

Le nouveau président ou le stade spectral de la Ve République

PAR CHRISTIAN SALMON
ARTICLE PUBLIÉ LE SAMEDI 13 MAI 2017



Le nouveau président se dirige vers ses sympathisants esplanade du Louvre, le 7 mai 2017, à Paris. © Reuters

Le nouveau président est le prototype de l'*homo politicus* néolibéral dont le moteur est la promesse différée. L'important n'est plus de mettre en œuvre le programme mais de laisser penser qu'on est à l'orée de quelque chose.

Dès sa déclaration de candidature, Emmanuel Macron a installé sa campagne dans un horizon mythologique, non pas seulement une campagne électorale mais l'apparition transpolitique d'une figure christique. Les bras ouverts, adoptant le ton d'un prédicateur, il n'a cessé d'inscrire sa candidature dans le registre du fabuleux et du légendaire. Aux journalistes qui l'interrogeaient sur son programme, il ne craignait pas d'affirmer : « *C'est une erreur de penser que le programme est le cœur d'une campagne électorale... La politique, c'est mystique, c'est un style, c'est une magie.* » Ses premiers mots au soir de sa victoire en témoignent : « *Tout le monde nous disait que c'était impossible, mais ils ne connaissaient pas la France* », faisant écho aux mots de Barack Obama en 2008 : « *Ils disaient que c'était impossible, que ce jour n'arriverait jamais...* »

La scénographie de son apparition au soir de sa victoire est déjà culte. Le nouveau président de la République est apparu seul, marchant d'un pas lent dans la nuit jusqu'à la pyramide du Louvre au son de *L'Ode à la joie*, l'hymne de l'Union européenne. Cour Napoléon pour l'histoire, pyramide du Louvre pour la modernité. La plus belle perspective de Paris comme horizon d'attente. Et pour évoquer ce « *moment déterminant*

de l'histoire », le chœur des commentateurs a adopté spontanément le lexique de la révélation : paroles légendaires, homme providentiel, élection historique.



Le nouveau président se dirige vers ses sympathisants esplanade du Louvre, le 7 mai 2017, à Paris. © Reuters

L'assèchement de la symbolique de l'État, la désacralisation et la perte d'aura de ses représentants, dus à l'affaiblissement de la souveraineté étatique, sont le signe d'une tendance que la révolution des technologies de l'information a aggravée, achevant par le bas un processus de désacralisation entamé par le haut. Au cœur de ce processus de déconstruction de la fonction politique, une double révolution : la souveraineté déclinante des États, vidée peu à peu de son contenu par la révolution néolibérale et par la révolution technologique des moyens de télécommunication, qui substitue au rituel et au protocole des apparitions du souverain la télé-réalité du pouvoir. L'homme politique se présente de moins en moins comme une figure d'autorité, quelqu'un à qui obéir. Il est de plus en plus quelque chose à consommer et même à dévorer. Il se présente moins comme une autorité légitime que comme un produit de la sous-culture de masse, un artefact, comme n'importe quel personnage de série ou de jeu télévisé.

Avec Nicolas Sarkozy, les Français avaient élu un sujet de conversation. Le quinquennat de François Hollande fut à bien des égards un sujet de consternation. Avec Emmanuel Macron, nous voici face à un objet d'adoration. Macron 1^{er}, Macron le Magnifique. Rétroaction monarchique au sein même de la V^e République.

Depuis une semaine, l'heure est au décryptage. On guette les apparitions du nouveau président, on commente ses faits et gestes, leur timing et leur mise en scène. Symptômes compulsifs d'une démocratie

envoûtée, qui est passée de l'âge de la discussion et du dissensus à celle de l'interactif, du performatif et du spectral.

« *Ovni politique* », « *Bonaparte* », « *Obama* »... Les commentateurs ne savent plus quelle métaphore filer pour tenter de cerner le phénomène. L'un raconte son « *coup de foudre immédiat* », l'autre son impression d'avoir rencontré un personnage « *entre Pierre Mendès France et Antonin Artaud* » ! « *Sa victoire, ce serait un événement presque poétique* », estime-t-il. Un destin d'« *homme d'État réconciliateur* », de la trempe d'« *Henri IV ou Bonaparte au moment du Directoire* », ajoute un autre. La magie Macron est une tentative de resacraliser la fonction présidentielle, tout en la faisant basculer dans un autre univers que celui de la politique, l'univers managérial du néolibéralisme.

