
VINCENT KAUFMANN

L'APPRENTI PRÉSIDENT

On pourrait dire, avec Michael Moore, que c'est de la faute à la chanteuse Gwen Stefani, à en croire l'hypothèse développée par le cinéaste tout au début de son film documentaire de 2018 consacré à Donald Trump, *Fahrenheit 11/9*. Selon Moore, l'actuel président des États-Unis, dont la principale activité professionnelle jusqu'en 2016 était d'être l'animateur d'une téléréalité intitulée « The Apprentice », aurait été fort vexé que Gwen Stefani, engagée comme hôtesse dans l'émission, soit mieux payée que lui. Pour prouver à la chaîne de télévision NBC son immense popularité et lui mettre la pression, il aurait organisé un faux meeting de campagne présidentielle. Compte tenu du succès de son meeting, celui-ci serait devenu vrai, et cela d'autant plus que NBC aurait refusé d'augmenter l'animateur et coproducteur de « The Apprentice ». Si Trump est devenu président, c'est en somme la faute à Gwen Stefani. En fait, il ne voulait pas : il n'y a pas de penthouse à la Maison-Blanche comme dans la Trump Tower, et Washington est une ville de Noirs, sans doute aussi infestée de rats que la voisine Baltimore.

À ma connaissance, l'hypothèse de Michael Moore n'a jamais été confirmée. Très probablement n'est-elle donc pas vraie, mais quand même. Il y a en elle cet effet de vérité propre à la fiction, qui est aussi un effet d'interprétation, ou encore quelque chose de l'ordre du vraisemblable, de ce qui aurait pu être vrai. Michael Moore a parfaitement compris que l'entrée en politique de Trump est une sorte d'accident de la téléréalité, induit par la fondamentale situation de concurrence dans l'économie de l'attention qui fait qu'il faut toujours plus d'attention, qu'il faut y être celui qui en recueille le plus (c'est l'effet Gwen Stefani). Ce qu'il affirme avec l'entrée en matière hilarante de son documentaire, c'est que le « moment Trump » en politique correspond à la fusion définitive de la politique avec la téléréalité ou, en d'autres termes, à la sujétion de la politique à une économie de l'attention et de la visibilité, soit tout aussi bien au spectacle.

Certes, ce n'est pas tout à fait nouveau, et il serait même absurde de prétendre que la politique-spectacle commence avec Trump. Aussi, l'enjeu de l'hypothèse de Michael Moore n'est pas là, pas dans le constat de la spectacularisation de la politique, mais bien dans l'ironique renversement qu'elle opère. L'actuel président des États-Unis, c'est du moins la thèse de Moore, nous oblige à considérer la politique comme une mise en œuvre, parmi d'autres possibles, de l'économie de l'attention et de la visibilité. Et rappelons que cette économie n'a d'autre fin qu'elle-même, qu'elle n'a d'autre but que de (re)produire de la visibilité, de mettre en scène celle-ci comme le souverain bien. Trump n'aurait en somme jamais cherché qu'à devenir encore plus visible, et s'il faut pour cela devenir président, va pour la Maison-Blanche. Avec douze ans de télé-réalité à son actif, il connaît en tout cas admirablement les ressorts de cette économie, bien mieux que l'ensemble de ses adversaires, y compris ceux, très nombreux, qu'il compte dans les médias. Du même coup, il nous oblige à examiner très sérieusement les mécanismes propres à l'économie de l'attention et à prendre acte du changement de perspective tout à fait fondamental qu'elle induit.

