

POLITIQUE

Le "Jupiterisme" communicant est une extension du domaine de la bonne vieille propagande

Par Arnaud Benedetti / Vendredi 23 juin 2017 à 11:42

0



Emmanuel Macron. Photo © AFP

Tribune. Arnaud Benedetti, professeur-associé à la Sorbonne et co-auteur de "Communiquer, c'est vivre" avec Dominique Wolton (Cherche-midi), analyse la communication "jupiterienne" du président de la République.

Rarement un homme politique sans mandat, sans parti, sans expérience politique autre que celle qu'a bien voulu en son temps lui concéder son mentor François Hollande n'avait à ce point usé des ressources communicantes pour faire triompher sa marque. Car Macron, bien plus qu'une destinée forgée par l'histoire, est d'abord une marque. Ceux qui, avec un enthousiasme dithyrambique, le comparent à Bonaparte ou de Gaulle oublient d'abord que les deux hommes s'étaient préalablement construits au bruit du canon et au feu d'événements hors normes. Aucun canon pour le jeune Macron ; pas plus de cataclysme à la hauteur d'une révolution ou d'une guerre ; tout au plus un sens réel des opportunités optimisé par des circonstances propices et produites par un lent, lointain épuisement des vieilles enseignes politiques. L'instant Macron est bien plus un accident qu'une déflagration, et son héraut arrive porté par une heureuse providence qui n'en fait pas pour autant un homme providentiel.

La politique ne fait plus rêver

La firme peut frimer ; elle n'a cependant rien de l'épopée, ou s'apparente-t-elle au mieux à une épopée pour enfants qui n'ont connu que les larmes hypothétiques de drames intimes. Ni bruit, ni fureur mais la fin d'un système épuisé par sa langueur, ses mensonges, ses inhibitions et qui finissant par capituler rend les armes sans gloire, ni héroïsme mais en portant sur le pavois de la pyramide du Louvre un jeune audacieux à la mesure de nos espoirs déchirés. La politique ne fait plus rêver, n'exalte plus ; elle s'essouffle, faute de grande reconstruction ; elle ne mobilise plus comme l'atteste une abstention désormais record ; elle n'attire plus forcément les meilleurs tant elle a essoré depuis des décennies les volontés les plus sincères sous le triple fléau de l'envie égalitaire, de la suffisance technocratique et de l'impuissance publique... Il fallait néanmoins, faute de souffle lyrique et d'ambition créatrice, ranimer le récit politique. C'est sans conteste ce qu'est parvenu à faire à sa façon, tout à la fois lisse et astucieuse, Emmanuel Macron au prix d'une communication de tous les instants dont l'objectif consiste par sidération à occulter le fond au profit de la forme. Plus que jamais l'ère macronienne à son aurore nous rappelle le fameux adage de Buffon : " le style c'est l'homme ".

La politique ne fait plus rêver

Il ne se hasarde pas à transgresser ce principe de cogestion de l'espace public au cœur du référentiel communicant : politiques et médias peuvent s'affronter mais ils demeurent des associés-rivaux car ce qui les réunit demeure plus fort que ce qui les désunit. En ces temps de contestation populaire vitaminée par l'agitprop digitale, professionnels de la politique et de la presse participent en quelque sorte du même duopole, celui qui vise à faire l'opinion... Macron au cœur du combat électoral a eu cette intuition contre les vents dominants qu'il fallait respecter l'airain de cette alliance. La presse l'a d'autant plus adoubié qu'il ne la contrariait pas et qu'il se faisait le porte-parole de nombre des convictions des rédactions. Il en était la chambre d'écho politique, le prolongement organique, et le premier officiant des bons usages de la sacro-sainte bienséance politico-médiatique.

