

François Brune

De l'idéologie, aujourd'hui

1995-2005

Devenue ambiante, l'idéologie s'est immiscée partout : dans les sophismes de l'image, le battage événementiel des médias, les rhétoriques du politiquement correct, les clameurs de la marchandise. Vaste grille mentale, faussement consensuelle, elle enferme l'être humain dans les jouissances de la consommation et ses exhibitions mimétiques, au service d'une « croissance » sans fin... qui finit par lui pourrir la vie.

Éditions de Beaugies

De l'idéologie, aujourd'hui

Au fil de votre été :

Liste des extraits proposés le jeudi...

- 23 Juin. *Cette idéologie qui ne dit pas son nom...* ([Avant-propos](#)).
- 30 Juin. *De l'idéologie aujourd'hui* ([Chap. 1](#)).
- 7 Juillet. *Images publicitaires : le bonheur dans l'illusion* ([Chap. 3](#)).
- 14 Juillet. *Une éthique de la manipulation ?* ([Chap. 4](#)).
- 21 Juillet. *Le Vatican absout la publicité* ([Chap. 5](#)).
- 28 Juillet. *Du discours balladurien* ([Chap. 6](#)).
- 4 Août. *Football et idéologie* (Chap. 7).
- 11 Août. *La pub, nouveau visage du totalitarisme* (Chap. 8).
- 18 Août. *Ces « événements »... qui n'existent pas !* (Chap. 10).
- 25 Août. *Résister à la pieuvre* (Chap. 11).
- 1^{er} Septembre. *Feu le citoyen ?* (Chap. 12).
- 8 Septembre. *Longue vie au « dysfonctionnement »* (Chap. 13).
- 15 Septembre. *Pour une société de frugalité* (Chap. 14).
- 22 Septembre. *Pensée unique : la dogmatisation du « réel »* (Chap. 15).
- 29 septembre. *Système pub : l'on récupère ou l'on déborde* (Chap. 16).

Du discours balladurien *ou la rhétorique de la nullité*

Comment oser désirer le pouvoir ? Quelle présentation de soi cherchent à donner ceux qui désirent *innocenter* une pareille entreprise ? Les candidats à l'élection présidentielle, en France, recourent à des arguments classiques qui peuvent être répartis en quatre pôles de légitimation :

1. *Le pôle prophétique.* C'est l'appel de la France. Le candidat se présente comme « investi d'une mission ». Il vient incarner la patrie, sauver la République menacée par le chaos, par la crise, par l'insécurité. Il vient redresser le pays mis à mal par ses prédécesseurs. Cette vocation se donne souvent une dimension historique, en s'inscrivant par exemple dans le sillage du gaullisme. Elle peut aussi, plus platement, se dire inspirée par les grandes valeurs humanistes : liberté, égalité, fraternité, justice, solidarité, etc. Le problème, c'est que la sacralisation du pouvoir en dévouement suprême, dans le climat actuel de dérision politique, ne fonctionne plus, mais plus du tout...

2. *Le pôle démocratique.* C'est la poussée du peuple, au-dessous de soi. Le candidat se veut représentatif de nombreuses catégories de Français, et il le dit. Il affiche sa conviction « profonde » que la population va lui faire confiance. S'il ne représente qu'une partie de l'électorat, il comble ce handicap en se posant comme le « grand rassembleur », par-delà les partis. Il sillonne villes, quartiers, régions, pour recevoir l'investiture des foules, au cours de pré-campagnes relayées par les médias. Il va sur le terrain, il écoute la désormais

fameuse « France d'en bas ». Il fait faire et publier des sondages chargés de transformer la faveur provisoire de l'opinion en profonde attente populaire. Il ne lui manque plus que de manifester son aptitude à diriger un « grand pays moderne » comme la France, ce qui est l'objet du pôle suivant.

3. Le pôle technocratique. Le candidat doit faire montre de compétence technique, c'est-à-dire avant tout économique. Pouvoir attester, derrière soi, d'un passé gestionnaire est un argument décisif. Mieux encore que d'avoir un passé, ou d'être « en réserve de la République », l'idéal est de se trouver peu avant l'élection, par les hasards d'une carrière à peine calculée, en position favorable au sein du gouvernement. Être déjà sur les rails technocratiques (sans préciser où mène la voie ferrée) est la meilleure façon de faire considérer comme tout à fait naturelle une trajectoire présidentielle. Ce type de légitimation immanente (je ne désire pas le pouvoir, je suis seulement candidat parce que la logique politico-économique m'a placé sur la bonne trajectoire), parfaitement dans la ligne des évolutions inéluctables que génère une société moderne toujours en mutation, l'emporte de loin sur les formes de légitimation transcendantes évoquées ci-dessus.