Je ferai donc ici l'hypothèse que l'expérience de Trump en tant qu'homme de télé-réalité est beaucoup plus décisive que l'intense activité du même Trump sur Twitter, ou plus exactement que celle-ci n'est qu'un effet de sa maîtrise des principes de l'économie de l'attention, développée avec ses années de télé-réalité. De manière très générale, on a d'ailleurs tendance à oublier, parce que les entreprises de technologie concernées font tout pour cela, que le destin des médias sociaux est lié de part en part à leur capacité d'être performants dans cette économie ou, ainsi que le disent les connaisseurs, à leur capacité à générer du trafic. Et je prolongerai cette hypothèse par une autre : malgré quelques classiques en la matière¹, notre perception de l'économie de l'attention, de ses implications, de ses conséquences et des régimes spectaculaires qui en sont la mise en pratique reste souvent rudimentaire ou, au mieux, « instrumentale ». Nous continuons trop souvent de considérer le spectacle comme un instrument au service d'une intention, par exemple d'un projet ou d'une ambition politique. Pour Guy Debord, à qui on doit

1. Sur l'économie de l'attention, cf. notamment Georg Franck, *Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf*, Munich, Hanser, 1998. Sur la visibilité, cf. Nathalie Heinich, *De la visibilité. Excellence et singularité en régime médiatique*, Paris, Gallimard, 2012. Cf. aussi l'analyse critique de l'économie de l'attention proposée par Yves Citton, *Médiarchie*, Paris, Seuil, 2017, ainsi que par Bruno Patino, *La Civilisation du poisson rouge. Petit traité sur le marché de l'attention*, Paris, Grasset, 2019.

l'invention ou la popularisation du terme, il était ainsi au service de l'idéologie dominante, à savoir un pouvoir capitaliste plus ou moins occulte selon les époques de sa réflexion². Il se peut que le spectacle ait été ce que le capitalisme a voulu nous faire croire, faire et être, mais il n'est pas sûr que ce soit toujours le cas. L'émergence de l'économie de l'attention à partir des années 1990, renforcée un peu plus tard par tous les développements arrivés avec internet, marque un tournant à partir duquel le spectacle est devenu à lui-même sa propre fin, à partir duquel il s'est autonomisé, suivant par conséquent ses propres règles et générant surtout ses propres valeurs, dans tous les sens du terme (ce qui inclut centralement l'attention ou la visibilité comme nouvelle forme de capital).

LE FAUX PENTHOUSE DE LA TRUMP TOWER

9

C'est en tant qu'animateur d'une émission de télé-réalité que Trump fait son apprentissage de futur président. On notera tout d'abord qu'il semble être passé de l'économie « réelle » à l'économie de l'attention à cause de ses déboires et revers en tant que promoteur immobilier. Tout aurait ainsi commencé, en 2004, avec le passage de l'investissement dans la pierre, dont Trump semble avoir maîtrisé les règles très approximativement, à des investissements plus lucratifs dans l'immatérielle économie de la visibilité, qui a d'ailleurs l'avantage de ne pas exclure la pierre, au contraire. « The Apprentice », cette télé-réalité qui met en scène le monde de l'entreprise et qui assigne aux concurrents des tâches de « gestion », ne cesse de promouvoir l'entreprise ou la marque Trump ; elle fonctionne selon la technique du *product placement*, par exemple ses hôtels. Les concurrents doivent vendre des produits Trump, l'émission a lieu dans un penthouse situé dans la Trump Tower, à New York, et enfin les rejets de Trump, qui en tout état de cause font partie de l'entreprise Trump, viennent y jouer les hôtes et les hôtesse de l'émission et occasionnellement y placer leurs propres produits. C'est notamment le cas d'Ivanka Trump, une des filles du président – je signale ce détail parce qu'il est arrivé au président Trump et à son inoubliable conseillère Kellyanne Conway (à laquelle nous devons l'invention des « *alternative facts* » désormais célèbres) de placer les produits de mode d'Ivanka Trump dans des séquences de communication de la Maison-Blanche, avec les drapeaux officiels des États-Unis en arrière-plan, sans parler du fait que

2. *La Société du spectacle*, Paris, Buchet-Chastel, 1967 ; *Commentaires sur la société du spectacle*, Paris, Gallimard, 1988.