La V^e République fondait sa légitimité sur la rencontre d'un homme d'État et de son peuple. Macron a fondé toute sa campagne sur la connexion magique avec une audience. Non plus la confrontation de programmes politiques auxquels les gens ne croient de toutes façons plus, mais la sacralisation, l'héroïsation d'une personnalité charismatique. Quand le roi est nu et le pouvoir impuissant, en quoi consistent l'exercice de l'État, le fait de gouverner, sinon à jouer de manière délibérée avec les apparences ? Lorsque la politique est dépeuplée, il faut se connecter à l'audience qui est la forme spectrale du peuple absent. Une obligation susceptible d'être acceptée comme une nécessité économique à condition d'apparaître aussi comme un fait culturel, une nouvelle mode ou un roman. C'est d'autant plus compliqué que le pouvoir ne s'incarne plus dans la figure du monarque qui possède « *l'art de gouverner* » mais dans celui du manager qui connaît sur le bout des doigts « *la grammaire des affaires* ». « *Comment se construit le pouvoir charismatique ?* confiait Emmanuel Macron pendant sa campagne. *C'est un mélange de choses sensibles et de choses intellectuelles.* »

Sans cesse trouver de nouveaux verrous à faire sauter

Aux États-Unis, des sociologues comme Jeffrey Alexander ont, depuis 2008, appliqué au champ politique les acquis de la sociologie culturelle selon laquelle le mouvement social ne peut pas être entièrement dissocié du terrain symbolique et doit être intégré « *dans un panorama d'affects et de sens* ». Selon cet intellectuel, les campagnes électorales se déroulent à la frontière du public et de l'intime, de la politique et de la morale, et convoquent des *habitus* socioculturels plutôt que des idéologies. Les candidats cheminent « *sur une frontière qui sépare la sphère publique et la sphère privée, en se présentant non seulement comme des bons démocrates mais comme des bons pères et mères de familles... Ils se présentent comme des héros debout à la charnière de l'histoire, et ils promettent solennellement de résoudre la "crise de notre temps"* ». Chaque camp s'efforçant de présenter son combat comme sacré et de dépeindre le camp adverse sous les traits du profane.

Emmanuel Macron est le prototype de l'*homo politicus* néolibéral que ni Hollande ni Valls n'ont réussi à incarner. Un certain régime du politique s'achève, dont il serait l'épilogue. Cet épilogue coïncide avec la fin d'un cycle d'hégémonie idéologique du néolibéralisme, de même que la défaite de Giscard d'Estaing, en 1981, fut l'épilogue politique des Trente Glorieuses. C'est à la fois la fin d'un régime dans le sens politico-institutionnel – l'hyperprésidentialisme et l'affaiblissement des contre-pouvoirs –, mais aussi l'épuisement d'un certain régime de « croyance » dans le politique, c'est-à-dire le crédit que l'on fait aux hommes et aux institutions politiques.

Qu'en est-il de l'exercice de l'État par les gouvernants lorsque l'État est placé « sous vide » par la mondialisation des marchés financiers, le caractère supranational des « risques » – de l'écologie au terrorisme – et la gouvernance des organisations supranationales et des réseaux transgouvernementaux ? Tous ces niveaux – infra- ou supra-étatiques – prennent en charge des décisions

politiques et juridiques, stratégiques, hors du cadre de l'État, de ses attributs et de ses prérogatives. En dérégulant la finance et en déprogrammant l'État, la révolution néolibérale des années 1980 a précipité le monde dans un univers d'événements automatiques ; elle a absorbé l'espace même du politique, condamnant l'homme politique, placé sous vide, à se simuler, à se reprogrammer sans cesse. Que signifie conquérir le pouvoir ou le perdre dans ces conditions ? De quel pouvoir s'agit-il et de quelle perte sinon d'un pouvoir dépourvu de ses attributions et d'une perte qui ne se résume pas à une défaite électorale mais à une défaillance, qui affecte le pouvoir lui-même, la politique elle-même ?

Depuis les années 1990, la conjonction d'un nouvel idéal type politique, inspiré par les valeurs managériales du néolibéralisme, et de la téléprésence imposée par l'explosion de l'offre médiatique et les chaînes d'info en continu explique l'apparition d'une nouvelle génération d'hommes politiques, porteurs d'une identité politique floue et de mots d'ordre, indexés moins à un programme politique qu'à une identité de marque : « *Forza Italia* », de Silvio Berlusconi, « *Cool Britannia* », de Tony Blair, « *a better Spain* », de Zapatero, quand ce n'est pas une simple lettre, des initiales, un logo : du O de Obama au « *Z con Zapatero* » et au EM de Macron.

