

NUMERO 610

Je n'aurais manqué un Séminaire pour rien au monde— PHILIPPE SOLLERS
Nous gagnerons parce que nous n'avons pas d'autre choix — AGNÈS AFLALO

www.lacanquotidien.fr

Lacan Quotidien



- L'AMÉRIQUE RÉELLE -

Trump, son spin doctor et l'hyperbole véridique

par Alice Delarue



Dans un discours à Reno, Nevada, à la fin de l'été, Hillary Clinton reprenait à propos de son adversaire un proverbe mexicain : « Dis-moi avec qui tu marches, et je te dirai qui tu es » (1). Elle parlait de la désignation du nouveau directeur de campagne de Donald Trump, Stephen Bannon, directeur du site Breitbart news. Cette nomination s'accompagnait d'un tournant dans la campagne, que l'équipe du candidat résumait par la formule : « *Let Trump be Trump* ». Bannon, diplômé d'Harvard, a été banquier chez Goldman Sachs, puis producteur à Hollywood, avant de se tourner vers les médias et la politique. Ce grand admirateur de Reagan passe pour avoir eu très tôt « une idée très claire et cohérente de ce qu'est le "trumpisme", peut-être même plus que Trump lui-même » (2). Dès lors, qu'est-ce que le désormais « haut conseiller et chef de la stratégie » du président élu peut nous apprendre de Trump ?

La parole libérée

Quand on se penche sur le site Breitbart et son histoire, on est d'abord saisi par les similitudes entre le style du tabloïd en ligne et celui de Trump. Des titres tels que « Il reste deux mois avant qu'Obama ne donne le contrôle d'Internet aux dictateurs », « La solution au harcèlement en ligne est simple : les femmes devraient se déconnecter », « Tous les jeunes musulmans en Occident sont des bombes à retardement » ne sont pas sans rappeler les messages de Trump sur Twitter. Dans les deux cas, il s'agit de produire une parole publique libérée de l'autocensure, où l'insulte, la haine, plutôt que de rester cachées au niveau de l'énonciation, surgissent directement et sans vergogne sur le plan des énoncés.

Un chercheur a ainsi analysé (3) les tweets de Trump, distinguant, d'après l'appareil utilisé (iPhone ou Android), ceux qu'il écrivait lui-même et ceux qui étaient rédigés par son équipe de campagne. Alors que ces derniers sont informatifs et consensuels, les tweets de Trump sont agressifs, voire insultants (« Hillary l'arnaqueuse », « Marco Rubio le poids plume », etc.). On sait que son équipe l'a privé de Twitter dans la dernière ligne droite avant les élections, sans doute par peur qu'il écrive le mot de trop. Mais n'est-ce pas justement cet usage éhonté de la parole qui lui a fait gagner des électeurs ? D'ailleurs, le fait que son discours tende à se lisser depuis son élection n'est pas sans en décevoir certains...



Tony Schwartz, le co-auteur avec Trump du livre *The art of the deal*, avait conceptualisé à la fin des années 1980 ce singulier style d'énonciation de l'homme d'affaires sous le nom d'« hyperbole véridique ». Trump expliquait quelques années plus tard dans une interview à *Playboy* : « Je sais ce qui se vend et ce que les gens veulent. Je joue avec les fantasmes des gens. J'appelle ça l'hyperbole véridique. C'est une forme innocente d'exagération – et une technique de promotion très efficace » (4). *Hyperbole véridique*, ce syntagme désigne plutôt bien le style de ses déclarations péremptoires, non-dialectiques, s'imposant comme des vérités entières et non discutables. Les journalistes ont eu beau démonter un à un ses mensonges, s'échiner à faire de la « désintox », rien n'y a fait pour ses futurs électeurs, qui expliquaient vouloir justement voter pour Trump parce que celui-ci « dit les choses comme elles sont », « parle vrai ».