la même Ivanka continue de se balader à titre de conseillère privée dans l'entreprise Trump depuis que celle-ci a déménagé à la Maison-Blanche. Trump aura en somme eu le mérite de découvrir l'économie dite de plateforme avant beaucoup d'autres et de comprendre que le moteur en était l'attention qu'il était possible d'y obtenir pour toutes sortes de produits dérivés : ses marques, ses proches, ses maîtresses du moment et, bien entendu, sa propre personne. En tout cas, aucun candidat à la présidence des États-Unis n'a bénéficié pendant plus de douze ans, sur une grande chaîne nationale, d'une bonne centaine d'heures de visibilité par an à des moments de grande écoute, non seulement gratuitement mais en étant payé au prix fort. Pour prendre véritablement la mesure d'un tel phénomène, et donc celle du capital de visibilité engrangé par Trump au moment de sa candidature, il faudrait pouvoir imaginer un Sarkozy ou un Macron animant « On n'est pas couché » pendant douze ans avant d'être candidats à la présidence de la République.

On notera ensuite que, dans « The Apprentice », le penthouse qui tient lieu de cadre de l'émission est un faux penthouse : tout se passe en fait sur le même étage de la Trump Tower. Mais un penthouse, ça en jette, et cela rappelle surtout aux spectateurs qu'on est dans la tour de Trump et qu'il fait ce qu'il veut de ses étages. Ce n'est pas pour rien que, pour la véritable annonce de sa candidature (au moment du faux meeting devenu vrai selon Moore), Trump descendra d'un étage à l'autre de sa tour, au bras de son épouse, en empruntant un énorme escalier (qui cette fois sera apparemment vrai). Je relève ce détail parce que le monde de la télé-réalité, qu'on peut considérer comme le concentré le plus didactique de la façon dont fonctionne l'économie de l'attention (j'y reviens plus loin), est un monde qui relève précisément de ce que Guy Debord appelait « le faux sans réplique ». Tout doit y paraître authentique, et tout y est authentique, c'est-à-dire visible, vérifiable en somme à l'œil nu, au sens où l'est la pornographie, qu'on peut décrire dans ce sens comme l'essence du spectacle, mais tout y est faux, tout y est *scripted reality*, en trompe-l'œil, arrangé de toutes les manières possibles. Les escaliers n'en sont pas, rien n'y a la moindre conséquence ou du moins pas celles qu'on imagine. En hommage à Kellyanne Conway, on dira que la télé-réalité est constituée essentiellement d'*alternative facts*, soit d'une sorte de quasi-réalité alternative qui a ceci de pratique qu'elle se laisse plus facilement arranger que le monde réel.

C'est ainsi, car le ver est dans le fruit, qu'au bout de ses propres années d'apprentissage le magnat de l'immobilier devenu animateur de télé-réalité a pour vocation de *jouer* au président, comme il jouait au juge

ou au procureur dans « The Apprentice ». Plus exactement encore, en tant que président, il a cette profonde affinité avec le faux sans réplique, qu'on peut tout aussi bien définir comme le n'importe quoi. Michael Moore le dit à sa façon en imaginant que le premier meeting de campagne de Trump a été un faux meeting grâce auquel il voulait être augmenté par NBC. On peut ensuite suivre le faux, qui ne s'arrêtera plus, dès ses déclarations le jour où a été inaugurée la présidence, lorsqu'il affirme, contre l'évidence, que jamais il n'y a eu autant de monde à une inauguration présidentielle (c'est à propos de cette affirmation que Kellyanne Conway invente les *alternative facts*). Si Trump opérât toujours dans une télé réalité classique, il y aurait eu des figurants sur la pelouse de Washington pour faire en sorte que son affirmation corresponde à la (télé)réalité. Mais, vu la difficulté de l'entreprise, il a fallu se contenter de répéter le même mensonge sur tous les canaux possibles, avec une préférence pour les réseaux sociaux et la chaîne de télévision Fox News.

