

« L'équilibre entre capacité et proximité a été rompu »

La campagne présidentielle confirme-t-elle cette dialectique entre défiance à l'égard des responsables politiques et nouveaux modes de contrôle citoyen que vous avez analysés dans « La Contre-Démocratie » ?

Elle démontre de manière exemplaire que la démocratie est constituée de tensions fondamentales. Deux d'entre elles sont à l'œuvre de façon presque pure dans cette campagne. La première traverse la notion même de représentation et oppose le principe de capacité à celui de proximité. La seconde est celle qui oppose confiance et défiance.

La première est essentielle. Voter pour un candidat a deux significations très différentes. D'un côté, il s'agit de la sélection d'une personne qu'on estime la plus apte à exercer une tâche ou une responsabilité. C'est donc un processus de distinction qui suppose, presque structurellement, une distance entre l'élu et l'électeur. L'électeur reconnaît à celui qu'il voudrait voir élu une compétence supérieure à la sienne. De l'autre côté, on attend de l'élection presque l'inverse, c'est-à-dire qu'elle réponde à un principe de similarité et d'identification entre l'électeur et l'élu : je vote pour celui ou celle que je crois capable de m'exprimer, d'être une sorte de double valorisant de moi. Ces deux pôles de l'attente des citoyens avaient historiquement fini par être réunis dans « l'offre » des grands partis.

Qu'en est-il aujourd'hui de cet équilibre entre capacité et proximité ?

Il a été rompu. Ce qui caractérise la campagne jusqu'à maintenant, c'est précisément le sentiment que les différents candidats ont implicitement fait le choix d'incarner l'un ou l'autre de ces principes, sans parvenir à les articuler. Nicolas Sarkozy a mis l'accent sur la figure de la compétence, du leadership.

A l'inverse, par le déroulement même qu'elle a voulu donner à sa campagne en invitant les citoyens dans des débats participatifs, Ségolène Royal a davantage choisi d'être la candidate de la proximité. Chacun va devoir maintenant démontrer qu'il est capable de nouer les deux dimensions d'incarnation de la société et de compétence à gouverner.

Cette attitude des principaux candidats nourrit le désenchantement : lorsque tel candidat parle le langage de la capacité, il rassure en partie la société, mais en même temps il s'en éloigne. Et vice versa pour celui qui choisit de privilégier le langage de la proximité. Cela témoigne d'une crise du langage politique.

La notion même de proximité,



Pierre Rosanvallon

Professeur au collège de France.

Dernier ouvrage : *La Contre-Démocratie, la politique à l'âge de la défiance*, Seuil, 2006.

en outre, ne va plus de soi. Elle s'est dégradée autour de quelques mots-repères, de mots-codes, comme « immigration », « autorité », « sécurité » et maintenant « identité ». Le langage politique a beaucoup plus de difficulté à offrir un récit dans lequel les gens trouvent leur place. Or la politique, c'est bien cela : proposer un récit où les gens se retrouvent et donnent un langage à ce qu'ils vivent.

Est-ce la raison pour laquelle cette campagne semble en rester à une multitude de problèmes sectoriels, voire individuels, sans déboucher sur des projets collectifs ?

C'est le problème général des sociétés contemporaines, où « faire société » ne consiste plus simplement à occuper des positions et appartenir à des identités constituées (catégories de revenus, territoires, métiers, etc.), mais à partager des situations. L'identité collective est bien perceptible lorsque ces communautés de situation sont des communautés d'épreuves, par exemple, lorsqu'une usine ferme.

Mais lorsque l'identité collective est ressentie de manière un peu vague, à travers les incertitudes qu'on peut partager face à l'avenir par exemple, c'est beaucoup plus difficile à exprimer. La crise de la représentation politi-

Nous sommes en train de vivre un exemple assez parfait d'une élection qui est une grande bataille de « désélection »

que résulte aussi d'une difficulté à trouver les mots unificateurs pour décrire adéquatement l'expérience vécue par chacun ; elle correspond à une crise du langage politique, elle-même reflet d'une réalité plus éclatée.

Tout témoigne que les Français s'intéressent beaucoup à la campagne. Comment est-ce compatible avec leur défiance à l'égard des responsables politiques ?

Cela montre d'abord que les citoyens ne sont pas devenus les êtres passifs que certains ont parfois hâtivement décrits. Mais l'intérêt pour la politique correspond aussi à une évolution majeure : nous sommes dans une société plus éduquée et chacun se sent mieux armé pour comprendre ce qu'on lui propose ; chacun a le sentiment qu'il peut être un bon juge et qu'il n'est pas seulement dans la situation de devoir faire aveuglément confiance.