Anaëlle Lebovits-Quenehen avait analysé cet usage d'une parole politique se prétendant sincère à propos de Nicolas Sarkozy, qui se vantait en 2007 de « dire tout haut ce que les autres pensent tout bas ». Or « ce qu'on pense tout bas – parce qu'on sent bien que l'énoncer serait outrepasser les limites de la pudeur, de la bienséance, mais des convenances

aussi bien – doit rester tu. Quand ce qu'on pense est ignoble [...] il faut taire cette pensée, à défaut de n'avoir pu l'inhiber. Il faut la taire parce qu'elle est injuste, haineuse et fautive de ce fait » (5). Jacques-Alain Miller indiquait en 2003 que « ce n'est pas une censure qui empêche de dire la vérité en clair, ce n'est pas un interdit, mais qu'il est de la structure même de la vérité de se préférer entre les lignes » (6). Ce qui est en jeu dans ce « parler vrai » n'est donc pas à entendre du côté de la vérité lacanienne, qui ne peut jamais que se mi-dire, mais bien plutôt du côté de la certitude qu'emporte cette passion qu'est la haine.

Breitbart et l'alt-right

Posons donc que ce dépassement, dans la parole, de ce qui est trop rapidement qualifié de « politiquement correct », mais qui est en fait la barrière de la honte qui maintient la haine à distance, est l'un des points de rencontre entre Trump et Bannon, son *spin doctor*.

Quelques mots sur Breitbart. Ce site, fondé en 2007 par Andrew Breitbart sous la forme d'un simple agrégateur de contenus, s'est notamment fait connaître en dénonçant plusieurs scandales impliquant des personnalités ou des organisations politiques. Sous la direction de Stephen Bannon, qui a pris la suite d'A. Breitbart après son décès, le site est devenu peu à peu la figure de proue du mouvement de « l'alt-right » – la droite alternative américaine. Cette droite extrême, distincte des mouvements du type Tea Party, fédère des groupes assez divers – suprémacistes blancs, complotistes, néonazis, masculinistes. Il se caractérise surtout par sa pratique d'une parole déchaînée, particulièrement sur internet (7). Ses sympathisants sont empreints de la culture du « dark-net », qui se déploie sur les forums comme 4chan ou Reddit (8), et défendent le droit d'user sans modération (mais souvent de façon anonyme) de l'insulte, au nom de la liberté d'expression. L'un des chefs de rubrique de Breitbart, Milo Yiannopoulos, s'est d'ailleurs récemment illustré en se faisant bannir de Twitter – chose rare –, suite à un torrent de tweets racistes qu'il avait adressé à une actrice afro-américaine. Il a alors répliqué sur Breitbart, où Bannon l'a assuré de tout son soutien (9) : « Comme tous les actes de la gauche régressive totalitaire, cela va leur revenir à la figure et m'apporter toujours plus d'adorateurs. Nous sommes en train de gagner une bataille d'idées, Twitter vient de se tirer une balle dans le pied. [...] tous ceux qui sont pour la liberté d'expression vont comprendre qu'ils ne sont plus les bienvenus sur Twitter ». Il est également important de relever que Donald Trump Junior manie fréquemment les codes de l'alt-right, par exemple lorsqu'il se réfère sur Instagram à Pepe the Frog, figure de cartoon symbole des suprémacistes, ou qu'il twitte : « Si j'avais un bol de Skittles et que je vous disais que trois d'entre eux allaient vous tuer, vous en prendriez toute une poignée ? Voilà, c'est ça notre problème avec les réfugiés syriens ». La mention des Skittles est ici une *private joke* de l'alt-right pour se référer aux bonbons qu'avait achetés Trayvon Martin avant de se faire abattre par la police (10).



Pendant la campagne, Bannon a logiquement affiché son soutien à Trump au nom de Breitbart, avant que le candidat ne l'engage comme directeur de campagne. Le site n'a cessé de gagner en influence (11), attirant ceux qui trouvaient les médias conservateurs traditionnels trop timorés dans leur soutien au candidat. Breitbart et Trump ont pourfendu d'une même voix l'*establishment* médiatique et politique (« Big government », « Big journalism » et « Big Hollywood » sont les intitulés de trois des sections sur Breitbart) et, plus largement, tous les promoteurs du « politiquement correct » qui empêchent le peuple d'avoir accès à « La » vérité.

Maintenant que Bannon est solidement installé auprès du président élu, un autre temps est sans doute venu dans ce couple. Le temps pour Bannon de lui distiller sa propre vérité, à savoir que la ligne de fracture ne passe plus entre la droite et la gauche, mais entre le nationalisme et la globalisation : « nous vivons les derniers temps du combat entre l'élite globale et le populisme nationaliste. Le cercle médiatique a juste été trop feignant et trop stupide pour le comprendre » (12).