SUR LE MÊME SUJET [Macron, le Président robot](#)

“ La communication est un art tout d'exécution qui s'adapte à la plasticité des événements. Macron en est un adepte. Il est un homme qui respecte d'abord les codes et qui les stylise à l'extrême en fonction des circonstances. En phase de conquête élyséenne, quand ses concurrents clivaient leurs relations aux médias, lui à rebours leur offrait toute son empathie, se conformant à une com' somme toute classique, privilégiant les médias traditionnels aux circuits courts des médias sociaux ou autres médias alternatifs. ”

SUR LE MÊME SUJET [Comment l'AFP a tenté d'étouffer l'affaire Ferrand pour protéger Macron](#)

Au pouvoir, le jeune monarque, fort des erreurs de ses prédécesseurs, continue de profiler sa com' au plus près du terrain, soucieux comme jamais de cette image cristalline, ciselée, policée qui constitue son actif le plus précieux. Toutes les proximités médiatiques comportent le risque d'entacher à terme ce capital. La prise de distance, dont plusieurs organes et titres se sont inquiétés, obéit à cette volonté de toujours plus maîtriser les perceptions de l'opinion en évitant de déléguer celles-ci exclusivement aux relais médiatiques. Le " Jupiterisme" communicant est une extension du domaine de la bonne vieille propagande. Il vise à tout miser sur l'image, la production séquencée de cette dernière, à nous inciter à feuilleter un bel album en couleurs, à susciter en nous une admiration béate pour la bonne tenue de ce chef de l'Etat devenu par la grâce d'une iconographie particulièrement bien léchée le gendre idéal du vieux pays. À sa manière post-moderne et moins triviale, Macron réédite l'antenne d'Alain Peyrefitte, ministre de l'information du Général de Gaulle, venant présenter aux téléspectateurs de la première chaîne en 1963 sa conception d'un journal-télévisé avec une formule restée désormais célèbre dans les annales : " plus d'images , moins de blabla " ... Économe en paroles, préoccupé par l'expression publique de ses affidés , le " marchisme " , dont nombre de candidats aux législatives ont refusé le débat , substitut le " voir " , le " faire-voir " au " dire" tant l'oralité stimule l'esprit critique des récepteurs et leurs interrogations, suscite cette pluralité des interprétations qui vient contredire la " bienveillance " unanimiste des marcheurs silencieux. Les enfants de la République en marche sont les enfants des " éléments de langage " préchauffés, prémachés. D'où leur gaucherie et maladresse, pour certains d'entre eux, quand il s'agit d'improviser ...

“ Parler comporte plus de risques que montrer : l'image est ainsi devenue le vecteur privilégié et hypertrophiant de la communication du président. ”

Ce sont des images domestiquées, alternant décontraction scénarisée (Macron au standard de l'Elysée) et solennité, voire gravité surlignée (Macron à Oradour) qui visent à frapper et à fabriquer les représentations et à alimenter les propos des commentateurs. L'image infantilise et neutralise : elle infantilise par son flux continu les opinions et elle neutralise l'espace public en concentrant l'attention des leaders d'opinion sur l'épure communicationnelle, bien plus que sur le contenu politique. Macron érige ainsi la communication comme le trou noir de toutes nos capacités d'analyse. Son habileté réelle consiste à absorber l'esprit critique, à détourner l'intelligence de l'objet politique vers le seul objet symbolique et scénique. Nous sommes au théâtre, spectateurs bien plus que citoyens, voire sujets fascinés par la pièce qui nous est donnée à consommer. Nous commentons sa façon d'être et nous en oublions son être et son projet.

La représentation submerge l'action, le président convoque notre affectivité, notre émotion - et tout ce qui relève du discursif, de l'argumentation, de la raison raisonnante est comme anesthésiée par la puissance évocatrice d'une com' dont tous les feux scintillent comme pour mieux nous éviter de penser. La com' ainsi remplit son office qui est celui d'enchanter, d'éblouir notre regard, de nous enjoindre à cette " oppression de l'admiration " dont parlait Chateaubriand. L'irénisme gagne à la faveur d'une communication qui prend le contrepied de dix années brouillonnes en matière de symbolisation du pouvoir ; il installe un écran protecteur pour le nouveau pouvoir qui , ainsi , n'a pas à s'expliquer sur les ambiguïtés dont il est le produit et ne peut dès lors que se féliciter de cette dévitalisation d'un corps politique, abstention galopante aidant, prêt à s'en remettre, sans lever un sourcil, à la bonne étoile du jeune Macron...La marque en marche a atteint son objectif de l'hyper-absolutisme majoritaire : il lui reste à gouverner. La chimie politique va pouvoir reprendre ses droits sur l'alchimie communicante. L'An 1 de l'ère Macron va maintenant réellement commencer... C'est à l'épreuve de l'exercice effectif du pouvoir que nous pourrons juger du résultat de cette communication politique : chimère évanescence ou objet stable et durable ?