4. Le pôle politique. Il s'agit du programme spécifiquement politique : ce que veut effectivement faire – et de quelle façon – le candidat au pouvoir. Là devrait se situer sa légitimation essentielle. On attend de lui qu'il s'engage à mettre en œuvre une véritable politique, si possible hardie, précise et cohérente, dont les objectifs, clairement définis et ordonnés, s'articulent sur des moyens rigoureusement planifiés. Toute la question est alors de savoir si le candidat a réellement un projet politique, ou s'il veut seulement s'en donner l'air, s'en « montrer porteur ». Chanter l'Europe sans préciser laquelle, invoquer la grandeur de la France sans oser faire l'analyse critique de sa réalité, accumuler des perspectives verbales sans parler des étapes de réalisation, exhorter la collectivité à combattre l'exclusion sans mettre en cause le modèle libéral qui l'engendre, faire des catalogues d'impératifs « allant dans le bon sens » sans dire un mot des obstacles structurels qui les empêchent, prétendre changer une société par petites touches sans rompre avec le système économique qui en détermine les maux, mouler des vœux pieux dans un langage pseudo-gestionnaire, tout cela peut faire croire à une visée politique ; et ce n'en est qu'un simulacre, un drapé rhétorique...

De cette rhétorique idéale, l'ex-premier ministre Édouard Balladur a donné en son temps une illustration significative, venue de loin, et fort imitée depuis, comme on va pouvoir en juger.

Le candidat puisa son inspiration à tous les pôles. Pour commencer, il invoque, bien sûr, l'impératif France, son seul mobile : « *L'intérêt [de la France] pousse à l'action.* » Il se pose également en grand rassembleur, s'appuyant sur le chapelet de sondages qui ont si bien réussi à le faire désirer. En 1993-1994, il avait soigneusement laissé se dessiner devant lui la trajectoire présidentielle, pour que sa candidature apparaisse appelée par l'ordre des choses. Restait le projet proprement politique, question délicate s'il en est. Le candidat ne l'a pas éludée, il a précisément publié à l'époque un article-projet, ambitieusement intitulé « La force et la justice » ¹.

Or qu'y lisons-nous, en guise de programme? Une litanie d'*il faut* impersonnels, dont voici un échantillon caractéristique : « *L'impératif est d'abord que... Nous devons prioritairement... De profondes réformes s'imposent... L'État doit étudier... L'effort de chacun... L'exigence pour tous de faire... Il nous faut traquer tout ce qui... La France doit aussi renforcer... L'État doit prioritairement agir... Des défis importants se trouvent devant nous... Véritable engagement collectif pour l'emploi... La pratique contractuelle doit s'affirmer... Il importe de relancer le dialogue social... Mettre les partenaires sociaux en mesure d'occuper toute la place qui leur revient... Faire davantage, aller plus loin... L'effort de formation devra... La promotion du temps choisi vaut d'être amplifiée... Nous devons impérativement nous fixer des objectifs ambitieux de lutte contre l'exclusion... Le rôle de l'État doit être recentré sur les missions de régulation... L'avenir de la France passe par une croissance plus forte* », etc.

Gouverner, c'est attendre !

Tout, dans le texte balladurien, est en effet écrit sur le mode du souhaitable. Placé devant la nécessité d'agir, l'auteur ne nous expose pas le programme concret de ce qu'il fera, mais le panorama de ce qui devrait ou pourrait être fait. Aucun engagement d'un acteur qui entend gouverner, qui prévoit pour gouverner, mais un tableau anonyme de mesures possibles auxquelles l'État, les citoyens, les partenaires sociaux et économiques sont renvoyés. L'auteur de ce « programme » semble même s'en exclure explicitement en appelant à un « *véritable engagement collectif que la*

France doit passer avec elle-même au printemps 1995 ». En le lisant, on se prend soudain à regretter le verbe gaullien, en dépit de ses coups de force (tautologies, performatifs) ou de ses ambiguïtés historiques (« *Vive l'Algérie française!* », 6 juin 1958). Qui donc veut encore, aujourd'hui, *agir* et mettre dans son engagement tout le poids de sa personne ?

