

La démocratie smartphone Le populisme numérique de Trump à Macron

Francis BROCHET
Editorialiste

Le smartphone a radicalement transformé nos rapports à la société et à la politique ; l'élection de D. TRUMP, le BREXIT et la victoire d'E. MACRON : autant de surprises qui témoignent de ces bouleversements.

La démocratie est-elle gagnante ou perdante dans cette numérisation du monde ? C'est la question posée dans cet ouvrage.

Le smartphone est l'objet de notre temps, il est le prolongement de notre main et en 10 ans (l'iphone d'Apple est apparu en 2007), il a littéralement envahi nos vies, à tel point que la peur d'en être séparé a déjà un nom : la nomophobie !

Ce n'est pas qu'un simple téléphone portable, car avec ses quelques 2,5 millions d'applications, il est une télévision, un centre de services, etc... Il a ainsi changé nos manières de vivre mais il a aussi transformé les citoyens que nous sommes aussi : cet objet est celui de la révolution numérique.

Sa diffusion est hyperbolique et on peut dire que les élections de 2017 ont été en France les premières vraies élections numériques (plus des 2/3 des Français possédaient un smartphone contre moins d'1/3 en 2012).

Le smartphone : moteur du populisme

Ce mot est polémique ! L'auteur a choisi la définition de l'historien Pascal ORY : « critique des corps intermédiaires (partis, parlements, élites) au nom d'un lien direct du peuple à un dirigeant charismatique, le tout porté par un discours de rupture ». Donc le numérique est un populisme.

Exemples manifestes :

=> l'élection de TRUMP : les médias traditionnels et la Silicon Valley soutenaient H. CLINTON mais le candidat TRUMP a parfaitement compris que la multitude des internautes lisant ses tweets nocturnes démolissant la candidate de l'oligarchie lui assurait sa victoire.

=> même phénomène pour tous les mouvements populistes en Europe : PODEMOS en Espagne, UKIP en Grande-Bretagne, AJD en Allemagne, Autriche et Pays Bas.

=> la présidentielle de 2017 : festival de populisme où « l'horizontale des élections a brisé la verticale des autorités » avec des candidats d'opposition, candidats du peuple contre les élites, candidats de la multitude contre les institutions : M. LE PEN bien sûr dont le populisme est dans son ADN et qui a été la première à utiliser (avec succès!) les médias numériques, J.L. MELENCHON avec les Insoumis et ses interventions sur YOUTUBE, B. HAMON avec sa plateforme collaborative sur Internet et même F. FILLON qui s'est appuyé sur les réseaux sociaux et qui a refusé de démissionner, confiant en ses militants et se campant en « rebelle que le système n'arrêtera pas ».

=> la victoire d'un populiste : E. MACRON : figure charismatique, discours de rupture, contre les partis et lien direct avec les électeurs.

=> la pétition pour J. SAUVAGE (qui a abouti à une grâce partielle!) marque une étape capitale dans la progression du populisme numérique : ce n'est pas une simple contestation mais un contournement des corps intermédiaires et des institutions.

On assiste bien à un « basculement démocratique » (P. ROSENVALLON) car les citoyens ne veulent plus d'une démocratie représentative, ce qui explique d'ailleurs le nombre croissant d'abstentions.

En dehors des populistes invétérés telle M. LE PEN, tous les politiques sont populistes : E. MACRON mais aussi M. RENZI, mais aussi J. TRUDEAU, le voisin de TRUMP.

Nous devons ainsi envisager que le populisme constitue la figure idéologique du débat de ce siècle comme le 18ème a produit le libéralisme, le 19ème le socialisme et le 20ème le fascisme.

Le smartphone et la disparition des partis

Les enfants du numérique vivent une aventure collective par le biais des bien-nommés « réseaux sociaux ». Nous appartenons ainsi sur le web à d'innombrables collectifs ou « communautés ». Ces liens sont sans engagement, instables et liquides. Il est plus juste de parler de « tribus » (c'est à dire le partage d'un même goût), qui sont provisoires, fondées plus sur le désir que sur la raison.

Ce que Steeve JOBS avait compris et que les politiques ignoraient : c'est que la consommateur ne veut plus être passif, acheteur de produits finis, mais il veut participer, agir, être **consommacteur** : c'est le « do it yourself ». Le consommateur est aussi un citoyen qui exige les mêmes droits c'est à dire participer.