11

Les *fake news*, puisque c'est de cela qu'il s'agit, procèdent de cette transformation de la réalité en télé réalité. Elles procèdent d'un ordre du discours qui n'a plus rien à voir avec ce qu'un Michel Foucault a pu décrire autrefois, avec des règles d'accès et de production aboutissant à ce qui va être accepté comme « vérité » par une société donnée à un moment donné de l'histoire³. Elles ne sont soumises à aucune autre règle que celle de l'attention qu'elles suscitent, soit exactement au même critère que n'importe quelle séquence d'une émission de télé réalité. Rappelons que, si l'on s'est mis à distinguer entre *fake news* et mensonges « ordinaires » dans les médias, ou encore entre *fake news* et propagande, c'est d'une part parce que les *fake news* sont profondément liées au fonctionnement de l'économie de l'attention, boostée par les réseaux sociaux. Les premières *fake news* identifiées comme telles ont été produites par de jeunes Macédoniens qui se sont rendu compte qu'ils augmentaient le nombre de visiteurs sur leur site internet – et donc leurs revenus publicitaires – en répétant les mensonges de l'extrême droite américaine, puis en inventant d'autres du même ordre. Et c'est d'autre part parce qu'elles circulent sans que personne en prenne la responsabilité ou, si l'on veut, sans dégâts de réputation, en toute impunité : l'économie de l'attention commence là où disparaît la possibilité de conférer de la responsabilité à une parole, là où s'arrête la dialectique de la vérité et du mensonge, là où règne le faux sans réplique, dirait Debord. Trump l'a parfaitement compris : il a changé d'économie, il se situe dans un monde dans lequel

3. *L'Ordre du discours*, Paris, Gallimard, 1971.

des catégories telles que la vérité et le mensonge n'ont simplement plus cours, un monde dans lequel la seule chose qui compte est le « trafic », l'attention qu'on suscite. C'est pourquoi il peut se permettre plus de vingt mensonges par jour, selon le *Washington Post*, qui en tient le compte précis depuis l'inauguration de sa présidence, quand d'autres politiciens trébuchent sur un seul au cours de leur vie. A-t-on jamais reproché à un participant d'une émission de télé-réalité de mentir ? Cela n'aurait aucun sens.

YOU'RE FIRED

12 Revenons à « The Apprentice ». La chose la plus connue dans l'émission, c'est le rituel « *You're fired* » proféré par l'animateur, qui vient sanctionner l'élimination d'au moins un candidat à chaque épisode. Trump a dû adorer exercer ainsi une fois par semaine son (faux) pouvoir d'exclusion, conformément à la règle de base de toute émission de télé-réalité. Celle-ci est quasi obligatoirement scandée par des renvois en général dramatisés, qu'on définira comme autant d'exécutions symboliques. Il y a deux raisons de qualifier de tels renvois d'exécutions symboliques. D'un côté le terme indique que, dans l'économie de la visibilité, il n'y a pas de vie au-delà de la télé-réalité (le but de tout concurrent est de « durer » le plus longtemps possible et d'engranger ainsi un maximum de visibilité). Et de l'autre il suggère que la télé-réalité participe foncièrement d'une culture de la comparution : vous y êtes toujours en position d'accusé, en position de devoir justifier votre présence, de payer de votre personne pour la visibilité qui vous est conférée, et donc d'être condamné et exécuté lorsque vous échouez à faire vos preuves dans l'économie de la visibilité⁴. En tout cas, il semble bien que l'activité principale de Trump, une fois installé à la Maison-Blanche, ait consisté, du moins au cours des deux premières années de son mandat, à renvoyer le plus de monde possible parmi les membres du gouvernement et ses collaborateurs, souvent d'ailleurs en agrémentant les renvois d'insultes et d'humiliations, comme pour rendre ceux-ci plus conformes aux exigences de la télé-réalité. Le légendaire « *You're fired* » proféré dans le faux penthouse de la Trump Tower aura été repris tel quel à la Maison-Blanche, du coup transformée en scène d'une nouvelle télé-réalité suivie en direct par à peu près toute la planète.

4. Vincent Kaufmann. *Dernières nouvelles du spectacle. Ce que les médias font à la littérature*, Paris, Seuil, 2017, p. 102-105.