Il est vrai que M. Balladur a su employer la première personne du singulier. On lit par exemple : « *L'objectif que j'ai fixé pour les cinq années à venir : un million de chômeurs en moins...* » Ouf ! un beau chiffre, enfin. Cependant, rien n'est dit sur les années ultérieures ; et pourquoi laisser en plan les 2,5 millions de chômeurs qui demeurent ? S'agit-il d'un nombre enfin supportable dans le cadre d'une économie libérale ?

Mais lisons de plus près : l'objectif d'un million en moins est proposé, en réalité, sur le mode du conditionnel collectif : « *Le partage des fruits de la croissance attendue devrait être géré de façon à respecter l'objectif commun à tous de réduire d'un million en cinq ans le nombre des chômeurs.* » Voici un discours en forme de langage peau de chagrin. Un objectif *commun à tous* (à qui la faute s'il n'est pas respecté ?) ; une croissance *attendue* (gouverner, c'est encore attendre) ; une gestion *qui devrait respecter* (on peut toujours espérer) ; *réduire le nombre* des chômeurs (réduire un nombre est un objectif technocratique ; supprimer un mal serait le fait d'une volonté politique). Aucun de ces termes n'est innocent.

Un tel discours révèle une personnalité qui ne croit pas à l'action proprement *politique* du pouvoir politique. Édouard Balladur vient souhaiter, aménager, proposer des régulations ; il ne vient pas guérir des maux (le chômage) dont, d'ailleurs, il n'analyse nulle part les causes. Il esquisse quelques promesses sociales, faute de concevoir un projet de société. Il est persuadé qu'au fond, on ne peut rien à l'encontre des grandes lois du capitalisme international dont les termes fétiches font sans doute partie de son catéchisme économique (« *monde chaque jour plus concurrentiel* », déréglementation, privatisation, modèle libéral et sanctions du marché). Mais il traduit peut-être là, tout bonnement, ce qu'était déjà devenue « la » pensée dominante de la classe politique, dont d'ailleurs ne s'est guère éloignée la gauche jospinienne dans les années qui ont suivi, en dépit de ses déclarations d'intention.

L'action gouvernementale, aux yeux des nouveaux gouvernants², ne semble plus consister qu'en mesures ponctuelles destinées à atténuer les conséquences sociales de l'ordre économique. Simplement, pour donner du poids à ces mesures, chaque responsable s'efforce de les formuler dans un langage technocratique impressionnant, dont voici un autre exemple : « *Les pouvoirs publics devraient convenir, avec les partenaires sociaux, d'un rendez-vous annuel, permettant de procéder conjointement à l'évaluation anticipée des mesures prises en faveur de l'emploi et à la définition de celles qu'il paraîtrait nécessaire de mettre en œuvre pour atteindre cet objectif.* » Nouvel engagement en forme de peau de chagrin. Que le lecteur veuille bien relire cette phrase : il sera confondu par la radicalité d'une telle décision d'action.

Mais faut-il s'étonner de ce langage ? Cette rhétorique présidentielle n'a pas pour objet de proposer une politique, mais uniquement de donner le sentiment que le candidat en a une. Le texte n'est qu'un prétexte destiné à valoriser le locuteur. Il n'est pas question d'agir mais d'avoir l'air d'un homme d'action³. Le discours de légitimation n'a que faire de son « contenu » objectif ; sa seule visée, consciente et calculée, est la constitution d'une image de soi. Un zeste de pôle prophétique : ayez l'air d'avoir une vocation. Un soupçon d'air démocratique : montrez-vous à l'écoute des Français. Une bonne dose de capacité technocratique : faites sentir au public que vous avez su à la perfection susciter une ébauche d'esquisse de perspective de décélération de l'accroissement du chômage... Et promettez d'amplifier pareil résultat. Quant au pôle proprement politique : rappelez-vous que, face à un public formé par le marketing et les sondages à juger sur image, votre discours ne doit traiter le réel que de loin et désamorcer les questions trop précises, en les noyant dans l'aura de compétence et d'humanité modérée dont vous bénéficiez.

