

Pierre Mendès France et la communication gouvernementale

“Dire la vérité” et “Gouverner c’est choisir”. Deux formules les plus attachées au souvenir de Pierre Mendès France plus de vingt ans après sa disparition et cinquante ans après son investiture de Président du Conseil, le 18 juin 1954, pour seulement sept mois et demi. Deux formules assez fortes pour proposer une autre vision de la politique durant plus d’un demi-siècle, car elles suffisent à définir les principes vertueux d’une communication gouvernementale.

Dans la quête d’une “méthode” de délibération collective, “Gouverner c’est choisir” viennent comme les premiers mots “Pour un meilleur débat public”¹. Un gouvernement, toute autorité publique, ne peut informer les citoyens et les appeler au dialogue sans l’effort préalable de formuler son projet, ses choix, d’en connaître le réalisme et d’en retenir les priorités. Choisir, savoir ce que l’on a à dire. Une règle assignée à la parole publique est que son émetteur soit au clair avec lui-même, s’il veut établir avec le citoyen récepteur une relation de confiance, puis rendre audible, lisible son message.

Au cours des Trente Glorieuses, l’avenir paraît maîtrisable. Le Plan est un réducteur d’incertitude qui aide à défricher des voies d’optimisation. Avec les crises, les désordres et les éclatements de nos sociétés complexes, l’avenir se brouille. Plus que le “gouverner c’est prévoir”, s’impose progressivement un “gouverner c’est prévenir”, à la fois faire savoir et anticiper. Informer et faire participer. Partager des objectifs et des contraintes. Etre associé non seulement au “quoi”, mais aussi au “comment” choisir.

Cette exigence du choix, kantienne et aussi keynésienne, est au cœur de la méthode mendésiste, qui repose sur une double éthique de la responsabilité et de la discussion. Dire la vérité s’inscrit tout naturellement dans une action publique exercée “communication comprise” et dans la volonté d’une participation civique.

Choisir et dire la vérité

D’abord, faire connaître ses certitudes, ne pas occulter les raisons de douter. “La France peut supporter la vérité”, tel est le titre de l’interview sur lequel s’ouvrait, le 16 mai 1953, le premier numéro de l’Express créé, autour de Jean-Jacques Servan-Schreiber, François Giroud, Pierre Vianson-Ponté et Léone Nora, pour préparer et accompagner l’arrivée au pouvoir de PMF. Ses propos résultent du diagnostic, tiré de ses échanges avec les milieux économiques, syndicaux, intellectuels, universitaires de la société civile, dont les députés ont toujours eu la primeur, respect de la représentation nationale oblige. Ils préfigurent ceux qu’il tiendra dans ses discours programmes des mois de juin 1953 et 1954.

Ensuite, Pierre Mendès France voit dans le déclin de la participation citoyenne des menaces pour l’intérêt général et un champ libre laissé aux intérêts particuliers. Le discours prononcé en 1955 à Evreux (La crise de la démocratie) relève que “c’est une faute grave, pour un

Après de très brefs passages au gouvernement et sept mois et demi de présidence du Conseil, Pierre Mendès France laisse un souvenir marqué par son exigence démocratique, la sincérité de sa démarche et deux formules sobres : “gouverner c’est choisir” et “dire la vérité”. Sa communication, partie intégrante de son action, dépourvue d’artifices, préfigure un mode de dialogue avec l’opinion d’une efficace modernité.

Cinquante ans après son investiture, le 18 juin 1954, avec un avenir moins maîtrisable, des sociétés plus complexes et le rôle accru des médias, les communications gouvernementales peuvent-elles retenir les critères de PMF, de clarté des engagements et d’authenticité de la parole publique, qui s’adresse à chaque citoyen ?

RENCONTRE-HOMMAGE DU 16 JUIN 2004

Contribution de Pierre Zémor

Communication Publique.

suscitent les analyses superficielles ou les promesses faciles.

Au-delà de la croyance en cette possibilité, envisagée par Turgot ou Condorcet, de l’étude scientifique de la société pour en dissiper les malentendus, PMF craint les passions. Son réflexe instinctif vise la démagogie. Il a une révolte pour la propagande. Il avertit sur les illusions de la démocratie d’opinion, qui seront au nombre des raisons de sa condamnation des institutions de la Vème République. Il a l’intuition des risques que font encourir à la politique les dérives du spectacle des médias.

Avocat de profession et de comportement, il ne peut accepter qu’à un dossier complet, instruit pour la réflexion et pour le débat contradictoire, se substitue une information d’un raccourci trompeur ou les suggestions d’une image.

