

La force de l'extrême droite est de transformer un ressentiment en ambiance générale

di Benoît Heilbrunn

Le professeur de marketing estime que la puissance des discours de l'extrême droite réside dans l'efficacité des formes qu'elle impose, quand les démocrates, eux, privilégient le fond des sujets

Si la démocratie libérale a gardé le culte du contenu, elle a perdu la bataille du contenant. Elle continue de croire qu'une idée juste dispose d'une motricité propre et qu'il suffirait de l'énoncer clairement pour qu'elle fasse son chemin. Dans la vie publique, pourtant, une idée ne circule jamais seule : elle voyage dans des appareils, des rythmes et des images. Elle a besoin d'un véhicule, d'un décor, d'une syntaxe d'accueil.

L'erreur des démocrates n'est donc pas d'avoir perdu le goût de convaincre, mais d'avoir perdu le sens des médiations. Ils s'imaginent encore que la vérité se propage d'elle-même. Or, une idée sans organe de transmission est une idée sans effet, et une indignation sans relais ne produit au mieux qu'une satisfaction morale de salon.

On sait, depuis les travaux du publicitaire et grand penseur de la propagande politique Edward Bernays [1891-1995], que l'opinion n'est pas une source claire jaillissant spontanément du corps social. Elle est un montage qui s'appuie sur un effet de cadrage. Le public vit dans un monde déjà découpé, hiérarchisé, simplifié, rendu supportable par des images, des récits, des stéréotypes, des formules qui font tenir ensemble ce qui, sans elles, demeurerait informe.

L'écrivain et politiste américain Walter Lippmann [1889-1974] l'avait compris : les hommes réagissent moins au monde qu'aux images qu'ils s'en font. Dès lors, gouverner les sociétés de masse, ce n'est pas seulement administrer des intérêts ou

produire des arguments. C'est fabriquer les conditions mêmes de la perception collective. Ce n'est pas seulement parler à des citoyens, mais organiser l'horizon à l'intérieur duquel ils verront, nommeront, jugeront.

Comme l'a montré le philosophe et sociologue Jacques Ellul [1912-1994], la propagande n'est pas seulement une parole que le pouvoir adresserait aux foules pour les séduire. Elle est le milieu même dans lequel les sociétés modernes respirent. Bref, une atmosphère. Elle n'arrive pas après coup pour déformer une conscience intacte ; elle travaille d'emblée les réflexes, les attentes, les sensibilités, les évidences disponibles.

En ce sens, elle n'est pas l'accident de la démocratie, mais son élément : ce par quoi un monde trop vaste, trop rapide, trop opaque devient encore praticable pour des individus sans cesse sommés de s'orienter. La propagande est une béquille cognitive qui appareille le regard et permet de rendre le monde habitable.

A partir de là, la question change de nature. Elle n'est plus : qui a raison, mais qui impose les formes à l'intérieur desquelles le discours social sera perçu ? Qui cadre ? Qui découpe ? Qui donne au chaos un visage, à l'angoisse un objet ? Le premier pouvoir n'est pas de convaincre, mais de préformer le perceptible.

L'extrême droite l'a bien intégré. Elle ne commence pas par démontrer ; elle commence par installer un lexique, un tempo, créant de la sorte une mécanique d'évidence. Déclin, invasion, submersion, ensauvagement : peu importe ici la pauvreté intellectuelle de ces mots. Leur force est ailleurs. Ils ramassent, ils polarisent, ils offrent aux inquiétudes diffuses une scène de comparution. Ils donnent au malaise une géométrie. C'est sommaire, donc maniable.

L'extrême droite dispose aujourd'hui d'une supériorité, non pas doctrinale, mais logistique. Elle sait faire circuler et compacter. Elle sait transformer un ressentiment en ambiance générale. Elle sait donner aux solitudes une syntaxe commune. Elle n'apporte pas seulement des thèses, elle se contente de fournir des prises. Elle transforme l'éparpillement des affects en bloc perceptif. Elle donne aux angoisses flottantes un langage commun et aux haines un récit de légitimation. Sa force ne

réside pas d'abord dans la cohérence de ce qu'elle dit, mais dans l'efficacité des formes qu'elle impose.

Société de fatigue cognitive

Le camp démocratique, lui, se contente trop souvent de vérifier, de nuancer, de contextualiser, de corriger. Travail honorable, certes, mais subalterne, puisque la partie décisive est déjà gagnée par l'adversaire. Qui dément reconnaît déjà la souveraineté du camp adverse. Qui arrive après l'installation du cadre ne maîtrise plus que des marges. La réfutation, en politique, a toujours un temps de retard structurel. Il dit qu'on a laissé à l'autre le privilège de décider ce qui mérite d'être vu, nommé, craint et désiré.

Le problème des démocrates n'est pas qu'ils manquent d'arguments. C'est qu'ils sous-estiment les formes. Ils se représentent la communication comme une simple concession aux lois du jeu démocratique. Ils produisent certes des arguments, mais répugnent à produire des réflexes. Ce faisant, ils laissent à d'autres le monopole de la condensation symbolique. Or, une société de flux, d'écrans, d'alertes et de fatigue cognitive ne récompense pas spontanément la subtilité. Elle privilégie ce qui revient, ce qui coupe, ce qui résume, ce qui s'agrège à d'autres affects déjà là. Elle retient moins la complexité du vrai que la netteté d'un cadrage.

Le drame est là : l'extrême droite paraît concrète même quand elle délire. Tout le problème tient dans ce renversement. Il ne sera pas corrigé par une nouvelle distribution de blâmes. Encore moins par le petit tribunal moral qui tient lieu de stratégie depuis trop longtemps. Il faut avoir le courage d'admettre que la politique n'oppose jamais des idées pures, mais des idées appareillées. Qu'une société se gouverne moins par des démonstrations que par des mises en forme du visible. Une vérité qui refuse ces véhicules se condamne elle-même au sous-sol.

La bataille contre l'extrême droite ne se gagnera ni par l'indignation seule ni par le seul rappel des faits. Elle exige une reconquête des médiations. Faisons en sorte que la démocratie cesse enfin de se présenter dans une langue que plus personne n'entend, lorsque ses adversaires, eux, savent déjà transformer leurs obsessions en évidence partagée. Le combat politique, aujourd'hui, se joue aussi là : dans la capacité

à rendre une vision du monde perceptible, intelligible, désirable. Renoncer à cette bataille, c'est perdre avant même d'avoir parlé.

Benoît Heilbrunn est professeur de marketing à l'ESCP Business School et codirecteur de l'observatoire marques, imaginaires de consommation et politique à la Fondation Jean Jaurès. Il a notamment dirigé l'ouvrage « Psychologie de la manipulation » (Pocket, 2026, 312 pages, 10,30 euros).