L'entretien donné en janvier 1995 à l'hebdomadaire *Paris-Match*, au moment même où Ignacio Ramonet dénonçait la « pensée unique », est un modèle du genre⁴. Tout y est asservi à l'image d'un futur président prudent et compétent, soucieux de morale politique et de l'avenir des jeunes, grand rassembleur des Français de bonne volonté. On y *disserte* sur le chômage et l'exclusion, sur la démocratie et la vertu, sur la nation et l'avenir ; mais de programme précis, point.

Comme à l'accoutumée, la promesse nous est faite que « *beaucoup plus sera possible après l'élection présidentielle* ». Faisons donc confiance; mais attention : « *Il ne faut pas laisser croire aux Français que tout va changer avec l'élection présidentielle.* » À quoi donc va servir la campagne? C'est simple : « *L'objectif de la campagne présidentielle, c'est de rendre l'espoir et l'optimisme aux Français, c'est de leur dire de ne pas avoir peur de l'avenir, de les convaincre que la France est un grand pays auquel beaucoup est possible pour peu que les Français soient unis.* » Qu'est-ce qui est possible? Par quels moyens? Mystère. Le candidat ne travaille que sur l'affectif. Il veut changer la représentation que les citoyens se font de la réalité, non pas la réalité même. Il va jusqu'à dire (quel chantage!) que l'*union* des Français va résoudre la crise, comme si ce n'était pas la crise qui engendre la désunion des Français⁵.

Une telle rhétorique, fondée sur un discours à la fois gestionnaire (effet compétence) et moral (effet humaniste), ne cherche à obtenir du « peuple » que la ratification purement affective d'une image protectrice.

Notes :

1. *Le Monde*, 20 décembre 1994. Le recours aux mots-valeurs garantit la hauteur de vue de l'orateur.
2. L'invention récente du terme de « gouvernance », dans la lignée d'ailleurs de l'ex « *pilotage à vue* » giscardien, confirme cette réduction de l'action politique aux aléas d'une flottaison gestionnaire.
3. Rappelons que le détournement d'un Airbus par un commando islamiste algérien, fin 1994, survint à point pour conférer au Premier ministre le brevet d'homme d'action qui manquait à son « image ». Mais il n'a pas su profiter de cette chance...
4. *Paris-Match*, 8 janvier 1995.
5. La déclaration de candidature qui a suivi (*Le Monde*, 19 janvier 1995) est venue en effet confirmer les traits de ce discours. Recours aux quatre pôles, sans omettre le pôle prophétique (« *Je suis candidat... afin de ressusciter l'esérance* »). Déguisement de l'ambition en service technocratique (il y a deux ans, « *j'ai été désigné Premier ministre, je l'ai accepté* »; aujourd'hui, « *l'ampleur de la tâche* »... me conduit à continuer!). Annonce d'une campagne « *positive, sereine et optimiste* », qui dispensera d'analyser les causes profondes des problèmes actuels (ils ne sont que « *les maux qu'engendrent les sociétés modernes* »). Abondance, en guise de programme, de vœux généraux et généreux (« *Il faut croire en la France... Elle doit... Il s'agit de... Ce que je souhaite... Ce que je souhaite...* »). Quant aux moyens proprement politiques, ils sont simples : réconciliez-vous, faites-moi confiance, et tout sera possible.

Inutile de redire que le discours chiraquien (« *Il n'est pas facile d'adapter la France à son temps* », 1^{er} janvier 1997) est allé dans le même sens, et que le discours jospinien ne s'en est guère vraiment éloigné (cf. note 10, p. 18). Voir le texte « *Feu le citoyen ?* », p. 139.

Un nouveau paradigme :
Le discours de présentation de soi

Dans notre monde où le droit de cité passe désormais par l'image de soi, nous sommes tous amenés à « nous présenter ». Candidats à l'examen, chômeurs à l'embauche, professionnels en entretien, prétendants aux diverses élections (sentimentales, politiques...), et maintenant, embryons soumis à l'échographie ! Même la candidature à l'existence ne saurait aller de soi...

