

COLLEGE HENRI
DUMONT
B.P : 7607 DOUALA

SESSION DE MAI 2012			
BACCALAUREAT BLANC HD-AD			
MATIERE	CLASSE	DUREE	CORRECTION
littérature	T ^e ACD	4H	

Le candidat traitera un seul sujet à son choix.

Sujet de type I – Contraction de texte et discussion

Le conditionnement par les médias

L'une des manifestations les plus explicites de pouvoir par conditionnement dans les sociétés industrielles modernes réside dans la publicité. Par séduction plastique et par répétition, on convainc les gens de croire à la convivialité toute particulière de telle marque de bière, à l'efficacité de protection sanitaire offerte par telle marque de cigarette, à la haute respectabilité associée à la blancheur des cols de chemises, à l'élévation morale exceptionnelle de tel politicien, à la profonde sagesse ou à l'ineptie de telle initiative politique. Dans tous les cas le résultat est le même : l'acheteur est amené à se faire une conviction coïncidant avec les desseins du vendeur. Il s'incline devant la volonté du pourvoyeur des bières, de cigarettes, de détergents ou de causes politiques. Que cette pratique de pouvoir ne soit pas toujours perçue comme telle, ne change en rien son caractère. Et pas davantage le fait que la conviction ainsi obtenue soit superficielle et la soumission qu'elle entraîne peu durable. L'époque moderne connaît peu de manifestations de pouvoir qui consomment autant d'énergie couteuse et de passion que la manipulation des croyances par la publicité.

Celle – ci, cependant, étant un moyen entièrement ostensible de capter la conviction et sans doute en partie pour cette raison même, n'a pas toujours bonne réputation. Elle suscite périodiquement la résistance et la réprobation. C'est pourquoi la firme qui voudra soumettre les consommateurs à l'idée d'acheter ses produits lancera une campagne de publicité, mais si elle cherche à les soumettre à ses finalités politiques – l'abrogation d'une réglementation onéreuse ou d'un impôt prétendu injuste – elle lancera une campagne d'éducation. En feront autant tous ceux qui cherchent à soumettre les gens à leur volonté sur les questions d'intérêt général. Pour conquérir les esprits, l'éducation a bien meilleure réputation que la publicité.

Mais l'éducation n'est pas sans poser des problèmes. Elle aussi risque parfois de trop laisser voir le bout de l'oreille. Un homme politique peut dire qu'il informe ses concitoyens ; il ne peut pas, sans avoir l'air de mésestimer leur intelligence, prétendre qu'ils ont besoin d'éducation. En privé, le président estimera que, sur tel ou tel point, les gens auraient besoin d'un enseignement. Mais à la télévision, il leur parlera de ce qu'il faut qu'en tant que citoyens ils soient tenus au courant. On prête un grand pouvoir éducatif à la presse, à la radio et à la télévision ; elles se gardent bien de s'en vanter ; avec tact, elles se proposent seulement d'informer leur public.

Qu'il s'agisse de pouvoir, que le but visé soit de soumettre certains aux desseins de quelques autres, la tension qui environne l'accès aux médias le trahit assez. Dans la période récente, tous les présidents à leur tour ont eu maille à partir avec la télévision, la presse et la radio. C'est, pour une part, que les médias ont dans une certaine mesure la haute main sur l'accès présidentiel au pouvoir de persuasion. En outre, la persuasion qu'ils visent eux – mêmes à exercer risque d'entrer en conflit avec celle à laquelle le président prétend. D'où la tension. D'où également les efforts présidentiels soutenus, et non dénués de succès, pour séduire la presse à force d'attentions personnelles, de demi – confidences, de flatteries appuyées, de soirées mondaines ; de déférences ostensibles et autres artifices. D'où, enfin, ce rôle de frein tant vanté et non négligeable que jouent les médias à l'égard du pouvoir présidentiel. Il en découle notamment une représentation nettement exagérée des pouvoirs de la presse, de la radio et de la télévision.

John Kenneth Galbraith, *Anatomie du pouvoir*, Seuil, 1985.

I- Résumé : 8 pts

Ce texte comporte 620 mots. Vous le résumerez en 155 mots. Une marge de plus ou moins 10% sera tolérée. Vous indiquerez à la fin de votre résumé le nombre de mots utilisés.

II- Discussion : 10 pts

Que pensez-vous de cette assertion de John Kenneth Galbraith selon laquelle « Pour conquérir les esprits, l'éducation a bien meilleure réputation que la publicité ».

III- Présentation : 2pts