

IDÉOLOGIE ET PUISSANCE

« Le pape, combien de divisions ? » ricanait Staline. Or, l'État du Saint Père a survécu à celui du Petit Père des Peuples. La bonne question était-elle : « Le communisme, combien de fidèles ? »

L'idéologie est-elle un facteur de puissance ? En ce cas, son efficacité se mesurerait en nombre de partisans, cette chair à canon de l'idéal. «Avoir » une idéologie serait un moyen de multiplier les adeptes, de mobiliser des énergies et des affects. Ce serait même une arme collective - elle demande des servants - mais une arme spirituelle. Elle impressionne des adversaires dont la vision du monde est moins monolithique. Plus de partisans, plus de forces, donc plus de chances de parvenir à ses fins ? L'idéologie, cette capacité de faire croire, de recruter des alliés et de culpabiliser d'éventuels adversaires, se classerait dans les panoplies de puissance. Elle serait le complément du territoire, de la population, des ressources économiques et des moyens militaires. Mais elle agit de façon indirecte, via l'influence, pour augmenter la probabilité d'obtenir ce que l'on veut sans user explicitement de promesse ou de contrainte.

Or, il se pourrait que les choses soient plus complexes. D'abord, il faut se méfier de l'illusion quantitative : les gros bataillons de la foi ne sont pas nécessairement les plus redoutables ni les plus maniables. Ensuite, l'idéologie est à double face¹. Productrice de consensus au sein d'un groupe, elle fonde

¹ Nous persistons dans la définition que nous avons donnée dans les Cahiers de Médiologie n° 6 : Idéologies : Définition banale de l'idéologie : fumées (idées de l'autre), utopies, délires, rêverie, idées contre réalité... Définition chic : représentation du monde apparemment rationnelle (mais partielle et faussée) que se font des acteurs en fonction de leur position et de leurs intérêts (notion qui permet d'expliquer pourquoi l'idéologie dominante, o surprise, domine les médias). Rappel : "une" idéologie, ça n'existe pas. Mais il y a des idéologies, des systèmes d'idées polémiques traduisant des évaluations

une autorité (celle de qui parle au nom du Vrai, du Bien, du Juste) et, en tant que telle, renforce un pouvoir. Génératrice de dissensions, envers ce qu'elle rejette comme Faux, Mal et Injuste, elle détermine des lignes de fracture et des rivalités. Là commencent les rapports de puissance. Cette capacité que l'on possède se révèle et se mesure face à une autre puissance.

Enfin et surtout, les rapports entre puissance et idéologie ne sont pas unilatéraux. L'idéologie est nécessairement discours sur la puissance. Souvent, pour en décrire la genèse. Toujours pour dire si elle est légitime. Ceci n'est pas sans rapport avec cela : pas de puissance de l'idéologie sans idéologie de la puissance.

Rappelons-nous. Nous avons vécu le soulagement postmoderne : la chute de l'empire soviétique et la faillite théorique du marxisme à la fin des utopies conquérantes. Il y eut la « mélancolie démocratique »², cet ennui de ne plus avoir d'ennemi. Il fut un moment distrait par l'enchantement ou l'idéologie³ de la communication : les technologies de l'information, remède à l'incertitude et au conflit, devaient unir notre village global. Mais il a fallu déchanter. Le mythe de la « fin des idéologies » qui avait connu une première mode dans les années 60/70, liée l'espérance de la société post-industrielle⁴, a été balayé aussi vite qu'il était revenu au tournant du millénaire.

Ce « retour » s'est déroulé en deux mouvements et en, moins de quinze ans. Ce que nous avons nous-même surnommé la « soft idéologie »⁵ dans les années 80, la conception dominante, mélangeait valeurs individualistes, tel le culte des différences et des indifférences ou l'apologie du Moi, et abandon à la force des choses. Il supposait la conviction que l'histoire menait irrésistiblement au triomphe des 4 M. Le Marché. La Mondialisation. La Morale (droits de l'homme, tolérance et bonne gouvernance). Les Médias (et en particulier les Nouvelles Technologies de la Communication).

et passions et visant à des effets concrets ; ils se heurtent à d'autres systèmes et visent à se propager dans d'autres têtes.

² Pascal Bruckner, *La mélancolie démocratique*, Paris, Seuil, 1990

³ Philippe Breton et Serge Proulx, *L'Explosion de la Communication (la naissance d'une nouvelle idéologie)*, Paris, Montréal, La Découverte / Boréal, 1989

⁴ Alain Birnbaum, *La fin des idéologies*, Paris, Payot, 1976

⁵ François-Bernard Huyghe, *La soft-idéologie*, Paris, Robert Laffont, 1987

Pareille vision était d'autant plus populaire qu'elle n'avait besoin ni de programme, ni de doctrine et se confondait avec un vague consentement à la modernité. Ses critiques annonçaient déjà l'hébétude du citoyen occidental, idéologisé pour autant qu'il était décérébré. La thèse que le pouvoir de l'idéologie est moins de nous dire quoi penser que de nous empêcher de penser prenait une nouvelle jeunesse. Nous vivions une version soft du « Meilleur des mondes », plutôt qu'une variante du « 1984 » de Big Brother. Dans les années 60, Debord décrivait l'aliénation comme « stade suprême de l'idéologie matérialisée, l'abondance effectivement empoisonnée de la marchandise, et les retombées réelles misérables de la splendeur illusoire de la société spectaculaire. »⁶ Dans les années 90, Benjamin Barber affirmait que les rapports de force devenaient des rapports de séduction. « L'idéologie se mue en une sorte de « vidéologie » qui repose sur des bandes sonores, et des clips vidéo. La vidéologie est plus floue et moins dogmatique que les idéologies politiques traditionnelles, mais elle n'en réussit que mieux à instiller les nouvelles valeurs dont les marchés ont besoin pour prospérer ». ⁷ Tout cela plaidait pour la notion d'une idéologie qui s'imposerait plus en tant qu'ambiance que comme un contenu et qui fonctionnerait davantage par la production d'un type humain que par celle d'un genre d'idées.