Or, dans bien des cas, l'usage du verbe n'a plus d'autre sens que de nourrir et crédibiliser l'image de soi. Si bien que les quatre pôles où les futurs présidents puisent leurs arguments sont valables quelles que soient les situations où l'on « se présente ». Ainsi se dessine un concept nouveau, dont nous revendiquons la paternité : *le paradigme de la candidature.*

Celui-ci permettra d'ordonner le discours des postulants en quatre points cardinaux, selon le schéma suivant :

En haut : la vocation, l'appel supérieur, les valeurs.

En bas : la poussée instinctive, le côté peuple au fond de soi.

À gauche : l'énergie acquise, la lancée de ce qu'on est déjà.

À droite : la foi dans l'avenir, l'illusion motrice, le projet.

Prenons le cas d'un étudiant qui se présente à l'oral d'une école de commerce. Pour se donner l'air du futur cadre dynamique qu'on pressent en lui, avec la spontanéité verbale qui s'impose, il lui suffira de distribuer ainsi ses arguments :

1. (en haut) : « *Je crois sincèrement que, sous la houlette de l'OMC, la mondialisation des échanges fera l'unité du genre humain* » ;

2. (en bas) : « *Seul le commerce me garantit les revenus conséquents dont j'ai besoin. Mon intérêt rejoint ma vocation. La poussée du démon renforce en moi l'appel de l'ange* » ;

3. (À gauche) : « *J'ai toujours eu la bosse du commerce. Tout petit, je n'acceptais de prêter 10 billes qu'à condition que l'emprunteur m'en rende 15* » ;

4. (À droite) : « *Seul un plan marketing rigoureux, joint à une*

communication éthique efficace, doit permettre de faire progresser les ventes de 20 % l'an, quel que soit le produit. »

Pourtant, aussi brillante soit-elle, la présentation de soi bute sur un épineux problème : il faut donner l'image de ce qu'on n'est pas, mais en y paraissant spontanément *soi-même*. C'est la « double contrainte », le paradoxe du « *Sois naturel* » : si je *m'efforce* d'en avoir l'air, je ne le suis plus ; si je demeure spontané, je ne produis pas l'effet escompté. Que faire ? Une solution historique nous fut proposée par Valéry Giscard d'Estaing lorsque, voulant corriger son image de technocrate surdoué mais sans chaleur, il se lança dans l'habile autoportrait que voici :

« Madame, Mademoiselle, Monsieur, [...]»

On me fait parfois, je crois, le reproche d'être quelqu'un de froid. Je crois que ce n'est pas vrai. Je crois que je suis quelqu'un de réservé, comme sans doute beaucoup d'entre vous. Je suis réservé parce que c'est mon caractère, et puis aussi parce que je n'aime pas beaucoup rechercher les effets, parce que je n'aime pas en dire trop et parce que tout ce que l'on sent très fortement est difficile à dire. Mais vous savez que les gens réservés ne sentent pas moins que les autres, c'est pourquoi dans cette campagne, j'ai dit que je voulais regarder la France au fond des yeux, mais je voudrais aussi atteindre son cœur. » (Allocution télévisée du 22 avril 1974, soir)

Ce morceau de bravoure énonce, pour l'exorciser, le reproche implicite du spectateur (la froideur du candidat). Il accumule alors savamment les procédés rhétoriques : le *credo* sincère (« *je crois que* », expression d'une certitude que renforce la modestie), la tautologie (« *je suis réservé parce que c'est mon caractère* »), l'appel à l'identification (« *comme sans doute d'ailleurs beaucoup d'entre vous* »), la critique comme excès de ce qui serait seulement différence (n'être pas réservé serait forcément « *en dire trop* »), l'auto-défense à l'aide de maximes générales (« *tout ce que l'on sent fortement est difficile à dire* » ; « *Vous savez que les gens réservés ne sentent pas moins que les autres* »... si bien que la réserve devient preuve de chaleur !), et l'aveu de désir final servi par l'antithèse (*regarder au fond des yeux/mais aussi atteindre son cœur*).

Cela nous change des banalités balladuriennes !...

Mais la sophistique giscardienne pêchait tout de même par un défaut mignon : la volonté de trop prouver. On ne *démontre* pas qu'on est sensible : on le manifeste. Se dire « réservé », c'est déjà trop sortir de la réserve. Le cœur, simplement, se fait *sentir*, lui qui a « *ses raisons que la raison ne connaît pas* ». (Pascal)