C'est S. ROYAL qui avec « Désirs d'avenir » inaugure cette démocratie participative en donnant la parole aux militants ce qui lui vaut son élection à la primaire. Ensuite et de même en 2017 c'est la victoire d'un outsider : B. HAMON. Idem à droite avec la victoire de l'outsider FILLON face aux cadors en place.

C'est la fin des partis et Fabius dit alors : « au lieu que le parti continue à fabriquer l'opinion, ce qui était son rôle depuis toujours, désormais c'est l'opinion qui va faire le parti ou plutôt le défaire ».

Exemple encore plus parlant : PODEMOS. Le virus participatif lui permet d'obtenir 20 % des voix en 2016 bouleversant le bipartisme espagnol traditionnel.

En France, lors de présidentielles, ce n'étaient pas les partis qui occupaient le haut de l'affiche mais des mouvements reposant sur des plates-formes numériques : M. LE PEN a devancé tout le monde dans ce nouveau concept où elle a fait campagne presque exclusivement sur les réseaux sociaux (on ne voyait plus ses militants sur le terrain) et non pas au nom du FN mais au nom de MARINE ; MELANCHON a été à l'initiative du mouvement « FRANCE INSOUMISE » où il métamorphose une candidature personnelle en mandat du peuple et puis bien évidemment MACRON avec son grand mouvement « EN MARCHÉ ».

Mais attention ! :

- derrière cette belle image de démarche participative avec, dans la logique du monde numérique, un recrutement horizontal, se cache et se greffe une structure très verticale avec extrême personnalisation :

EN MARCHÉ <=> E. MACRON
JLM 2017 <=> JLM
MARINE

- agilité ne rime pas toujours avec solidité et durée : les réseaux servent autant à déconnecter qu'à connecter : ce fut le devenir fatal du mouvement « NUIT DEBOUT » qui a disparu aussi vite qu'il s'est étendu.

Les structures d'hier se soudaient sur des projets de long terme, les réseaux se constituent autour de bulles d'indignation.

Le smartphone favorise le libéralisme

Wikipédia est le symbole du libéralisme radical, libertaire.

Cette encyclopédie est ouverte à tout et à tous, sans hiérarchie (c'est l'égalitarisme absolu), évolutive, gratuite, développée en toute indépendance contre les institutions académiques et universitaires.

Son fondateur Jimmy WALES s'est d'ailleurs autoproclamé anarcho capitaliste !

L'ennemi du libertarien c'est l'Etat car il menace en permanence la liberté de l'individu, ce qui entrave celui-ci dans son désir de créer et d'innover.

De plus l'Etat c'est l'impôt.

A l'instar des géants du Net qui refusent de payer les impôts mais qui sont les plus grands donateurs d'aides à des causes jugées positives par eux : « la solidarité oui mais quand je veux, avec qui je veux et en totale indépendance par rapport à l'Etat.

En France, cela choque : nous chérissons certes la liberté mais policée par l'Etat, équilibrée par l'égalité. Or nous avons élu comme président un patron de start-up : venu de nulle part, qui a monté sa petite entreprise et l'a développée en un temps record avec des idées « disruptives ».

La notoriété devient un objectif à portée de tout internaute, chacun pouvant rêver de devenir milliardaire avec la logique impitoyable du Web : « que le meilleur gagne ! ».

Google est une société méritocratique. Mais quand le meilleur gagne, il gagne tout. C'est l'un des paradoxes d'Internet : une égalité absolue qui débouche sur une inégalité radicale. Le monde numérique tend à distribuer 99 % de la richesse à 1 % de population (contre 80 à 20). C'est ce qui est démontré et dénoncé par T. PICKETTY.

Ainsi s'impose une nouvelle conception de l'égalité caractéristique des sociétés libérales : l'égalité des chances préférée à la vieille égalité des places.

En conséquence, un individu ne peut plus imputer son absence de réussite à l'inégalité de la société mais à sa propre incapacité à saisir sa chance.

Les inégalités ne sont plus un système, elles sont individualisées et l'Etat Providence perd sa légitimité. Nous vivons désormais dans une société de marché.

La société prend son autonomie, comme les individus c'est la société civile par opposition au monde politique : c'est bien là le cœur du projet d'E. MACRON.

La technologie met à portée de main le rêve de l'autonomie où l'espace public ne serait que la résultante de ses communications privées : une société autosuffisante. Nous sommes peut être là devant une véritable révolution anthropologique.