La démocratie d'aujourd'hui est marquée par l'égalisation du sentiment de compétence. C'est une révolution radicale. Désormais, on s'intéresse à la politique parce qu'on pense avoir les moyens de s'y intéresser. Qu'il s'agisse de problèmes de politique économique, sociale ou internationale, le sentiment d'être informé, de pouvoir argumenter et donner un avis motivé est désormais essentiel. Cela a déjà été, il y a deux ans, l'un des ressorts du non à la Constitution européenne.

Et pourtant, cette campagne s'organise moins sur la confrontation des projets que sur celle des personnalités...

Ce n'est pas tout. A l'intérieur de cet affrontement des personnalités, ce ne sont pas les préférences qui se manifestent en priorité, mais les antagonismes et les détestations. L'élément le plus décisif pour le choix d'un citoyen n'est pas l'adéquation qu'il ressent avec un candidat, mais la façon dont son vote va permettre de sanctionner tel ou tel autre candidat. Nous sommes en train de vivre un exemple assez parfait d'une élection qui est une grande bataille de « désélection ». Nous sommes clairement passés d'une démocratie d'adhésion à une démocratie de rejet.

N'avez-vous pas le sentiment que tous les candidats cèdent à des tentations populistes ?

Le mot est devenu gênant, tant son usage s'est enflé. Si l'on s'en tient à une définition stricte

— c'est-à-dire une vision fantasmée de la structure sociale qui réduit la société à deux blocs antagonistes, le peuple et les élites —, seule l'extrême droite peut être qualifiée de populiste.

Il est vrai, en revanche, que domine aujourd'hui une certaine confusion entre deux dimensions de la démocratie. La démocratie, c'est d'abord la reconnaissance de la légitimité et de la positivité du



Meeting de Ségolène Royal, le 6 février 2007, à Paris. JEAN-CLAUDE COUTAUSSE POUR « LE MONDE »

conflit dans la société, c'est une procédure de mise en scène et de régulation des divisions. La bataille électorale en est la traduction la plus significative. Mais la démocratie consiste aussi à organiser les institutions du consensus et du « vivre ensemble ». Je suis frappé que certains candidats ne distinguent pas nettement ces deux dimensions : certains voudraient transformer le combat politique en une sorte de nouvelle arène du consensus social, tandis que d'autres voudraient au contraire transporter le conflit social dans les institutions.

Lors du colloque de Grenoble, au printemps 2006, vous aviez l'ambition de peser sur l'agenda intellectuel de cette campagne. Est-ce le cas ?

Il y a eu une atmosphère positive de débat et de confrontation intellectuelle à l'automne. La pré-campagne a donné une place centrale à des thèmes importants que nous avions mis en avant, comme l'égalité des possibles, la participation citoyenne ou la situation des classes moyennes. Cette atmosphère s'est dissipée dans la campagne électorale. Pour plusieurs

raisons. Il y a, bien sûr, la logique de simplification inévitable à ce moment de la compétition. Mais aussi, l'essentiel de la campagne consiste à fournir des arguments aux électeurs pour ne pas voter pour un autre candidat. L'idée même de dessiner une vision n'est plus au cœur du débat.

Enfin, le niveau d'élaboration interne aux partis politiques et aux entourages des candidats me paraît assez faible. D'une façon générale, le rapport des candidats à des groupes d'experts et aux acteurs sociaux me semble particulièrement dégradé, si on le compare à ce qui se passait il y a encore une vingtaine d'années. La campagne médiatique a complètement pris le dessus sur la campagne sociétale.

Cela laisse-t-il encore une place à l'intellectuel pour peser sur le débat public ?

Il ne faut pas minorer la place que les idées peuvent avoir dans la société, mais il serait absurde de majorer le rôle individuel des intellectuels. Il suffit, pour s'en convaincre, de constater combien la sociologie des comités de soutien a été bouleversée en trente

ans : ils étaient en grande partie le fait des milieux universitaires, avec un certain nombre d'artistes associés ; maintenant, ce sont les sportifs, les artistes, les people en général qui occupent cette scène.

La figure « authentique » de l'intellectuel est à chercher ailleurs. Il s'agit d'être un producteur d'intelligibilité sociale, de fournir à la société une boîte à outils analytique et critique. L'efficacité politique de l'intellectuel est de s'inscrire dans cette logique sociale, plus démocratique, et de sortir de la vieille logique des entourages et des signatures de pétitions. Nous vivons la fin de la figure du conseiller du prince.

Le problème, aujourd'hui, est de ne pas substituer l'imprégnation à l'analyse. Le rôle de l'intellectuel n'est pas d'ajouter un supplément de fantasmie à la réalité ni d'ajouter de l'idéologie à la confusion ambiante, comme lorsqu'on invoque à tort et à travers l'identité nationale. Son rôle est, au contraire, de décapoter ces fantasmes pour proposer une compréhension plus forte et plus lucide des choses.

PROPOS RECUEILLIS PAR
GÉRARD COURTOIS