



ÉLECTIONS 2012

ÉCONOMIE & SOCIÉTÉ

LES ECONOMISTES DE PROJECT SYNDICATE

ENTREPRISES & MARCHÉS

ENTREPRENEUR

LE CERCLE +

ÉLECTIONS 2012

ÉLECTIONS 2012 : PRÉSIDENTIELLE

11/06/2012 | Pierre Zémor | Présidentielle | Lu 398 fois | aucun commentaire

La régression de la communication politique est-elle inéluctable ?

LE CERCLE. A chaque élection présidentielle on se prend à rêver d'un grand moment de démocratie, d'échanges approfondis sur les choix essentiels et sur l'art de gouverner. On déchant. La tournure de la campagne à la mi-janvier a confirmé que les engagements sérieux sur l'exercice du pouvoir disparaissent sous les recettes de la conquête du pouvoir.

Il y a eu certes de louables efforts de la part des médias, les analyses comparées des propositions des candidats, des moments de radio instructifs ou des confrontations télévisées qui ont contribué à la qualité du débat public, sauf lorsque que l'animateur, en quête d'un scoop, laissait s'installer une polémique de style archaïque, juste destinée à brouiller le propos de l'adversaire.

On a découvert ou redécouvert des personnalités, des postures concurrentes. On a entendu l'énonciation vigoureuse de valeurs, puis des formules lapidaires, des slogans, des petites phrases. Les images et les lapsus ont été commentés. Tout cela a retenu l'attention distraite, amusée parfois, d'un public par ailleurs inquiet et préoccupé. Surtout, on a communiqué sur la communication à la grande satisfaction de quelques spécialistes es-pub ou des exégètes de la nuée des sondages.

Dans les périodes éloignées du scrutin, le spectacle et les jeux de rôle de personnalités habiles à occuper le devant de la scène séduisent les opinions, essentiellement le marais des indifférents et durant 48 à 72 heures. Les sondages enregistrent ces mouvements qui, sans être des intentions de vote, se mêlent aux convictions arrêtées ou aux sympathies de toutes natures. Des tacticiens de la communication font se succéder les "bons coups" et multiplient les annonces pour ancrer ces opinions flottantes en suffrages probables.

Or, tant que le Conseil Constitutionnel n'a pas publié la liste des candidats, cinq semaines avant le premier tour, on connaît mal les intentions de vote. Confondues avec les préférences de candidatures de la période précédente, elles se forment lentement. Les instituts se dispensent d'analyses plus fines - trop coûteuses pour les médias - en invoquant la volatilité, puis la lassitude de l'électorat.

C'est le règne de la publicité comparative, de la "com", des conseillers spin doctors. Le simplisme devient une force : «gagner, voir ensuite». Les promesses floues encourageront de conduire par la suite une action publique promotionnelle, de faire des lois d'affichage, de poursuivre la campagne électorale durant l'exercice du pouvoir... tout un quinquennat.

Avec l'idéologie de l'électeur consommateur de politique et du traitement de la demande sociale par le marketing, la démocratie représentative perd de vue qu'elle a le devoir d'associer les citoyens à l'élaboration de l'offre politique. La tentation démagogique laisse peu de place à la pédagogie et à la discussion des projets. Les candidats doivent, dans le temps court de l'instantanéité médiatique accélérée par l'immédiateté numérique, faire entendre l'essentiel de leur offre et de leur démarche pour gouverner dans le temps long.

L'efficacité des messages dépend alors de la qualité de la relation nouée avec les citoyens. Une relation de confiance ne se construit pas à-la-va-vite. Depuis la nuit des temps politiques, la parole publique est reçue comme mensongère, le discours comme compensatoire d'une incapacité, la communication comme un substitut à l'action. Pour «gouverner communication comprise», le défi est de prendre le temps de l'échange, du partage de l'information, comme a su le faire Pierre Mendès France, quelques mois. Le débat public a pour vertu de rapprocher les attentes extensives des gouvernés et les possibilités limitées des gouvernants.

La courte vue de la démocratie d'opinion a privé cette campagne de plus de moments de concertation. Espérons que l'exercice du pouvoir par un Président "normal" favorisera un peu mieux des pratiques participatives dans le fonctionnement de nos institutions.

ÉCRIT PAR

Pierre Zémor
Président d'honneur
fondateur
Communication
publique



VOIR SON
PROFIL >

À LIRE ÉGALEMENT



François Charles
Et pourquoi pas cette fois-ci une mobilisation de la Droite au second tour ?



Fondation Robert Schuman
1er tour des élections législatives françaises : décryptage



Jean-Yves Queneudec
Les candidats aux législatives 2012 sous surveillance financière



Robert Bourbon
Les bonnes raisons d'intérêt général pour une cohabitation