Or au moment même où l'on proclamait la domination de la pensée unique, elle se révélait n'être ni unique ni dominante. Elle se heurtait d'abord à une double contestation. La première était « archaïque », identitaire, voire djihadiste : l'opposition violente à une modernité et à une universalité assimilées à une occidentalisation impérialiste. Ce refus radical se réclamait des identités, des ethnies du Sacré et souvent de l'Islam.

La seconde contestation était anti ou alter mondialisation. Elle était souvent brillante dans sa critique du Système et faible dans ses propositions, toutes basées sur le principe du « autrement » et du « un peu » : conserver un peu de puissance publique et de droit international, garder des valeurs non-marchandes, gouverner autrement. Et surtout, elle s'enfermait dans un

⁶ Guy Debord *La société du spectacle*, Paris, Buchet Chastel, 1967, VS 31

⁷ Benjamin Barber, *Djihad versus McWorld. Mondialisation et intégrisme contre la démocratie* Paris Pluriel/Hachette, 2001, p.39

économisme radical : l'idée que le monde est directement géré par les grands acteurs économiques profitant de l'hébétude des peuples fascinés.

Second temps, après le 11 Septembre, la mondialisation heureuse tourne en démocratisation tragique : la terreur, puis la guerre à la Terreur⁸ et l'extension au besoin par la force, d'un modèle occidental. De là le succès de la thématique des néo-conservateurs, cette nouvelle idéologie de la Bonne Puissance, sur laquelle nous centrerons notre analyse.

Les visions que les idéologies nous proposent de la puissance ne sont pas des évaluations, ce sont des incitations. Pour autant qu'elles tendent à être belligères, elles incitent à une forme particulière de puissance, exacerbée et autodestructrice : la violence. À supposer donc que le succès, ou la cohérence ou tout autre caractéristique d'un système de pensée contribue à la puissance d'une collectivité, ce ne saurait être sous une forme stable et permanente. Quand la puissance, qui se mesure nécessairement à l'aune d'une autre puissance, engendre le conflit, elle est par nature risquée et changeante. Du coup, l'idéologie qui la soutient est condamnée à l'extension, à la lutte ou au déclin.

Par ailleurs, l'idée même que l'on puisse « avoir » une idéologie reste discutable. Rastignac ou Tartuffe peuvent se rallier à tel parti ou à telle croyance dans leur stratégie individuelle de réussite sociale. Mais à l'échelle collective, on n'adopte pas une idéologie comme un costume pour l'effet qu'il produit. Il se pourrait même que ce soit l'idéologie qui vous adopte. Son «choix » ne peut être réduit au fait d'opiner à une thèse (croire ou pas à la théorie du Big Bang) ni à une fantaisie du goût (vanille ou chocolat). Il s'agit d'un engagement. Il implique à la fois une manière d'évaluer le monde et le projet de le transformer ou d'empêcher qu'il se transforme. L'idéologie agite des passions et suscite des actions. Elle n'est pas un simple ensemble d'idées : ce sont des idées qui cherchent des repreneurs, les convertis, Pour cela,

⁸ Le thème de la quatrième guerre mondiale contre l'islamisme ou le terrorisme (la troisième étant censée être la guerre froide) se retrouve chez nombre de néo-conservateurs comme Norman Podhoretz ou Richard Woolsey. Mais « *War on Terror* » était le titre d'une rubrique ouverte par CNN après le 11 Septembre.

elles doivent par des canaux bien précis. « Avoir » une idéologie c'est penser, penser ensemble et faire penser. C'est aussi, nous le redirons, penser contre : contre d'autres systèmes d'idées, d'autres communautés de croyants et d'autres moyens de propagation.

Pour le dire autrement, l'idéologie suppose deux sortes de rapports : 1) entre des cerveaux et les systèmes d'idées qu'ils produisent ou reproduisent, et, 2) entre des cerveaux et des cerveaux. Ces derniers sont reliés par des moyens matériels et organisationnels de propagation, par exemple les communautés d'intellectuels et les médias. Il s'agit donc de les examiner comme deux aspects d'une même question.

I L'autonomie des idées

« Une idéologie est précisément ce que son nom indique : elle est la logique d'une idée... L'émancipation de la pensée à l'égard de l'expérience. » Hannah Arendt⁹

Sommes-nous maîtres de nos idéologies ? Quelle rapport entretenons-nous avec ces productions de nos esprits ? La question est au cœur de la définition. D'abord conçu de façon neutre comme une science de la production des idées par Destutt de Tracy¹⁰, le mot idéologie a pris très vite un sens péjoratif, voire pathologique. L'idéologie serait une maladie hallucinatoire de l'idéal, une projection imaginaire de ceux qui n'ont pas la lucidité ou le courage d'affronter le réel tel qu'il est. C'est en ce sens qu'on l'emploie dans la vie courante. Généralement pour en accuser son adversaire (« L'idéologie, c'est l'idée de l'autre » disait Raymond Aron) et pour s'en déclarer indemne. C'est-à-dire suivant le cas pragmatique, réaliste ou

⁹ Hannah Arendt, *Le système totalitaire*, Paris, Seuil 1972, p 219 où elle définit très justement l'idéologie comme un « sixième sens » pour percevoir la réalité.