La suite

Bannon ne compte pas s'en tenir là, et regarde désormais vers l'Europe où il cherche à s'allier avec d'autres personnalités politiques. Il avait déjà ouvert une antenne à Londres, qui a fait activement campagne pour le Brexit (là aussi, le rédacteur en chef de l'équipe anglaise était devenu le conseiller de Nigel Farage), et il prépare, depuis plusieurs mois, son implantation en France et en Allemagne en vue de favoriser l'élection de « personnalités de droite » dans ces pays (13). « La France est une cible particulièrement intéressante » pour y développer Breitbart, indique un rédacteur du site, « étant donné la place importante des politiciens d'extrême droite, les inquiétudes liées au terrorisme et l'impact de l'Islam sur la société » (14). « Marion Maréchal Le Pen est la nouvelle étoile montante », ajoute Bannon. Sur Twitter, celle-ci a immédiatement répliqué : « Je réponds oui à l'invitation de Stephen Bannon, directeur de la campagne Trump, à travailler ensemble » (15). Un futur couple infernal à venir.

1 : Dont la transcription est disponible [ici](#)

2 : Heer J., « Stephen Bannon's Long Game », *New Republic*, 4 novembre 2016.

3 : <http://varianceexplained.org/r/trump-tweets/>

4 : Cité par Hanne I., « Donald Trump, l'affliction devenue réalité », *Libération*, 9 novembre 2016.

5 : Lebovits-Quenehen A., « Passion de l'ignorance », *Le diable probablement*, n° 8, 2010, p. 9-10.

6 : Miller J.-A., « L'orientation lacanienne. Un effort de poésie », enseignement prononcé dans le cadre du département de psychanalyse de l'université Paris 8, cours du 11 juin 2003, inédit.

7 : Cf. Gendron G., « Les fascistes d'«Alt-Right» font la lie des trumpistes », *Libération*, 7 octobre 2016.

8 : Cf. Delarue A., « Dr lol et Mister lulz », *Bulletin Uforca pour l'UPJL*, 20 janvier 2011.

9 : Cf. le long portrait que lui a consacré Ken Stern : « Exclusive : Stephen Bannon, Trump's New C.E.O., Hints at His Master Plan », *Vanity Fair*, 17 août 2016.

10 : Cf. Gendron G., « Les fascistes d'«Alt-Right» font la lie des trumpistes », *op. cit.*

11 : De part ses visites (presque 40 millions par mois) et son audience sur les réseaux sociaux, Breitbart est classé par des observateurs des médias au 14^e rang des contenus les plus partagés dans le monde, devant Yahoo.

12 : Saviana A., « Breitbart débarque à Paris pour la présidentielle », *Radio Londres*, 6 juillet 2016.

13 : Piquard A., « Breitbart news, bras médiatique de Trump, veut s'implanter en France et en Allemagne », *Le Monde*, 11 novembre 2016.

14 : Spence A., Vinocur N., « Breitbart : “Radical”, “dangerous” and heading this way », *Politico*, 26 août 2016.

15 : Bourdier M., « Steve Bannon, bras droit de Donald Trump, courtise Marion Maréchal-Le Pen qui lui répond », *Huffington post*, 12 novembre 2016.

Donald Trump Président !

« L'inconscient, c'est la politique », la chronique de Réginald Blanchet

En matière d'interprétation du monde, il se pourrait qu'aujourd'hui et pour les temps à venir notre meilleur guide soit encore l'artiste. L'artiste, et non plus le philosophe. L'artiste, celui qui vibre aux soubresauts d'un monde qui met en déroute la sagesse établie, sait en accueillir la nouveauté et y faire droit, au contraire de l'homme de raison que se veut le penseur lorsqu'il n'est que le statisticien du calcul utilitaire qui guiderait tout un chacun dans la conduite de sa vie. Ce rationalisme supposé présider à la marche du monde ne saurait valoir à vrai dire que pour un monde réduit à un être de raison. Telle serait sans doute l'une des leçons les plus éclatantes de l'événement extravagant que constitue l'élection de Donald Trump à la présidence des États-Unis d'Amérique, leçon d'autant plus dérangeante qu'elle révélerait le degré de l'aveuglement où nous sommes. Deux artistes de grand talent, chacun en son genre, nous en font prendre la mesure.