Les médias “dans son esprit, doivent avoir un rôle pédagogique et civique qui complète celui de l’école”..., de la famille, des associations. Si, avec la radio, il a recours à un média de masse, il tient à s’adresser à chaque citoyen, qu’il veut convaincre individuellement et non séduire collectivement. Il aurait probablement usé de la télévision, sans en abuser et en refusant que des règles imposées par les médias ou que leurs mises en scène ne dénaturent la posture d’un homme d’Etat ou ne caricaturent les situations de l’action politique.

La retenue, voire la méfiance, que Pierre Mendès France affiche à l’égard des manifestations de l’affect ne l’empêchent cependant, ni de solliciter l’adhésion populaire, qui constitue la force d’une démocratie, ni de rechercher la relation avec le citoyen, ce lien de confiance qu’il place à la base du contrat démocratique.

Pourquoi PMF dénierait-il ce que la sincérité de sa démarche peut avoir de séduisant ? Il admet mal la place occupée par le désir ou les émotions dans l’économie et plus encore dans l’exercice politique. Peut-être accepte-t-il, sous réserve d’une pratique authentique de la communication, de reconnaître la part de séduction, utilement pédagogique, que revendique Cicéron dans sa rhétorique du “Discours de l’orateur”?

Porteur d’un message des dignités liées du personnage politique et du citoyen, il ne peut qu’accepter sa popularité. Il est en effet le seul président du Conseil dont l’IFOP mesure une satisfaction de l’opinion autour de 60 %, quelques vingt points environ au-dessus de tout autre entre 1946 et 1958.

citoyen, de ne pas tenir son rôle, de ne pas remplir son obligation sociale...Je suis partisan du vote obligatoire, avec pénalité à l’égard des déserteurs du devoir civique...”

Dans le “choisir” de PMF se trouve aussi une invite “à se dégager des comportements irrationnels, ... [aux hommes à forger] eux-mêmes leur destin”. François Stasse² y voit le souhait d’une maîtrise collective et aussi le “primat de la raison individuelle sur la sociologie des passions”. Il met en évidence un mélange méthodologique de modération et d’obstination. La vigueur de conviction est au service d’une démarche pédagogique. Sa procédure de communication entend lutter contre ces mouvements d’opinion, populaires mais éphémères, que

Une passion raisonnée

Support de projections positives et d'identification, il se refuse néanmoins à prendre en compte ces passions, qui agitent le débat public, ou encore à tenter de les rationaliser vers des compromis sociaux, alors qu'il craint de les voir abandonnées aux jeux du "théâtre médiatique". Peu enclin à laisser libre cours à l'imagination ou aux fantasmes, il n'a de rage que de convaincre, de combattre l'indifférence ou la défiance a priori.

La vérité est pour Mendès France une passion raisonnée. Dans "La vérité guidait leurs pas"³, il affirme que le devoir de vérité du responsable politique est une condition de la démocratie, qui n'a rien à voir avec une quelconque police des consciences² à dérive totalitaire. La vérité paraît pour lui plus une approche qu'un contenu. Il ne croit pas à la vérité d'un savoir transcendant que l'Etat imposerait à tous. Il sait que la vérité, que recherche la justice, se construit dans des débats contradictoires arbitrés par les lois de l'intérêt général.

Il milite pour la révélation de cette vérité. Elle doit être exposée au regard de chacun et partagée. "La conséquence de la politique continue de dissimulation est tragique", dit-il analysant la crise de la démocratie. "N'incarnant plus la volonté consciente et réfléchie du pays, l'Etat a perdu progressivement le fondement de son autorité." Un mur d'incompréhension et de méfiance s'élève entre les citoyens et les pouvoirs publics.

Sans l'écoute de la société, de ses préoccupations concrètes, de ses espoirs et de ses peurs, le lien interpersonnel avec le citoyen ne peut être rétabli. L'auteur de la "République moderne" veut, avant que l'expression ne soit galvaudée, une relation de proximité. Un lien le plus direct possible entre l'élus et l'électeur, grâce au scrutin uninominal de circonscription, qui rapproche alors que le mode proportionnel dilue la responsabilité dans un quasi-anonymat. Sa réponse au désenchantement démocratique est de réhabiliter la politique et de multiplier les occasions d'impliquer les citoyens.

Cette passion de PMF de "dire la vérité", intimement mêlée à celle de convaincre, vient, selon Claude Cheysson, d'un désir presque physique de s'expliquer avec l'opinion... Et en temps réel : "Dans un instant je vais quitter mon bureau au quai d'Orsay pour prendre l'avion qui m'amène à Genève. J'y rencontrerai ce soir le ministre des Affaires étrangères de l'URSS, Monsieur Molotov", dit-il le 10 juillet 1954, avant d'associer le citoyen à cette rencontre internationale qui devait mettre fin à la guerre d'Indochine. Il dit ce qu'il fait, parce qu'il a engagé sa parole. Il dit aussi ce qu'il doit taire, et pourquoi, dans une négociation. "Je crois que c'est l'une de mes tâches d'expliquer à l'opinion la signification et la portée de nos actes". Pour élucider le non-dit, développer l'information ou réduire l'incertitude, il fixe un prochain rendez-vous.

