe de repli sur soi, de protection : perte de solidarité, développement des égoïsmes, qui vont contribuer à entretenir la peur. L'autre devient un inconnu, et tout ce qui est inconnu fait peur.

N'ayons pas peur d'essayer autre chose !