Michael Moore, le premier, cinéaste et réalisateur de documentaires reconnus, s'est en effet illustré coup sur coup par l'excellence de son jugement sur l'issue des élections. À contre-courant de ce que laissait prévoir raisonnablement le déroulement des événements, il a su prédire d'abord contre toute attente la victoire de Donald Trump aux primaires du parti républicain sur dix-sept de ses concurrents lorsque tout plaidait pour sa défaite. C'est lui encore qui, dès le mois de juin dernier, donnait l'*outsider* pour vainqueur aux élections contre une Hillary Clinton qui n'avait de cesse de le devancer, et parfois très largement, dans les sondages (1). Le jugement de l'artiste ne relevait pas pour autant du pressentiment ni de l'intuition. Il était simplement *logique*. Cela veut dire qu'il donnait aux faits le poids véritable qui était le leur lorsqu'ils étaient replacés dans la bonne logique qu'il fallait : la logique de la passion (2). C'est en quoi ils ont pu être évalués à leur juste mesure. Mais c'est aussi ce que ne peuvent apprécier les statistiques et les sondages effectués sur les intentions de vote. C'est en quoi ils s'égarèrent inmanquablement (3).

Pour sa part, Michael Moore a su évaluer combien Donald Trump s'était fait le porte-parole de la colère, d'une colère touchant aux confins de la rage d'une grande frange de l'électorat américain s'estimant gravement maltraitée par l'establishment politique, démocrate et républicain tout autant. C'est cet électorat en état d'insurrection qui a fait, pour l'essentiel, la fortune présidentielle de D. Trump. C'est bien aussi cet état de sécession idéologique et politique qu'a su incarner à la perfection le candidat en rupture de ban républicain en donnant le spectacle pesant de son rejet de la *political correctness* et, plus avant, des convenances. De la logique argumentative supposée présider au débat démocratique, de la bonne foi censée faire droit à la vérité la mieux établie et aux faits les plus incontestables, *The Donald* n'en avait cure. Ce qui primait était sa parole, arbitraire et souveraine, celle du *leader* téméraire et emporté, affranchi sans retour de toutes les sujétions imposées par le « Système » (4). Par là, il faisait montre de sa détermination farouche, que rien ni personne, aucun principe ni aucun argument, ne pouvait arrêter, à mettre à bas ce système inique réprouvé par le plus grand nombre.



Autant dire que toutes les inhibitions et toutes les censures qui règlent le débat public étaient levées. C'est ce qui a donné à la campagne de Donald Trump cette allure de carnaval grotesque et qui a valu à sa vedette le qualificatif de clown et de bouffon, parfois même de « parfait imbécile », comme s'en était avisé le spécialiste en stratégie politique qu'est Karl Rove (5). Mais justement ce qui pouvait apparaître comme le dernier effet de la débilité intellectuelle ou du narcissisme pathologique d'un milliardaire se payant la passade d'un moment de réjouissances publiques hautes en couleurs relevait bien au contraire du grand art : l'art d'interpréter, dans les deux acceptions du terme, intellectuelle et théâtrale, la disposition affective dominante de l'électorat américain. Cet électorat dans sa majorité veut la passion, le cynisme, il veut pouvoir jouir d'être américain et qu'être américain soit réservé à sa jouissance exclusive. « *Make America great again* » assone étrangement bien avec « *Make America hate again* » (6) ? Oui, et alors ? Seul comptait que D. Trump moyennant son verbiage outrancier donne le spectacle de la passion débondée et prompt à tous les excès pour se satisfaire. Le spectacle vient d'être plébiscité sous nos yeux et le numéro d'artiste, applaudi des deux mains.