¹⁰ Voisin de Destutt de Tracy, *Éléments d'idéologie*, Paris, 1801

scientifique. Ce serait, au fond, une produit du sommeil de la raison, une aberration. Mais cette première vision de l'idéologie tombée du ciel des idées, ou y projetant les rêveurs, ne permet guère d'en comprendre les mécanismes.

Tout naturellement, la critique des idéologies devient soupçonneuse : que traduisent et que manifestent-elles ? La notion pourrait renvoyer à autre chose qu'elle-même, dont des intérêts d'autant plus matériels qu'elle est idéelle. Le grand mot est lâché : l'idéologie « justifie ». Les penseurs marxistes, en particulier, se débattent longtemps avec le concept d'idéologie qu'ils peinent à distinguer de celui de fausse conscience. C'est le « processus que le soi-disant penseur accomplit sans doute consciemment, mais avec une conscience fausse (et où) Les forces motrices véritables qui l'agissent lui restent inconnues » suivant la formule d'Engels.¹¹ Ou, selon une image plus célèbre encore, l'idéologie donne une image du réel, mais une image « renversée » comme dans une chambre obscure. La tâche du bon matérialiste serait d'en révéler la « base réelle ». Occultant les conditions de sa propre production, une pensée idéologique ne serait pas une erreur telle qu'une preuve contraire ou un bon raisonnement suffirait à dissiper. Ce serait la traduction d'une situation historique, la représentation nécessairement partielle et partielle que chacun se fait du processus historique dans une relation entre dominants et dominés. L'idéologie n'est donc pas arbitraire du point de vue de celui qui la professe et se persuade de sa validité universelle. Elle est tout à la fois un manque (elle déforme le réel) et un indice (chacun se représente ledit réel en fonction de sa position).

Faire une glose de la pensée marxiste sur ce sujet n'aurait aujourd'hui qu'un intérêt archéologique. Sans compter les divergences : le marxisme « vulgaire », l'école de Francfort, Lukacs ou Althusser ne professent visiblement pas la même conception de l'idéologie. Plus révélateurs, sont les problèmes que ces tentatives théoriques ont indirectement soulevés.

D'abord celui de la véracité ou de la vérité de l'idéologie : pourquoi certains penseurs échapperaient-ils à la malédiction du faux pour se mettre à

¹¹ Lettre d'Engels à F. Mehring, 14 juillet 1893, in K. Marx et F. Engels, *Études philosophiques*

produire des idées « vraies », telle une critique « vraie » des idéologies ? Qui produirait de la non-idéologie ? Une classe dont les intérêts (c'est-à-dire le besoin de libération) seraient universels, donc la pensée universellement vraie, le prolétariat ? Des intellectuels à qui leur position permet de se distancier suffisamment comme le pensait Karl Mannheim ? Les penseurs « scientifiques » et post idéologiques dont Althusser prétend être le prototype ?

La diversité de l'idéologie s'oppose tout autant aux tentatives déterministes. Tantôt sous forme de l'idéologie dominante, elle est la vision heureuse et fixe, non-historique, qu'un groupe se donne d'une réalité contingente et transitoire. Barthes voit même dans le fait de « farder les choses en nature et en éternité »¹² le processus idéologique par excellence qui explique que le monde ne saurait être autrement qu'il est et en gomme les contradictions. Tantôt l'idéologie semble s'imposer d'en haut à ceux qu'elle mystifie et à qui elle occulte leur propre situation de dominés (c'est très grossièrement résumé ce que dit Gramsci). Tantôt encore, l'idéologie prend la forme de l'utopie, expression détournée d'une espérance en un autre ordre possible, contradiction qui pose problème, notamment à l'école de Francfort.

Autre objet de débat : la coexistence entre une idéologie globale qui se confond quasiment avec la culture ou avec l'ensemble des représentations et jugements partagés par les membres d'une société d'une part, et, d'autres part, des idéologies partielles qui se combattent. Elles le font souvent en tentant d'idéologiser une notion déjà bien acceptée dans une société donnée, un principe juridique ou une loi scientifique : elles le mettent au service de leurs desseins et propositions.

La seule façon d'échapper à tant de dilemmes consiste à reconnaître le caractère stratégique, conflictuel de l'idéologie. Une idéologie, c'est une famille d'idées qui combattent d'autres familles, s'adaptent et se transforment dans ce processus. La partie épistémique de l'idéologie, instrument d'une explication ou d'une pseudo explication du réel, , n'est pas

¹² Roland Barthes, *Mythologies*, Seuil, 1954

séparable de partie programmatique : la volonté de traduire des valeurs en réalité. Il faut concéder une forme d'autonomie relative à l'idéologie.