Parler en toute simplicité

La semaine suivante : "Je vous parle de cette villa sur le lac de Genève. J'ai demandé à mes interlocuteurs de bien vouloir m'excuser quelques minutes pour venir vous parler. Car chaque Français doit savoir quelles auraient été les raisons de la réussite ou, par malheur, les causes de l'échec. Quant à moi, d'être venu près de vous un instant, à l'heure du dîner qui vous réunit autour de la table familiale, après la semaine, ses travaux, ses soucis, ses inquiétudes, oui, d'être venu ce soir près de vous, juste un instant, me donnera plus puissamment encore la conviction que je parle en votre nom à tous." Cette intrusion familière dans l'intimité du dîner, si elle n'était radiophonique, pourrait faire penser aux visites de Valéry Giscard d'Estaing. Mendès France ne recherche pas une complicité facile, ni avec les gens, ni avec les journalistes. Il entend faire participer aux exercices les plus délicats du pouvoir. Il en retire d'ailleurs une légitimité renforcée.

Les fins de communication de l'action gouvernementale de Pierre Mendès France sont de tirer le citoyen et le débat public vers le haut.

D'où ses "Causeries du Samedi" : "Mon intention est de m'adresser à vous régulièrement, pour vous parler en toute simplicité et vous tenir au courant de ce que fait et de ce que pense le Gouvernement". Ou bien : "Vous à qui je m'adresse, ne dites pas "nous n'y comprenons rien, car ces problèmes sont trop techniques", ce n'est pas vrai". Ce registre du "parler vrai" sera celui de Michel Rocard, notamment lorsqu'il affiche en 1987 son intention d'exercer le pouvoir "en reconnaissant la complexité des choses et en faisant appel à la lucidité des gens".

Inspiré d'une pratique expérimentée par F.D. Roosevelt, ce rituel d'un entretien avec les Français, que voudra reprendre Laurent Fabius, n'est-il qu'un procédé promotionnel d'information ? Une certaine candeur spontanée de l'expression mendésienne permet d'écarter cette thèse, avancée par des publicitaires prompts à requalifier des penchants naturels en produits de leur art.

S'il est avéré que la communication de PMF est bonne, c'est parce qu'elle fait partie intégrante de sa stratégie politique, comme du comportement de son auteur. Il n'envisage pas de modalités communicationnelles autonomes, dissociées de l'action publique. La valorisation de son rôle a une place restreinte. La manipulation est exclue.

Une authenticité engagée

La sortie de l'Express n'est opération de communication que dérivée d'une activité éditoriale engagée, d'une action militante. Marcel Bleustein-Blanchet, fondateur de Publicis, n'apporte amicalement que des conseils de pure forme ou de modalités pratiques et qui se moulent respectueusement dans l'intention politique. Il serait juste saugrenu d'imaginer Mendès France concédant de se prêter à la création d'un "concept facilement consommable" par l'opinion. Si PMF s'intéresse aux premiers sondages, c'est avec la curiosité d'une connaissance rationnelle des opinions, certainement pas pour modifier son plan d'action gouvernemental. L'effet symbolique délibéré de la distribution des verres de lait dans les écoles n'est qu'un moyen, étranger au marketing, à l'appui d'une "grande cause". Une expérience pédagogique dans la lutte contre l'alcoolisme. Il n'accepte pas que le média supplante le message. Sa critique des médias ne porte d'ailleurs que sur les usages qui encouragent la passivité, plutôt qu'ils favorisent une implication active des gens.

Rappelons-nous, avec François Stasse², que Mendès France préfère la vertu au service du bien commun d'un Montesquieu à la subordination des fins aux moyens d'un Machiavel. Certains, plus pessimistes ou méprisants de la nature humaine, diront qu'ainsi il n'était pas fait pour gouverner durablement. Pourtant, en peu de temps, il n'a pu fortement marquer notre mémoire que parce que notre société reste en attente d'être gouvernée autrement.

Plus inspiré par la III^{ème} République que par la V^{ème}, il a donné l'impression de vouloir combiner la démocratie parlementaire avec des éléments de démocratie directe. Mais il laisse plutôt l'héritage d'une profonde aspiration vers une démocratie représentative plus participative pour des citoyens mieux éclairés et acteurs de la république.

Claire dans ses engagements et responsable, authentique et respectueuse de chacun, la communication gouvernementale de PMF a été un trop bref moment de maïeutique pour l'intelligence collective et l'intérêt général.

Pierre Zémor

Conseiller d'Etat

Président de Communication Publique

1) Pierre Zémor, Presses de Sciences-Po, 2003

2) François Stasse, L'Héritage de Mendès France, Seuil, 2004

3) Gallimard, 1976