Donald Trump vient en effet d'inaugurer à l'échelle de la première nation du monde l'ère de la politique post-vérité, l'ère aussi du post-conservatisme populiste à tendance autoritaire (*l'orderism*). Mais la politique-spectacle le commande : *the show must go on*. Pour cela, et pour faire sa part au principe de réalité qui aura plus tôt que prévu son mot à dire dans les démêlés des intérêts contradictoires, la passion est d'ores et déjà appelée à changer de régime. De la jouissance mauvaise, particulièrement véhémement dans les affects de détestation et de destruction qu'elle a mobilisés dans la campagne électorale, il s'agira, insinue l'élu, de passer à la concorde sinon à l'amour. C'est ce que requiert le bâtisseur d'avenir que se veut Donald Trump. Sa première déclaration prononcée dans ses habits neufs de 45^e président des États-Unis d'Amérique aura été une déclaration d'amour. « *I love this country!* » Mais les déclarations et les incantations suffiront-elles à satisfaire la passion avivée dont, on ne le sait que trop, le ventre affamé n'a pas d'oreilles ? L'artiste devra faire preuve d'un plus grand talent encore s'il se peut. L'amour sans doute plus que la haine demande de la virtuosité dans son maniement. Plus difficile à causer et délicat à cultiver, il est aussi plus incertain à jouir. La politique des affects ne serait-elle pas vouée à trouver là son point d'achoppement ultime ?

Athènes, le 10 novembre 2016

1 : Sur son blog, « 5 reasons why Trump will win », repris sur « Les blogs » du Huffington Post le 26 juillet 2016 dans « Cinq raisons pour lesquelles Trump va gagner ».

2 : Cf. « Le vote trash de l'électorat américain », [Lacan Quotidien n° 588](#), 15 juin 2016.

3 : C'est l'erreur exemplaire d'un Paul Krugman qui, sur la foi d'estimations dûment chiffrées, tenait la victoire d'Hilary Clinton pour quasiment acquise. Cf. « Feel the Math », *NYT*, 30 mai 2016, « Bad Narratives », *NYT*, 31 mai 2016 et ma chronique, « Le toupet d'un homme politique », parue dans *Lacan Quotidien* n°592, 30 juin 2016.

4 : Cf. « L'avatar de l'ultra-droite », [Lacan Quotidien n° 589](#), 17 juin 2016.

5 : Cf. « Le toupet d'un homme politique », *op. cit.*

6 : Timothy Egan, *NYT*, 22 juillet 2016.



De quoi les images médiatiques sont-elles le nom ?

par Célia Breton

Parce qu'il fallait un visage, ce sera le sien. Après le petit Aylan, devenu porte-parole sans voix de ce que l'on appelle désormais « le drame des réfugiés », c'est au tour d'Omran Daqneesh de tenir le haut de l'affiche pour promouvoir la dénonciation de la violence du (ou des) conflit(s) syrien(s). Cette guerre sans visage en a désormais un : un petit prince que les réseaux sociaux voudraient couronné pour que de la violence naisse un voile d'humanité. Mais au-delà de l'empathie impérieuse, c'est le regard de ce très jeune rescapé des raids aériens qui accroche. « Normalement les petits garçons pleurent », éclaire l'auteur de la photo. Celui-là est sidéré. Il nous retient alors jusqu'à désavouer la maxime de La Rochefoucauld selon laquelle « le soleil ni la mort ne se peuvent regarder fixement ». C'est dorénavant sur la seconde que se braquent tous les yeux jusqu'à ne plus voir l'insensé de la succession de ces icônes dans le viseur médiatique.

C'est un fait, les supports écrits sont en passe de devenir *has been*. Mais l'on en vient alors à se demander ce que le graphisme débusque en chacun de nous pour faire surgir un écho sensible ? Le recours à l'image semble plus systématique que nécessaire. Les photos, vidéos ou caricatures interpellent chaque jour, non sans effet : on fait le choix de les ignorer, les condamner, les décrier ou encore de les créer pour mieux les promouvoir – jamais sans indifférence donc. Les images s'invitent dans notre champ visuel de longue date, mais davantage aujourd'hui, à l'« ère médiatique ». Et si la sidération d'Omran Daqneesh fait mouche à ce point, c'est que l'on peut y reconnaître en retour ce procédé si familier recherché inconsciemment dans la position du spectateur : celui de la rencontre de l'œil et de l'image qui convoque une brèche intime où le temps est comme suspendu. Dans cette sorte d'arrêt sur image énigmatique qui nous imprègne, le regard est absorbé afin de faire surgir la vacuité de l'anesthésie où tout s'efface, pour ne garder que les stigmates d'une trace indélébile laissée sous la forme d'une image, d'une émotion ou d'un souvenir.