Cette pensée-Frankenstein échappe toujours peu ou prou à son créateur. Et d'ailleurs, comme le monstre du roman de Mary Shelley, n'est-elle pas un peu faite de morceaux de cadavres ? Elle est composée d'idées mortes plus anciennes qui retrouvent vie dans un nouvel ensemble. Elle est peu ou prou « bricolée » au sens où Lévi-Strauss parle de la pensée sauvage comme d'une « bricolage », d'analyse et d'imaginaire, qui fait avec les moyens du bord... L'idéologue bricole jugements de valeurs, faits, projets, notions admises et innovations. Il fait des compromis entre habileté rhétorique ou recherche de l'efficacité et respect de ses propres postulats.

Ni totalement délirante, ni simple « traduction » de la situation de qui l'énonce, l'idéologie remplit des fonctions difficiles à concilier : forger l'identité d'un groupe, lui rendre le monde intelligible, réfuter des explications concurrentes, rassurer et mobiliser. Tout dépend également des rapports de force et de ce que nous pourrions appeler, pour rester dans la métaphore écologique, « environnement » de l'idéologie. Ainsi, la capacité que possède une idéologie de nier la réalité semble particulièrement élevée dans deux situations opposées : quand son énonciation ne rencontre aucun obstacle (quand, par exemple, les discours rivaux sont réduits au silence), mais aussi quand l'idéologie est ultra-minoritaire et qu'elle compense en rigidité sectaire ce qu'elle n'a pas gagné en extension populaire.

L'exemple le plus évident du premier cas est celui du système soviétique. Alain Besançon le décrivait justement comme une « idéocratie ». Idéocratie non seulement parce que les représentations idéologiques commandent la pratique politique, mais aussi en un sens plus précis. Comme la gnose dévoile derrière le monde réel un monde qui lui est immanent, l'idéologie veut contraindre, au besoin par la terreur, chacun à proclamer que ce qui doit être est effectivement : « Le régime idéologique déploie l'essentiel de son activité terroriste à faire croire au monde, à ses sujets, à ses agents que l'essentiel du cosmos social est déjà transfigurée, qu'avec le socialisme, l'humanité est actuellement entrée dans son état définitif... Il faut

que la portion de la réalité qui se trouve sous le contrôle du régime soit traitée comme une non-réalité et la pseudo-réalité comme la réalité. »¹³

L'autre cas de figure est inverse : l'impuissance à changer les choses, et surtout les gens, fait bon ménage avec la propension à les rêver. Plus on est groupusculaire, plus on est autoritaire, moins on a prise sur le réel, plus on le sublime.

Entre les deux se situe l'ordinaire de nos jours ; les compromis que nous passons tous entre l'idéalité et la réalité. Pas plus qu'on ne peut pas ne pas communiquer, on ne peut pas ne pas avoir d'idéologie, même en proclamant la thèse de la fin des idéologies. Comme le dit Edgar Morin « Les grandes idéologies nous possèdent autant que nous les possédons et cette existence mythique fait partie de la l'existence sociale ainsi que de nos existences individuelles. »¹⁴ Nous oscillons entre le confort que nous offrent les préjugements idéologiques, la cause qu'ils offrent à nos malheurs, la figure qu'ils proposent à nos espérances, entre les négociations que nous effectuons sans cesse entre Don Quichotte et Sancho en nous, entre nos bouffées délirantes et nos intérêts bien entendus..

Nier une autonomie relative dans l'évolution du corpus idéologique, interdit d'en saisir le rôle d'interface entre un monde qu'il s'agit et d'interpréter et de transformer et un corps de croyants ou de propagateurs.

Ces notions s'appliquent à l'idée de puissance. Il semble assez naturel que tout idéologie sépare une bonne puissance (suivant le cas au service du peuple, de la science, d'une classe, d'une race...) d'une mauvaise, responsable de tous nos désastres. L'idéologie sert à proclamer des guerres justes, des richesses bénéfiques, des dominations légitimes. Mais ce qui se produit actuellement dépasse la tendance « manichéenne » inhérente à toute idéologie.

-

¹³ Alain Besançon, *Présent soviétique et passé russe*, Paris, Pluriel, 1980

¹⁴ Edgar Morin, *Pour sortir du XX^e siècle*, Paris, Nathan,, 1984 p. 37

II la force des représentations

« L'idéologie n'est pas l'antithèse d'un savoir ou d'une réalité, comme illusion, méconnaissance ou fausse conscience, mais la forme et le moyen d'une organisation collective. Ce n'est pas une modalité du voir, mais une contrainte du faire. »¹⁵ Régis Debray

Robinson sur son île produit des fantasmes, pas une idéologie. Sous la forme d'un lourd traité ou d'un bref slogan, l'idéologie, ce sont des idées (affirmations relatives à l'état du monde) reliées par la cohérence du système ; ce sont aussi des idées qui relient¹⁶ ceux qui les adoptent.

Allons plus loin : adopter, c'est adapter. Cette bizarre translation des idées, marchandise qui trouve reprenneur de tête en tête n'est pas un mécanisme binaire : je prends/ je ne prends pas, je crois / je ne crois pas, mais un processus de participation. L'idéologie me change : mon point de vue sur le bien et le mal, le nécessaire ou le souhaitable est modifié ; je n'interprète plus le monde suivant les mêmes grilles. Mais je change l'idéologie : comme individu, j'en donne ma version, comme membre d'une communauté nouvelle, je participe à ses évolutions et à ses succès. La « demande » idéologique détermine aussi le marché des idées.