Généralisons. Ce n'est pas seulement en renvoyant ministres et collaborateurs à tour de bras, après les avoir mis consciencieusement sur la sellette, en bon animateur, que Trump fait de la Maison-Blanche une réplique de « The Apprentice », mais aussi en pariant de manière beaucoup plus large et systématique sur une logique de l'exécution symbolique, de l'insulte, de l'humiliation et de l'agression, qui fait le sel de toute émission de télé-réalité qui se respecte. Il n'y a pas de bon spectacle sans que quelqu'un en paie réellement le prix, sinon le spectacle manquerait précisément de crédibilité et d'authenticité. Celui-ci est donc fondamentalement une pratique sacrificielle, c'est-à-dire un dispositif validant son authenticité par l'existence implicite ou explicite de bourreaux et de victimes, de sacrificateurs et de victimes sacrificielles⁵. Il tient par conséquent tout entier à sa capacité de produire ou de mettre en scène des exécutions en principe symboliques ou, dans ses versions « adoucies », les insultes, les agressions et les humiliations les plus diverses. Victimes désignées : non seulement le personnel de la Maison-Blanche, mais également tous les adversaires politiques, y compris un certain nombre de chefs d'État étrangers, les médias et bien sûr les minorités en tous genres. Il y a une profonde affinité entre l'impératif sacrificiel auquel est soumise l'économie de l'attention – et plus précisément la quasi-totalité des formats de télé-réalité – et les exécutions symboliques non seulement individuelles mais collectives, ces gâteries dont Trump ne se lasse pas et dont l'autre nom est la stigmatisation raciste. Il est en somme dans l'ADN de la télé-réalité de veiller à ce que la Maison-Blanche reste vraiment blanche, puisque justement le pays tend à ne plus l'être.

13

Le problème, c'est qu'avec le passage du faux penthouse à la présidence il arrive que les exécutions ne soient plus tout à fait symboliques. Ce n'est pas exactement la même chose d'être renvoyé comme ministre ou comme participant à « The Apprentice », même si l'on ne va pas pleurer sur le sort de ceux qui se sont mis au service de Trump. En revanche, on pleure quand les exécutions symboliques et les insultes de Trump à l'encontre de minorités sont relayées par de vrais carnages à mettre sur le compte d'assassins d'extrême droite, à El Paso, Gilroy, Charlottesville et ailleurs. En passant des studios de NBC à la Maison-Blanche, la télé-réalité acquiert une inquiétante plus-value d'authenticité : elle devient un peu trop vraie, un peu trop authentique. Imaginez la jouissance de Trump. Lorsqu'il disait « *You're fired* » dans « The Apprentice », il y avait bien quelqu'un d'humilié, de mort dans l'économie de la visibilité, mais

5. *Ibid.*, p. 119-123.

ce n'était en somme qu'un jeu après lequel la vie pouvait continuer. Maintenant, il peut renvoyer et exclure en grand, par exemple des milliers ou des centaines de milliers d'immigrants, légaux ou non, pour lesquels les conséquences seront dramatiques. Trump, ou la télé réalité passée dans la réalité: le sacrificiel opère désormais à très large échelle, au niveau d'un pays, voire au niveau de la planète, et pour de bon – les Iraniens ne perdent rien pour attendre. Rappelons que les ethnologues ont établi il y a un siècle déjà que le geste qui institue le sacré, c'est un geste de distinction, de séparation – entre ce qui va être (con)sacré et le profane –, et donc un geste d'exclusion⁶. Et René Girard a confirmé ce point avec sa théorie du bouc émissaire⁷. Avec Trump, l'homme qui vient de la télé réalité, la politique se transforme en une pratique sacrificielle, tout simplement parce que *the show must go on*. Ainsi le veut l'économie de l'attention: les insultes, les humiliations, les exclusions, c'est parfaitement nécessaire du point de vue d'une économie de l'attention et de la visibilité parce que c'est quand même ce qu'il y a de plus intéressant à voir. D'ailleurs, si Obama agaçait autant, c'est bien parce qu'il restait toujours poli, parce qu'il n'insultait personne et parce qu'il était incapable de s'en prendre aux minorités.