Depuis la crise de 2008, tous les gouvernements subissent le même discrédit. Ils s'efforcent de contrôler, au jour le jour, une opinion rétive, sous les yeux vigilants des agences de notation. Comment satisfaire ces agences, qui déterminent le coût de la dette, sans décevoir les attentes des électeurs qui vous confient le pouvoir ? Comment rester une promesse une fois au pouvoir ? Voilà le dilemme, comme l'analyse le philosophe Michel Feher. La rhétorique est toujours la même : il s'agit de dire aux gens, ce pays est magnifique, il a des talents et des réserves immenses, mais il y a des blocages, des verrous. Il suffit de les faire sauter pour libérer la jeunesse, l'énergie, l'innovation, la croissance. C'est ce qui justifie la rhétorique du « verrou ». Sarkozy avait ses tabous. Renzi et Macron ont leurs verrous. Ces « verrous » ne sont rien d'autre que les vestiges de

l'État-providence. La difficulté réside dans le fait que depuis 1979 et la révolution néolibérale de Thatcher/Reagan, le gros œuvre a été accompli. Il faut donc trouver sans cesse de nouveaux verrous à faire sauter. Casser la règle, lever l'omerta, faire sauter les verrous sans remettre en cause les véritables normes fixées par les agences de notation et la Commission européenne. Ce n'est pas un hasard si le dernier projet de loi de l'ex-président du Conseil s'intitule *Sblocca Italia*.

C'est ce marathon singulier que court l'*homo politicus* néolibéral : le marathon des promesses suspendues. Il doit promettre le changement en sachant très bien qu'il ne peut pas changer grand-chose à cause des marchés financiers, de la mondialisation néolibérale, de la construction européenne. Il doit être et rester une promesse s'il veut conserver le pouvoir, alors même que l'exercice du pouvoir le condamne à ne pas tenir promesse. C'est le dilemme du *startuper* politique, qu'il s'appelle Renzi, Trump ou Macron.

Renzi, en Italie, a lui aussi incarné pendant deux ans la magie du renouveau politique. Mais la magie de la promesse différée n'est pas inépuisable. Il avait promis de changer l'Italie en cent jours, au rythme d'une réforme par mois. Puis il a inscrit son action à l'horizon des mille jours, quand il n'évoquait pas celui des dix années à venir.

Le « en même temps » d'Emmanuel Macron

L'homme politique néolibéral doit donc trouver sans cesse de nouveaux verrous à faire sauter. Mais il doit aussi être capable d'endosser des rôles différents, de défendre des opinions opposées. C'est le fameux « *en même temps* » d'Emmanuel Macron, qui émaille ses propos et ses discours. La versatilité est une ascèse. La vertu ne peut « *plus résider dans la conformité aux règles* » – qui de toutes façons sont rares et contradictoires –, mais dans la flexibilité : l'aptitude à changer rapidement de tactique et de style, à abandonner sans regret ses engagements et ses loyautés, à profiter des occasions dans l'ordre de ses préférences personnelles. Le défi, dès lors, n'est plus de rester soi-même dans un environnement changeant, mais de changer sans cesse et de s'adapter aux circonstances fluctuantes de la vie. Il doit incarner

le caractère précaire, éphémère, nomade, passager de toute activité ou construction. Il sera modelable à loisir, capable de se styliser, de se relooker sans cesse, dans un *morphing* politique permanent. Il doit en permanence faire campagne. Annoncer la rupture, le changement. L'objectif est de rendre désirable un nouvel idéal type, un nouveau genre de « beauté », une beauté managériale, qui adopte alors les signes de la flexibilité et du changement. Les hommes politiques comme les entreprises vont s'efforcer de paraître « *belles aux yeux du voyeur de passage* », c'est-à-dire les fonds de pension et les investisseurs financiers, en faisant la preuve de leur capacité à se réformer.

Le romancier américain Don DeLillo avait pressenti dès les années 1970 cette « loi » du néolibéralisme qui allait imprégner le monde social et la vie politique : la loi de la promesse différée. Elle s'impose désormais à chacun, du simple citoyen jusqu'au chef de l'État et de la plus petite start-up à la multinationale. L'important semble être de se sentir à l'orée de quelque chose. « *Tu as besoin de te sentir à l'orée d'un merveilleux changement, que ce soit le cas ou non, la chose à faire, c'est de l'annoncer aux gens. "Je m'appête à un merveilleux changement. Je suis sur le point de faire un truc fascinant."* Les fibres de tout votre être en seront électrisées, Monsieur, quand je vous dirai ce que je me propose de faire. »