La propagation de l'idéologie suppose des médiateurs et des vecteurs. Dans nos sociétés, cela s'appelle des intellectuels et des médias. Bien sûr, ce ne sont pas les seuls et ce ne sont pas nécessairement les plus efficaces. L'école, la famille, l'armée, le syndicat, le milieu social - il serait stupide de le nier - transmettent les idéologies, au même titre qu'elles inculturent.

Mais intellectuels et médias ont un rapport plus essentiel avec l'idéologie : leur fonction est de lutter pour occuper l'attention des citoyens et leur raison d'être de leur apprendre à juger le monde. Là où des appareils de transmission plus « lourds », institutions, Église, armée instillent

¹⁵ Régis Debray, *Debord de loin*, Le Débat n° 85, Mai-Août 1995

¹⁶ Écho d'un vieux débat qui préoccupait déjà Cicéron : la religion vient-elle de *religere* (relier des éléments du dogme comme on relie un volume) ou de *religare* : relier une communauté de croyants. La question s'applique encore mieux à l'idéologie.

l'ensemble des préjugements que tend à partager une population donnée (la doxa chère aux sciences sociales), les médias et les intellectuels réagissent à l'événement, quitte à le fabriquer et le font entrer dans des cadres explicatifs. À l'instant donné, ils jugent et tranchent, conjuguant l'idéologie au présent continu. Du moins, maintenant et dans nos sociétés. Car il ne faut « essentialiser » ni l'intellectuel ni le média.

L'idée que, par nature, le premier est critique, voire qu'il est un clerc voué au service des valeurs universelles, au détriment de ses intérêts temporels et de ceux de sa communauté¹⁷, pareille idée est tout simplement fausse. Tout comme l'est la représentation symétrique du « chien de garde », alibi de l'ordre établi. Ni nécessairement fulminant, ni forcément courtisan, l'intellectuel est toujours prescrivait. Il ne se caractérise pas par la production d'idées - justes ou fausses, délirantes ou utiles, généreuses ou hypocrites -, mais par la volonté de les traduire dans la réalité via l'opinion. Il est celui qui veut intervenir sur le cours des choses par la seule publication de son jugement.

De la même façon, il est naïf de réduire les médias au rôle de fourriers de l'idéologie dominante (ceux qui le soutiennent font exception pour le livre, refuge de l'esprit critique et l'opposent volontiers à l'image fascinante). D'abord pareille affirmation est tautologique : si une idée dominante ne dominait pas les médias de masse, que dominerait-elle ? Ensuite parce que c'est plus que simplificateur, même sous la forme de la théorie plus subtile qui fait des médias une langue sans réponse, des moyens d'empêcher de penser, efficaces par leur vacuité même. Les médias amplifient aussi des changements et mettent en valeur des contradictions et des dissidences.

La fulmination « apocalyptique » contre les médias « abolissant la distance critique »¹⁸ a engendré l'erreur symétrique : l'enthousiasme utopique pour les nouvelles technologies de l'information. Internet est censé favoriser la diversité des points de vue et des styles de vie et permettre à chacun de s'exprimer, beaucoup, dans les années 90, annoncèrent la fin des anciennes instances politiques ou idéologiques, ces vieilleries d'avant l'ère de

¹⁷ C'est la fameuse thèse de Julien Benda, *L'aliénation des clercs*

¹⁸ Attitude critiquée avec drôlerie par Umberto Eco *Apocalittici e integrati, Comunicazione de massa e torie della cultura di massa* Milan, Bompiani, 1977

l'information¹⁹. Cette vision passe tout autant à côté du problème. Elle mythifie : les vrais besoins des gens se révélant par le miracle du numérique et des réseaux versus vieux médias de masse et de conformisme.

L'idéologie n'est pas préconstituée, ce n'est pas une ressource disponible que les médias ou les intellectuels décident ou pas de diffuser ou de critiquer, soit de par leur libre décision, soit sous la pression d'intérêts, soit enfin sous des contraintes tenant à leur nature même. Elle se forme dans le processus de son énonciation et de sa diffusion. C'est en ce sens que les médias sont l'idéologie.

La critique des médias et celle des intellectuels sont salubres (et que dire de la critique des intellectuels médiatiques !). Mais elle se trompe si elle leur reproche de se « soumettre » à une idéologie. C'est confondre au moins trois niveaux d'analyse.

Le premier touche aux convictions d'individus et l'usage qu'ils font de leur position grâce à leur pouvoir de montrer ou de ne pas montrer. C'est un pouvoir de favoriser telle thèse ou telle grille d'explication. Ces individus peuvent même militer plus ou moins consciemment pour telle valeur ou telle idée. Ces individus, ce sont des journalistes et les « garde-barrières » qui, dans les rédactions et les directions, décident de ce qui sera imprimable ou montrable. Ce sont des essayistes et des commentateurs, des artistes ou des personnalités, des « gens connus pour être connus »²⁰ Ils mettent leur capital de sympathie dans le public au service d'une cause, d'une idée ou d'une indignation. Ou, plutôt ils font usage leur capacité de diriger l'attention d'autrui. On ne peut nier le poids que jouent dans ce processus des considérations commerciales, et ceci vaut aussi pour les producteurs d'idées : la fameuse dictature de l'audimat, la pression des propriétaires de médias et annonceurs. Nul ne songe non plus à nier la puissance des réseaux et solidarité, ni celle des conformismes de groupe ou de caste. Ni le monde des

¹⁹ Patrice Flichy, *L'imaginaire d'Internet*, Paris, La Découverte, 2001

²⁰ Daniel Boorstin, *L'image*, Paris, 10/18, 1966

médias, ni celui des intellectuels, chercheurs ou universitaires n'en sont plus indemnes que celui des cadres supérieurs ou des employés de bureau.