Nous sommes seuls, ensemble si cela nous sert et seulement quand ça nous sert.

En France, c'est un processus en marche mais les Français ont une attitude schizophrénique, ils rejettent toujours davantage l'Etat mais en même temps ils demandent toujours plus d'autorité...

Le smartphone fragmente et radicalise

Les piétons qui se déplacent dans la rue, avec un smartphone ne voient pas les autres, ils se déplacent en même temps qu'eux mais ne sont pas avec eux. Le piéton connecté est déconnecté de la réalité.

Le numérique sépare autant qu'il réunit, il rassemble des semblables pour mieux les séparer des autres : c'est le principe de Facebook avec ses « likes » réunit des amis qui se ressemblent et qui constituent autant de bulles.

Internet construit un espace public fragmenté, polarisé à l'opposé du JT de 20h appelé très justement grand messe car il réunit la communauté des téléspectateurs. Certes les informations peuvent diviser mais ce sont les mêmes pour tous. En revanche sur Internet les infos sont sélectionnées du fait de ces fameuses bulles (rappel : 60 % des Français s'informent sur le Net).

La fragmentation de l'espace d'information entraîne de facto la fragmentation de l'électorat (exemples de TRUMP et du BREXIT qui s'expliquent par la formation d'une double bulle : p97).

La polarisation s'accompagne d'une radicalisation : la politique devient binaire confrontant des opinions sans compromis possible (ex de l'affrontement des 2 collectifs pour ou contre le mariage homosexuel), « Mariage pour tous contre Manif pour tous ; ironie de l'histoire : ces 2 collectifs ne représentaient que 2 minorités!).

C'est le mécanisme des réseaux sociaux : ils rassemblent ceux qui se ressemblent en nouant un faux combat entre convaincus.

Le JT est centripète et conformiste alors que l'info sur réseaux est centrifuge et propagatrice d'idées non conformes. De plus le web sur-représente les individus les plus politisés pour ne pas dire radicalisés. Voir MLP et JLM.

Comment alors gouverner une opinion toujours plus fragmentée, des collectifs aux intérêts miniaturisés et hyper spécialisés : cette infime diversité des tribus agit comme un poison lent sur l'unité de la République.

L'ambition d'EM est de réaliser un consensus et non un compromis comme Wikipédia et ...Hollande...

Le web désapprend l'art de la conversation, de la rencontre avec l'autre dans le langage. Les échanges ne constituent plus un dialogue mais sont réduits à 2 monologues. Nous ne rencontrons plus l'autre physiquement parlant car l'écran s'interpose, ce qui en plus réduit la possibilité d'empathie. Les rencontres sont frontales, brutales et avec les raccourcis et les abréviations, il n'y a plus de politesse dans les échanges qui de fait sont violents.

Le smartphone génère une démocratie « de garçon de café »

Les sms appellent les sms à chaque instant : 1 image, 1 idée fait choc, elle fait le tour du monde puis s'évanouit dans l'oubli. Dans la révolution numérique, il ne suffit plus d'être neuf, mais il faut l'être massivement et instantanément. Cela oblige les responsables politiques à vérifier régulièrement leur adéquation au marché électoral. Sur un tel marché mouvant, le dirigeant doit relégitimer son autorité à intervalles réguliers.

Si dans ce milieu instable, le pouvoir est plus facile à obtenir, il est beaucoup plus difficile à conserver ; toujours se renouveler, surprendre, raviver sans cesse le lien avec les électeurs, varier les styles : l'exercice du pouvoir au temps du numérique relève de la haute voltige sans filet.

Les multiples applications du smartphone nous servent à réclamer et à obtenir en temps réel ce que nous désirons, comme lorsque nous hélons un garçon de café.

C'est bien la promesse des populistes : délivrer immédiatement ce que veut le peuple.

Tel le marchand qui sait le bon moment où nous sommes susceptibles d'acheter, le politique peut aussi délivrer le bon message au bon moment : c'est la technique du « nudge ».

La démocratie smartphone redessine ainsi les relations entre pouvoir et citoyens. Les gens en ont assez de la démocratie représentative, ils perdent patience, ne supportent plus la lenteur du processus démocratique : ils veulent tout, tout de suite et si possible gratuitement (comme sur le web). Remarque : l'adhésion à En Marche est gratuite!).