C'est ce qu'a parfaitement compris Emmanuel Macron, qui n'a cessé d'appeler pendant sa campagne au changement des « *visages et des usages* ». Emmanuel Macron est le prototype de cet *homo politicus* néolibéral qui joue sans cesse le jeu de la promesse différée. Et il le fait sciemment. C'est ce qu'il appelle « *la politique de l'offre politique* ». Il préempte la recomposition. Comment ? En l'annonçant : « *Je suis celui qui vient.* » Ce qui n'a pas empêché le personnel politique des trois derniers quinquennats de se rallier à son panache, tout heureux de cette cure de jouvence inattendue. Anciens ministres de Jacques Chirac, hiérarques socialistes, ex-ministres de François Hollande, des

figures médiatiques comme Bernard Kouchner ou Bernard-Henri Lévy, et même l'icône vieillissante de Mai-68, Daniel Cohn-Bendit. Les médias ont cru y voir une contradiction. C'est mal comprendre la nature de la révolution macronienne. Macron a ouvert un trou noir dans lequel la classe politique s'est engouffrée. Et il est réapparu au soir de sa victoire, remarquablement seul, en marche, comme un héros revenu des enfers où il a précipité la vieille classe politique discréditée aux yeux des Français.

Emmanuel Macron n'est pas seulement le « *rottomatore* », comme se définissait Matteo Renzi, le casseur de la vieille Italie, c'est une machine à laver. Il a blanchi tout le personnel politique discrédité. La start-up Macron a racheté à la baisse les vieilles gloires des trois derniers quinquennats et les a fait disparaître sous la bannière du Renouveau. Il a blanchi la fonction présidentielle discréditée.

Avec son mouvement En Marche!, il a pulvérisé le système des partis et il a conquis l'État. Mais il a aussi fait muter la culture politique française en reprenant à son compte les éléments de la monarchie présidentielle sous la V^e République pour les traduire dans le code néolibéral. En finir avec le discrédit pour redevenir une promesse, exactement comme le fait le marketing avec les marques vieillissantes, une alchimie qui consiste à fondre le récit d'origine de la marque et les signes du passé dans une nouvelle représentation symbolique, ce que les Anglo-Saxons qualifient de *rebranding*, c'est-à-dire la refonte d'une image de marque pour la rendre plus attractive.

Voilà le sens du *rebranding* de la fonction présidentielle opéré par Macron. Du père de la Nation à l'enfant-roi. Du monarque au *performer*. De la fonction à la fiction présidentielle. De l'État stratège à la start-up agile. La scène d'intronisation au soir du 7 mai fut le théâtre de cette mue presque obscène au cours de laquelle l'incarnation de la fonction présidentielle cède le pas à l'exhibition de la personne du président. Le stade spectral de la V^e République.

Directeur de la publication : Edwy Plenel

Directeur éditorial : François Bonnet

Le journal MEDIAPART est édité par la Société Editrice de Mediapart (SAS).

Durée de la société : quatre-vingt-dix-neuf ans à compter du 24 octobre 2007.

Capital social : 24 864,88€.

Immatriculée sous le numéro 500 631 932 RCS PARIS. Numéro de Commission paritaire des publications et agences de presse : 1214Y90071 et 1219Y90071.

Conseil d'administration : François Bonnet, Michel Broué, Laurent Mauduit, Edwy Plenel (Président), Sébastien Sassolas, Marie-Hélène Smiéjan, Thierry Wilhelm. Actionnaires directs et indirects : Godefroy Beauvallet, François Bonnet, Laurent Mauduit, Edwy Plenel, Marie-Hélène Smiéjan ; Laurent Chemla, F. Vitrani ; Société Ecofinance, Société Doxa, Société des Amis de Mediapart.

Rédaction et administration : 8 passage Brulon 75012 Paris

Courriel : contact@mediapart.fr

Téléphone : + 33 (0) 1 44 68 99 08

Télécopie : + 33 (0) 1 44 68 01 90

Propriétaire, éditeur, imprimeur : la Société Editrice de Mediapart, Société par actions simplifiée au capital de 24 864,88€, immatriculée sous le numéro 500 631 932 RCS PARIS, dont le siège social est situé au 8 passage Brulon, 75012 Paris.

Abonnement : pour toute information, question ou conseil, le service abonné de Mediapart peut être contacté par courriel à l'adresse : serviceabonnement@mediapart.fr. ou par courrier à l'adresse : Service abonnés Mediapart, 4, rue Saint Hilaire 86000 Poitiers. Vous pouvez également adresser vos courriers à Société Editrice de Mediapart, 8 passage Brulon, 75012 Paris.