La télé réalité passée dans la réalité, ou le monde selon Trump, c'est une petite latina de 10 ans, victime parfaite dans le dispositif sacrificiel, qui pleure en direct car on la sépare de ses parents illégalement installés aux États-Unis. Ou bien c'est cette scène étonnante d'un meeting au cours duquel Trump s'en prend pour la seconde fois (au moins) à des élus démocrates notamment musulmanes et fait crier « *Send them back* » à la foule, confiant en somme l'exécution symbolique au public, comme cela se fait très régulièrement dans certains formats de télé réalité. Variante, dans un autre meeting, en Floride: il demande (rhétoriquement) à la foule ce qu'il faut faire des immigrants qui tentent de franchir illégalement la frontière et rit lorsque quelqu'un crie « *Shoot them* ». C'est à nouveau le public en position d'exécuteur, pas toujours symbolique. Plus précisément ici, Trump rit mais s'empresse d'ajouter: « *That's only in the Panhandle you can get away with this stuff* » – « Il n'y a qu'en Floride qu'on peut s'en sortir avec ce truc ». Le « truc », le « *stuff* », qui fait bien rire mais quand même, ne le dites pas trop et seulement en Floride, c'est juste un petit appel au meurtre – les milices privées qui patrouillent à la frontière auront pris note. Et dans le cas du premier meeting évoqué,

6. Marcel Mauss, *Œuvres*, t. 1, *Les Fonctions sociales du sacré*, Paris, Minuit, 1968.

7. *Le Bouc émissaire*, Paris, Grasset, 1982.

si Trump dira par la suite que, lorsque la foule s'est mise à crier « *Send them back* », il a immédiatement repris la parole pour couper court aux clameurs manifestement racistes, les images du meeting montrent au contraire qu'il a patiemment attendu, et avec un plaisir non dissimulé. Je signale ces petits détails pour souligner un trait de caractère de Trump qui, à ma connaissance, passe étrangement inaperçu : son incommensurable lâcheté, observable à tous les niveaux, et notamment dans les relations qu'il entretient avec d'autres chefs d'État, qu'il agresse systématiquement en leur absence, et jamais quand il est en face d'eux. Côté jardin, sûr de son impunité d'animateur de télé-réalité, il insulte, vocifère et stigmatise. Côté cour, lorsqu'il ne peut pas faire autrement que de s'y rendre, il esquive, n'a rien dit, rien fait, joue la connivence et la complicité en réfléchissant sans doute à ses prochaines agressions sur Twitter, qu'on définira comme le média par excellence de l'irresponsabilité et dont le « retweet » est l'emblème. Le propre de Twitter, et des réseaux sociaux en général, c'est que personne n'est responsable des contenus qui y circulent. C'est toujours l'autre qui l'a dit : je ne fais que transmettre, reprendre, je suis un simple passeur. Début août 2019, Trump a par exemple retweeté un message hallucinant (c'est-à-dire complottiste) accusant les Clinton d'avoir organisé le « suicide » de l'homme d'affaires Jeffrey Epstein. Il pourra toujours dire que ce n'est pas lui qui l'a dit, et d'ailleurs tout le monde a déjà oublié ce qu'il a pu suggérer. Cependant, c'est tout sauf une coïncidence si Facebook, Twitter et compagnie sont prêts à tout pour échapper au statut de média, qui les rendrait responsables des contenus circulant sur leurs plateformes. La nouvelle sphère publique qu'ils s'efforcent de nous imposer, si complaisamment « démocratique », mais en fait caractérisée par une irresponsabilité générale évidemment propice aux *fake news*, est ainsi parfaitement ajustée aux exigences de rentabilité de l'économie de l'attention. Plus on y cogne et plus il y a de trafic.