Mais attention ! : après l'espérance exagérée, l'emballement devant la nouveauté, il y a souvent le gouffre des désillusions.

Le dirigeant politique est obligé d'être un manager pour vanter les vertus du changement perpétuel, peu importe pourquoi et vers quoi. C'est la fameuse destruction créatrice, mécanique dévorante qui trouve sa réalisation dans le modèle actuel de l'entreprise : la start-up.

Un présent envahissant, un passé au musée et un futur sans perspective, voilà le monde à l'ère du numérique avec injonction à l'innovation permanente, course au futur immédiat, réformes perpétuelles. Cette navigation sans cap a peut être des vertus (ouvrir des voies fermées à un raisonnement cartésien) mais peut on livrer l'espérance au hasard ?

Le smartphone ou le primat de l'émotion sur la raison

Seule compte l'émotion de l'instant ! Nous pilotons à l'émotion, à l'instantané (nous restons moins de 10 secondes sur 1 page et il est lu moins de 110 mots par page, on s'arrête aux titres bien conçus pour capter l'attention, aux images qui l'emportent sur le texte).

Le plus sûr moyen de nous retenir est une vidéo de quelques secondes que l'on regarde bien souvent...en faisant autre chose ! Tout cela entraîne un déficit chronique d'attention qui limite notre faculté de raisonnement. On sait bien qu'aux dernières présidentielles, tout s'est joué sur des sentiments : optimisme, inquiétude, colère plus que sur la comparaison raisonnée des programmes : c'est entre autres ce qui explique l'échec de Hollande.

Cette élection s'est faite sur un choix de personne et non de parti : ce fut le triomphe de la personnalisation : les candidats issus d'un parti ont été balayés par ceux qui, à l'inverse, avaient construit un parti (ou plutôt un mouvement) autour de leur candidature. La meilleure preuve en est le succès des émissions de K. Le Marchand qui ont réuni plus de téléspectateurs que les débats des primaires ; « leurs programmes je n'en ai rien à faire » a-t-elle dit !

Il s'est agi non pas de présenter le meilleur programme, mais de raconter la meilleure histoire. Certes E. MACRON a refusé d'y participer mais il a fait mieux : roi de la communication, il s'est mis en scène avec entre autres son épouse dans des journaux plus ou moins people comme Paris Match.

L'ordre de l'intime devient donc prépondérant dans le contenu des programmes politiques et la frontière entre vie privée et vie publique s'efface.

La prise de pouvoir de l'émotion sur la raison a donné naissance à : la post-vérité. Cette post-vérité a joué un rôle majeur dans le BREXIT et l'élection de TRUMP. Les fausses informations : « les fake news » attirent nettement plus d'audience que les vraies.

La désinformation a toujours existé mais les réseaux lui offrent une diffusion incomparable d'autant qu'il n'y a aucun filtre au nom du grand principe libertarien de la liberté absolue d'expression.

La durée de vie de ces fakes apparaît infinie : avec le web il n'y a plus aucune limite ni

géographique, ni temporelle, 1 seule personne peut en toucher des millions et c'est par leur biais que se construisent les complots.

Les personnes qui relayent des thèses complotistes sont 3 fois plus actives sur les réseaux parce que très motivées.

Conclusion

C'est un fait, nous ne lâcherons plus nos smartphones, mieux, ou pire, le volume des échanges va connaître un accroissement exponentiel.

Cet objet va modeler nos manières de vivre et de penser du bureau à la chambre à coucher et dans l'isoloir. Il change profondément nos attentes citoyennes et notre relation au pouvoir. C'est un tournant anthropologique. Le refuser n'a pas de sens puisque cela est et le sera quoi que nous fassions. Regretter la politique d'avant le numérique est inutile et hypocrite (était ce si mieux que cela avant?).

Cette révolution est riche de promesses : elle offre aux gouvernés une communication directe avec les gouvernants, elle leur permet de co-construire les programmes, d'imposer des thèmes négligés par les élus, de choisir des candidats ; elle a cependant sa face sombre : fausses informations, radicalisation des opinions, violence des échanges, populisme des gouvernants.

N'oublions pas que la démocratie est une construction permanente, conflictuelle et instable ; cette révolution numérique va t'elle la renforcer ou la fragiliser ?

Ce qui est certain, c'est que la politique n'est plus et ne sera plus ce qu'elle était.