À deux différences près. La première est que, leurs choix, les premiers auront des moyens de les faire partager aux seconds en leur proposant certaines représentations de la réalité. La seconde c'est qu'il existe des stratégies d'influence destinées à exploiter ce pouvoir. Certaines mobilisent l'appareil d'État quand leur but est de propager un « point de vue » favorable aux desseins d'une Puissance.

Ces stratégies reposent souvent sur la notion de prestige : mettre en valeur les réalisations ou les messages qui favorisent un pays ou une cause, amplifier sa voix au-delà de ses frontières, faire connaître et partager sa vision. À cet égard, les voyages de compagnons de route en U.R.S.S. dans les années 50 ou les émissions anti-communistes de *Radio Free Europe* ont joué le même rôle pour des causes opposées. La récente guerre d'Irak a révélé l'existence du sous-secrétariat à la « diplomatie publique » à Washington, de l'*Office of Strategic Influence*, du *Middle East Television Network* et de dizaines d'autres officines. Elles sont vouées à la promotion des valeurs américaines à travers le monde, plutôt qu'à la propagande au sens classique²¹, celle qui vise à faire tenir pour vraie au maximum de gens une certaine affirmation. Pour donner un dernier exemple, le projet de créer une « CNN à la française » répond à la même logique : il s'agit de donner un écho international à une vision à la fois française et multipolaire²², pour ne pas dire alternative. Mais il s'agit aussi de prolonger la politique de prestige : la promotion de l'image de la France et de sa culture qui inspirait déjà son réseau d'Alliances Françaises et de centres culturels. Ici l'image et l'idéologie se confondent quasiment.

Au-delà du prestige ou du rayonnement, l'influence consiste aussi à faire partager ses codes éthiques, esthétiques, intellectuels, à habituer l'influencé à une façon de considérer les choses. Il s'agit de déterminer ses modes d'interprétation de la réalité, plutôt que de proposer un discours

²¹ Pour s'y retrouver dans le mélange des services fédéraux, des think tanks et des organismes « privés », lire absolument « l'encyclopédie » publiée sur la Toile par la *Federation of American Scientists* : www.disinfopedia.com

²² Voir le Monde du 24.04.03 « Un CNN à la française »

« persuasif ». Ici l'influence se fait plus culturelle ou métapolitique. Elle peut même se confondre avec la promotion d'un mode de vie, si ce n'est avec la formation de l'esprit du temps²³.

Un nouveau lieu commun, répétant la critique des « industries culturelles », telle qu'elle fut ébauchée dès les années 40, veut que la culture distractive, avec ses modes de consommation, ses marques et ses styles, soit le facteur d'un conditionnement planétaire. C'est la thèse de la censure silencieuse, de la propagande invisible²⁴, du formatage par l'idéologie marchande et euphorisante. Sous une forme plus simple encore, c'est la thèse de l'américanisation de la planète. Comme tous les lieux communs, celui-là véhicule une large part de vérité. Mais il ne rend pas compte des échecs de l'influence, car, suivant la formule, on peut adorer le rock et être un terroriste islamiste. D'autre part, ceci s'inscrit encore dans une vision naïve du « bon usage ». Elle suppose que les médias - et ceci vaut aussi pour les intellectuels²⁵ - pourraient envoyer de « bons » messages ou prôner de « bonnes valeurs » ou être davantage pluralistes, si seulement... C'est négliger de prendre en considération le processus de transmission et sa dimension technique.

Cela renvoie à un second niveau d'analyse : celui des contraintes qu'exercent les moyens de diffusion sur les moyens de production des idées, discours et images. Là encore, la plupart des dénonciateurs de « l'idéologie de la communication » tendent à confondre l'insuffisance de la représentation et son orientation. L'incapacité à rendre compte de la complexité du réel ne résulte pas d'un complot. Les lois qui gouvernent ce qui est visible, énonçable, digne d'attention, mémorisable, commercialisable en une époque n'ont rien à voir avec une manipulation. La simplification crétinisante ne doit pas se confondre avec le totalitarisme mou. Pour le croire, il faut n'avoir aucune idée de ce qu'est un conducteur de Journal Télévisé (en parlant des médias, c'est presque toujours à la télévision qu'on songe), de l'hystérie qui

²³ Edgar Morin, *L'esprit du temps*, Paris, Grasset, 1976

²⁴ Ignacio Ramonet, *La tyrannie de la communication*, Paris, Gallilée 1999 et *Propagandes silencieuses*, Paris, Galilée 2000

²⁵ Pierre Bourdieu, *Sur la télévision*, Paris, Liber, 1997

règne dans une rédaction, de l'importance du temps, du fonctionnement en boucle des médias qui se surveillent les uns les autres, du rôle de l'image disponible ou non disponible.