15

HE IS ONE OF US

Résumons : jamais le président d'aucun État n'a réussi à autant occuper les médias, dans tous les sens du terme, c'est-à-dire à y susciter autant d'attention avec ses provocations d'animateur de télé-réalité. L'histoire dira bientôt si une telle stratégie est durable ou si l'apprenti président n'aura été qu'un éphémère apprenti sorcier. Quoi qu'il en soit, il faut bien reconnaître à Trump une sorte de génie de la visibilité, ou du moins une excellente compréhension de la dimension sacrificielle de l'économie

de l'attention, aiguisée au cours de ses douze ans d'apprentissage de la télé réalité. Reste à savoir comment il a pu en arriver là. D'où lui vient son génie de la visibilité ? Pourquoi lui plutôt que d'autres ? Qui faut-il être pour devenir « Trump » ?

La réponse, je voudrais commencer par l'emprunter à David Simon, le réalisateur de *The Wire*, qui restera dans l'histoire de la télévision comme une des plus fabuleuses séries jamais réalisées. Le moins qu'on puisse dire, c'est que celui-ci ne mâche pas ses mots lorsqu'il s'en prend à Trump et à sa « base ». Comme *The Wire* se passait à Baltimore et que David Simon y habite toujours, il a bien entendu été impliqué dans les polémiques autour de la ville, déclenchées fin juillet 2019 par les propos insultants du président. Dans ce contexte, il a notamment décrit Trump dans un tweet comme une « coquille raciste vide ».

16 Une coquille raciste vide : cette expression m'enchanté autant que l'entrée en matière de Michael Moore, parce qu'elle est profondément vraie, pour au moins deux raisons. Tout d'abord parce que Trump est effectivement une coquille vide, une pure apparence ou une pure apparition, une extériorité taillée sur mesure pour ou par le spectacle. Par définition, celui-ci est constitué d'apparences ou d'apparitions, de coquilles vides. Il se passe de l'intériorité de ceux qui y apparaissent, de ce qu'ils sont, et notamment de leur rapport à la parole, à la vérité, au mensonge, au bien ou au mal. À ce titre, le spectacle est fondamentalement pornographique, ainsi que le démontrerait aussi n'importe quelle analyse un peu sérieuse de la télé réalité. Trump transpose en somme la pornographie de la télé réalité dans le registre politique, soit tout aussi bien la pornographie de la pornographie, parce qu'il est une coquille vide, comme le sont également les acteurs et actrices porno, capables de faire ce qu'ils font sans être véritablement là en tant que sujets, ou parce qu'ils sont capables de s'absenter en tant que tels pour devenir de simples agents au service de transactions économique-sexuelles. Est-ce un hasard s'il est arrivé à Trump de fréquenter des actrices porno ? Peut-être est-ce justement parce qu'il est incapable d'être quelqu'un qu'il réussit aussi bien à n'être qu'une apparition dans l'économie de la visibilité, qui est tout aussi bien celle de la pornographie, où tout s'obtient en payant cash, y compris maîtresses et épouses. Qui est Trump, qu'y a-t-il d'authentique et d'aimable dans Trump ? On n'en sait rien, on n'en voit rien, mais nous avons tous en tête ces images d'un ballon à l'image d'un Trump bébé flottant au-dessus de manifestants qui se moquent ou protestent contre lui. C'est cela, Trump : un bébé colérique démesurément gonflé, incapable d'être autre chose qu'un pur principe de demande (« Regardez-moi,

aimez-moi») avec rien dedans, qui paie pour être « aimé » comme il exige d'être payé en soumissions diverses par les autres pour leur conférer un peu de sa richesse (son argent, sa visibilité, son pouvoir).