Dans ce temps où les repères ne tiennent plus, l'individu s'efface, le sens disparaît et le rien fait place à l'émotion. Ainsi, ne serait-ce pas ce moment si infime mais immuable qui serait tant recherché pour alimenter la quête citoyenne nouvelle ? En 1920, Freud dans « Au delà du principe de plaisir » (1) avait théorisé le schéma de la répétition traumatique. L'image médiatique ne fait visiblement pas exception à ce procédé et la réitération imaginaire se déclinant à l'infini sur les réseaux sociaux porte le nom du voile de la pudeur levé fugacement.

Alors, bien que l'injonction sociétale à soutenir le regard soit presque sadienne, l'opération est aussi individuelle et *aller y voir sans voir* s'inscrit désormais comme nouveau paradigme en réponse à un regard devenu omnivoyeur. Au risque de se faire submerger par une retombée émotionnelle « traumatisante » (2). Espérons seulement que la conclusion ne suive pas celle d'Œdipe et que fermer les yeux par endroits soit suffisant.

1 : Freud S., « Au delà du principe de plaisir » (1920), *Essais de psychanalyse*, Paris, Payot, 1981, p. 73-75

2 : Lacan J., *Le Séminaire*, livre XXI, « Les non-dupes errent », leçon du 12 février 1974, inédit.

Lacan Quotidien

publié par navarin éditeur

INFORME ET REFLÈTE 7 JOURS SUR 7 L'OPINION ÉCLAIRÉE

▪ comité de direction

directeur de la rédaction pierre-gilles guéguen pggueguen@orange.fr

directrice de la publication eve miller-rose eve.navarin@gmail.com

conseiller jacques-alain miller

▪ comité de lecture

anne-charlotte gauthier, pierre-gilles guéguen, catherine lazarus-matet, jacques-alain miller, eve miller-rose, eric zuliani

▪ équipe

édition cécile favreau, luc garcia

diffusion éric zuliani

designers viktor&william francoizel vwfcbzl@gmail.com

technique mark francoizel & olivier ripoll

médiateur patachón valdès patachon.valdes@gmail.com

▪ suivre Lacan Quotidien :

Vous pouvez vous inscrire à la liste de diffusion de *Lacan Quotidien* sur le site lacanquotidien.fr

et suivre sur Twitter [@lacanquotidien](https://twitter.com/lacanquotidien)

▪ ecf-messenger@yahoogroupes.fr ▫ liste d'information des actualités de l'école de la cause freudienne et des acf ▫ responsable : éric zuliani

▪ pipolnews@europsychoanalysis.eu ▫ liste de diffusion de l'eurofédération de psychanalyse ▫ responsable : marie-claude sureau

▪ amp-uqbar@elistas.net ▫ liste de diffusion de l'association mondiale de psychanalyse ▫ responsable : marta davidovich

▪ secretary@amp-nls.org ▫ liste de diffusion de la new lacanian school of psychoanalysis ▫ responsables : Florencia Shanahan et Anne Béraud

▪ EBP-Veredas@yahoogrupos.com.br ▫ uma lista sobre a psicanálise de difusão privada e promovida pela AMP em sintonia com a escola brasileira de psicanálise ▫ moderator : patricia badari ▫ traduction lacan quotidien au brésil : maria do carmo dias batista

• *À l'attention des auteurs*

Les propositions de textes pour une publication dans Lacan Quotidien sont à adresser par mail (pierre-gilles guéguen pggueguen@orange.fr) ou directement sur le site lacanquotidien.fr en cliquant sur "proposez un article",

Sous fichier Word □ Police : Calibri □ Taille des caractères : 12 □ Interligne : 1,15 □

Paragraphe : Justifié □ Notes : à la fin du texte, police 10 •

• *À l'attention des auteurs & éditeurs*

Pour la rubrique Critique de Livres, veuillez adresser vos ouvrages, à NAVARIN

ÉDITEUR, la Rédaction de Lacan Quotidien – 1 rue Huysmans 75006 Paris.