Tout ce qu'on reproche aux médias, nous y souscrivons. Sensationnalisme, surexcitation permanente, prédominance de l'émotion sur l'analyse, hystérie de la lisibilité (tout, tout de suite, totalement intelligible), consensualisme, grégarisme, nombrilisme, « idéologie du *live*, du direct, de l'instantané »²⁶, croyance que n'existe que ce qui est visible, perte du sens de la proportion entre ce qui est important, proche, probable et ce dont on parle... Nous ajouterons même volontiers : personnalisation (les causes s'assimilent à des gens sympathiques ou méchants et les idées à des attitudes généreuses et modernes ou pas), urgence et « *fast thinking* »²⁷, mythification de « l'expertise », tendance au propos moralisateur, oubli du principe de non-contradiction, tendance à se poser en juges sans avoir à se justifier, conformisme se réclamant du prestige de l'audace et de la marginalité. Tout cela, oui, tout cela est vrai. Mais n'en déduisons pas que ce sont les effets de la domination invisible des « maîtres du monde ».

De même, nous sommes prêts à souscrire au procès des intellectuels, pourvu ce ne soit pas prétexte à développer une théorie générale de l'Histoire et de la Raison. Énumérons : tendance à garder les mains propres sans avoir de mains (morale de la conviction théâtrale), psittacisme, autisme collectif, « bougisme »²⁸, emphase souvent teintée de radical chic, moralisme pathologique de la condamnation sans participation, obsession de l'immédiat, stratégies personnelles²⁹. Tout cela peut se rapporter à des causes sociologiques évidentes, notamment la place d'une communauté vouée à la production de jugements dans des sociétés où prédominent la manipulation des signes. Mais cette sociologie-là renvoie indirectement à un technologique. Car le statut de l'intellectuel est lié au fonctionnement médiatique.

Les médias bouleversent la hiérarchie au sein de la République des lettres ; ils donnent l'autorité intellectuelle, la légitimité. Ils confèrent le

²⁶ Ignacio Ramonet, précité p. 28

²⁷ Bourdieu *Sur la télévision* précité

²⁸ L'expression est de Pierre-André Taguieff, *Du Progrès*, Paris, Librio, 2001

²⁹ Sur ce point, nous renvoyons à la suite de Régis Debray : *Le scribe* (Grasset 1985) et *Le pouvoir intellectuel en France*, (Ramsay 1986), puis *L'emprise* et *I.T.* (Gallimard le Débat, 2001 et 2002)

droit de parler au nom de l'Universel suivant des critères qui ne sont plus ceux du temps de l'écrit. Instaurant des contre hiérarchies, bouleversant les modes de fonctionnement de l'intelligentsia, les médias changent aussi les lois de la production et de la diffusion des idées. La demande de "commentaire" immédiat, le besoins d'idées accordées au tempo de la perception médiatique imposent leur formatage et le rétrécissement de leur "durée de vie". Les circuits par où elles se diffusent désormais, l'effacement de la mémoire au profit de l'immédiat, le filtre de l'écran, tout cela définit quel type de discours peuvent émerger, se répandre et disparaître. Parallèlement, le statut de l'intellectuel change. La néo-intelligentsia a ses rites et ses lois. Les valeurs qu'elle prône, performance, authenticité, dédramatisation, compassion, modernité, reflètent ce même monde qui produit l'intellectuel multimédia et la star. Ils ont même statut et tiennent même discours, ils deviennent interchangeables.

Si l'on s'en tenait à ce rapport, le couple média/intellectuels, tel qu'il apparaît sous nos latitudes ces dernières années semble tendanciellement défavorable à la puissance (question qu'il faut séparer de celle du Pouvoir, au sens de consensus à l'ordre établi, ...) Ce binôme médias/intellectuels paraît mal adapté à la propagation d'idées ou de représentations exaltant la puissance collective. Il est tout plutôt favorable au mondial qu'au local. Il se réfère aux principes du Droit et de la Morale (humanitaire, droits de l'homme, tolérance, différence) contre les appels au réalisme ou à la nécessité de la force. Il est plutôt orienté vers la communication, l'influence et la négociation, domaines où il excelle, donc plutôt optimiste. Sa tendance naturelle est de croire que nous allons vers plus de modernité, d'harmonie. Par ses habitudes, il est réticent à tout ce qui est brutal ou emphatique. Il se complaît à s'indigner. Il plaint les victimes plus volontiers qu'il ne justifie les disciplines ou les souffrances nécessaires. La morale de la responsabilité lui est étrangère. Bref, le monde des médias et de l'intelligentsia, semble rétif au tragique de l'histoire et plus enclin à désigner le Mal au nom de principes qu'à se colleter aux contradictions du réel.

Pour ne prendre qu'un exemple toute action militaire occidentale a longtemps été freinée par la peur des images. Un tabou cathodiquement correct interdisait de montrer les victimes que l'on fait et celles que l'on subit. D'où l'impératif de guerres sans mort filmé. Or, au moins depuis l'offensive du Kosovo, on sait les médias et une fraction notable de l'intelligentsia pouvaient au contraire se mettre au service de la « puissance juste » et de ses croisades humanitaires et policières.

L'explication suppose sans doute un troisième niveau d'analyse. Il replacerait les conceptions et les contraintes propres aux moyens de transmission, dans l'environnement plus large où ils prospèrent : cultures et systèmes de répartition du pouvoir. Ni les points de vue des acteurs, ni les logiques des techniques et des organisations n'échappent à ce milieu qui les englobe, à cet environnement invisible déjà évoqué.