Qui est Trump, que pense-t-il *vraiment* ? La question se pose notamment à chaque dérapage raciste, avec les uns qui insistent sur le sérieux de ses propos et les autres, dont lui-même, qui prétendent qu'il est tout sauf raciste. Mais au fond peu importe ce qu'il pense vraiment, puisqu'une coquille vide ne pense pas plus que ne le fait un bébé. C'est le propre d'une coquille vide de pouvoir être raciste sans l'être vraiment. Il lui suffit de suggérer, encore et encore, qu'elle l'est peut-être, d'arranger les apparences et les apparitions de façon qu'on puisse le penser. Une coquille ne pense pas, ne parle pas (ou pas vraiment), elle n'est que la chambre d'écho de ce que l'on y projette, de ce qu'on veut bien y entendre. Elle est pareille à ces coquillages dans lesquels on nous faisait croire dans notre enfance qu'on y entendait le bruissement de la mer. Ainsi, dire de Trump qu'il est une coquille raciste vide n'est peut-être pas assez précis. Il faudrait dire qu'il est une coquille, une apparence *au service* du racisme d'environ 40 % des Américains, qu'il dispense du même coup de prendre la responsabilité de ce qu'ils pensent vraiment, comme il s'en est dispensé lui-même – tout cela circule, crée du « trafic », comme sur Twitter et Facebook, dont la santé économique en dépend. Dans le spectacle, il n'y a personne qui pense ni personne qui prend la moindre responsabilité. Il n'y a qu'un animateur qui fait semblant de ne pas être raciste, ou au contraire de l'être, et des spectateurs qui font semblant de (ne pas) comprendre. Et lorsque quelqu'un fait un carton sur les latinos d'El Paso, ce sera la faute à personne, si ce n'est éventuellement celle des politiciens démocrates qui depuis des décennies ne se sont pas donné les moyens d'empêcher les républicains de démanteler les services psychiatriques. C'est en somme de leur faute si tous ces « fous », dont on évite soigneusement de dire qu'ils sont des terroristes domestiques⁸, se promènent dans la rue et ailleurs avec leurs AK-47, comme s'ils étaient de braves citoyens légitimement autorisés à se défendre contre tous ceux, en général pas très blancs, qui les regarderaient de travers.

Pour préciser ce point, je conclurai avec une séquence entrevue à la télévision qui me semble symptomatique de la façon dont fonctionne la coquille vide. Une fois n'est pas coutume, CNN a proposé il y a quelques

17

8. Si on les désignait comme tels, la police fédérale et les tribunaux disposeraient de moyens tout autres pour les empêcher d'agir : peut-être même pourrait-on aller jusqu'à leur interdire de détenir des AK-47.

mois un reportage sur le « terrain », à la rencontre des électeurs de Trump, dans l'État de Virginie-Occidentale, fameux pour sa pauvreté, ses mines de charbon délaissées et ses usines transformées en tas de rouille. Dans ce reportage, la parole est donnée à un mineur sans doute au chômage. Il porte beaucoup d'amertume sur ses frêles épaules, et la casquette rouge des supporters du président sur la tête. Physiquement il pèse environ trois fois moins que Trump, et financièrement autour de dix mille fois moins (mais ce n'est qu'une estimation). Expliquant son choix lors de l'élection de 2016, le mineur conclut avec la formule suivante : « *He is one of us* » – « Il est (un) des nôtres ». Le moins que l'on puisse dire, c'est que cela ne saute pas aux yeux. Mais ce que je retiens de cette séquence, c'est que, de même que Trump évite systématiquement de dire qu'il est raciste tout en suggérant qu'il l'est, le mineur se garde bien de préciser en quoi le président serait « des nôtres » ou de quels « nôtres » il s'agit, comme si cela allait sans dire, ou parce que cela va beaucoup mieux quand on ne le dit pas. Petite coquille vide qu'on se passe de main en main, en silence, derrière les vociférations de bébé, tu as bien travaillé.

R É S U M É

Cet article examine ce que la « politique » de Donald Trump doit à sa très bonne connaissance des ressorts de l'économie de l'attention, assimilés pendant douze longues années au cours desquelles sa principale activité professionnelle a consisté à animer une émission de télé-réalité (« The Apprentice »). D'où son titre : « L'apprenti président », ou comment Trump a transformé la Maison-Blanche en la scène d'une gigantesque émission de télé-réalité, placée comme il se doit sous le signe du sacrificiel. Comment celle-ci lui permet de se détacher de tout ce qui lierait la politique à une dialectique du mensonge et de la vérité. Et comment enfin elle fait de lui une pure apparition, une pure extériorité, une coquille vide propice à toutes les sirènes racistes.