Conclusion

Le siècle précédent semblait avoir mené à leur paroxysme la logique des idéologies incarnées sur un territoire et en un Pouvoir, nazisme et communisme. C'était le projet de transparence de la Société, réduite à un principe unique et à une loi unique (race et nature dans un cas, sens de l'Histoire et matérialisme dialectique dans l'autre). Après la chute des deux grands totalitarismes, ce ne sont pas les « ismes » qui ont manqué : libéralisme, écologisme, européisme, catastrophisme, souverainisme, droitdelhomisme, mondialisme et altermondialisme, modernisme, technologique et communicationnel. Mais dans tous ces systèmes, le politique n'avait plus le même statut. La volonté de transformer le réel se transformait soit en respect de lois incontrôlables (le progrès, le marché, l'évolution de la technique) soit en contestation de pseudo-lois de la fatalité au nom d'une loi supérieure telle la Nature, le droit des peuples, la nécessité du politique.

Dans tous les cas, le monde est pensé en termes de périls et limites. D'une certaine façon c'étaient des idéologies de l'adaptation. Or revoici des idéologies de la volonté. Elles aussi se réclament d'une autre loi, Dieu, ou le Léviathan planétaire, mais leur ambition est sans borne.

Un attentat sans revendication (le 11 Septembre) et une guerre sans revendications, puisque préemptive, en Irak ont ouvert une autre dimension : jamais les idées professés par une poignée d'homme n'avaient changé aussi rapidement le cours des choses, les premiers détournant des avions, les seconds des institutions. Si l'ère de l'hyperpuissance était celle de l'hyperidéologie ? Si le vrai « siècle des idéologies » n'était pas derrière, mais devant nous ? C'est ce que suggèrent ces deux « luttes finales », l'Oumma contre les impies ou la démocratie contre la Terreur. La volonté de transformer la Planète, que ce soit pour y instaurer la loi divine ou l'Empire du Bien, implique le principe d'une Puissance absolue et d'une politique absolue. Certes, tout pronostic est incertain : demain s'il se trouve une autre voie pour exprimer la frustration des masses islamiques ou si, aux U.S.A., une élection renvoie les faucons dans l'opposition, les prédictions apocalyptiques pourraient être démenties. Et l'on oublierait - mais nous n'y croyons guère - de telles utopies.

Dans tous les cas, nous savons qu'il nous faudra vivre dans l'impératif de la grande politique. Avec peut-être la perspective que nous indique Peter Sloterdijk d'une « translation de l'Empire », si ce n'est dans l'espérance que l'Europe devienne « le séminaire où les gens apprennent à réfléchir au-delà de l'Empire »³⁰.

François-Bernard Huyghe

³⁰ Peter Sloterdijk, *Si l'Europe s'éveille*, Paris, Fayard 2003

Bibliographie

Sur la notion d'idéologie

Althusser Louis, *Pour Marx*, Paris, Maspero, 1966

Arendt Hannah, *The Origins of Totalitarianism* 1951 trad. *Le Système totalitaire* Paris Seuil 1972

Aron Raymond, *L'opium des intellectuels*, Paris, Calmann-Lévy 1955

Baechler J. , *Qu'est-ce que l'idéologie ?* Gallimard, 1976

Benda Julien, *La trahison des clercs* Paris, Gallimard, 1927

Bouricaud François, *Le bricolage idéologique* Paris, P.U.F. 1981

Châtelet François, *Histoire des idéologies*, 3 volumes, Paris, Hachette 1978

Gramsci Antonio, *Essais politiques I, 1914-1920*, Paris, Gallimard

Dumont François, *Les idéologies*, Paris, P.U.F., 1974

Mannheim Karl, *Ideologie und Utopie, 1929, Idéologie et utopie*, Paris, 1956

Reboul Olivier, *Langage et idéologie*, Paris P.U.F. 1980

Ricœur Paul *L'idéologie et l'utopie*, Seuil, 1997

Sur l'histoire récente des idéologies

Boltanski Luc et Chiapello Eve, *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, 1999

Breton P. *L'utopie de la communication*, Paris La Découverte, 1992

Castoriadis Cornélius, *La montée de l'insignifiance, Carrefours du labyrinthe IV*, Paris, Seuil, 1996

Challiand Gérard et Blin Arnaud, *America is back Les nouveaux Césars du Pentagone*, Paris, Bayard, 2003

Conquest Robert, *Le féroce XX^e siècle. Réflexions sur les ravages des idéologies*. Syrtes 2001

Debord G., *La société du spectacle*, Buchet Chastel, 1967

- Faye Jean-Pierre, *Le siècle des idéologies*, Armand Colin, 1990
- Hassner Pierre et Vaïsse Juston, *Washington et le monde*, Paris Ceri/Autrement, 2003
- Huyghe François-Bernard et Barbès Pierre, *La soft-idéologie* Paris Robert Laffont 1987
- Lasch Christopher, *La révolte des élites*, Climats, 1996
- Le Goff Jean-Pierre, *La démocratie post-totalitaire*, Paris, La Découverte, 2003
- Lévy Pierre, *Cyberculture*, Odile Jacob, 1998
- Lipovetsky Gilles, *L'ère du vide*, Paris, Gallimard, 1983
- Marcuse Herbert *L'homme unidimensionnel* , Ed. de Minuit, 1968
- Mattelart A., *Histoire de l'utopie planétaire de la cité prophétique à la société globale*, Paris La Découverte, Textes à l'appui, 1999