

LA DÉMOCRATIE A BESOIN D'UNE AUTRE COMMUNICATION POLITIQUE

Pierre Zémor, conseiller d'État honoraire, président d'honneur fondateur de Communication publique

Ascruter la nuit des temps de l'humanité, la communication apparaît être le liant de la socialisation. La politique – se grouper, organiser le collectif, réunir la cité, faire société – repose sur le partage et l'échange d'informations. Communication, politique : redondantes, indissociables!

Séparer politique et communication est contre nature dans une démocratie.

Écriture, graphisme, signes et symboles ont longtemps été des attributs des pouvoirs. Progrès techniques de la transmission et de la diffusion des connaissances, journalisme, multiplication des modes d'expression et numérisation des données de l'ensemble de la planète ont banalisé et ouvert à tous de vastes usages de communication.

Un monde en soi

Promotions publicitaires et émotions nées du spectaculaire ont conféré une évidente efficacité pour formuler des messages, mettre en scène des images et susciter des opinions. Par de tels succès, la communication a acquis une autonomie instrumentale. Elle est devenue un monde en soi et étend son empire aux territoires du savoir, du commerce, de tout domaine d'activité et bien entendu de la politique.

Dans un premier temps, la démocratie a tiré bénéfice du plus large accès à l'information, comme de la mesure – par sondages et instruments du marketing – des attentes des citoyens. Ceux-ci ont vu s'amplifier leurs libertés d'expression, notamment via internet et les réseaux sociaux.

Mais de graves déviations ont jalonné l'extension d'une com' simpliste, dont des savoir-faire professionnels ont poussé leurs avantages vers la caricature du réel, jusqu'à sa fabrication artificielle.

La médiatisation réduit les contenus. Le déni de complexité gagne les milieux experts. Mensonges, manipulations et détournements de pouvoir prolifèrent. Les fameux *spin doctors* entendent dicter leurs stratégies aux dirigeants. Ils séduisent les journalistes et se font complices d'agendas imposés aux gouvernants.

L'instantanéité médiatique, boostée par le numérique, met le décideur sous la pression de l'actualité, en constante situation critique. Son image et sa crédibilité sont en question. Face aux crises, profondes et durables – financières, économiques, sociales, écologiques, culturelles – on réagit selon les vraisemblances des rumeurs. La défiance entrave les approches sereines en quête de vérités partagées.

Les savoir-faire d'une com' simpliste ont poussé leurs avantages vers la caricature du réel, jusqu'à sa fabrication artificielle.

Campagne permanente

La com' prend alors la place des actes et croit pouvoir régir la politique. Hormis un pseudo-marketing, qui emprunte pour les conquêtes électorales les méthodes propres à la distribution des produits de consommation, il n'existe pas une communication politique apte à éclairer les choix essentiels de l'exercice ardu du pouvoir. La com' n'incite qu'à promettre, à être en campagne permanente. Peu à peu, la démocratie dite d'opinion ou de fausses démocraties directes remplacent les analyses sérieuses par des slogans, puis les slogans par des injonctions...

Aujourd'hui gouverner, c'est prévenir : aller au-devant et faire-part. Prévention et prévenance! .../...

Comment répondre aux anxiétés quotidiennes et à l'angoisse de l'avenir? Est-il imaginable – sans trop donner dans l'utopie ou la naïveté – de libérer la communication politique de ses pratiques de com'? Une communication d'une autre nature serait bienvenue pour contribuer progressivement à revivifier la démocratie.

Une telle communication, authentique, attachée à la compréhension des gens, serait susceptible de gagner durablement leur confiance. Et avec eux d'anticiper, en dissipant le nuage de l'immédiateté qui occulte l'horizon politique!

Manifeste pour une renaissance communicationnelle

Une sorte de manifeste pour une renaissance communicationnelle peut prendre la forme d'un appel aux politiques et dirigeants, aux médias et journalistes, aux citoyens et aux associations, aux universitaires, aux philosophes... Ce texte dit que séparer politique et communication est contre nature dans une démocratie. Disjointe, la com' en altère l'exercice.

Appel aux politiques et dirigeants, médias et journalistes, citoyens et associations, universitaires, philosophes,...

Les représentants élus des citoyens se satisfont-ils de n'être qu'en... représentation devant l'opinion publique? L'idéologie, qui s'en tient à la forme et écrase la mémoire collective, conduit à l'atrophie du sens. L'enjeu est civique et culturel.

La communication d'une démocratie moderne doit souscrire à des impératifs : relations authentiques pérennes avec les gens, responsabilité des contenus de l'information, aptitude à prévenir. Mieux répondre aux attentes des citoyens suppose de les associer à définir l'offre politique.

Prévention et prévenance

Dans nos sociétés complexes, ouvertes aux vents mondiaux, il devient difficile de prévoir et de choisir. Aujourd'hui gouverner, c'est prévenir : tout à la fois aller au-devant et faire-part. Prévention et prévenance! La clé de la communication politique est d'anticiper, de rassurer une société inquiète.

Nous devons trouver quelques espoirs sur des chemins à défricher et à mieux emprunter. Outre la mise à disposition des informations, la critique, les consultations et le dialogue social, il est urgent de greffer à tous les niveaux de décision,

et surtout au niveau parlementaire, des pratiques participatives – concertation, négociation et débat public – pour valider la parole publique et ressourcer la légitimité de la démocratie représentative.

Greffer au niveau parlementaire des pratiques participatives pour ressourcer la légitimité de la démocratie représentative.

Il n'y a pas d'avenir dans l'effacement auquel invite le réductionnisme de la com'. Un État ou des pouvoirs se doivent d'être manifestes, d'autant plus qu'ils sont conduits à être modestes. Plus les marges de manœuvre sont étroites, plus les acteurs publics doivent prendre la parole au plus près de leurs actes. Avoir l'initiative du commentaire et expliquer pour donner à l'action publique une transparence proche des préoccupations quotidiennes des gens.

C'est un enjeu pour les démocraties, malmenées qu'elles sont par les extrémistes, les fondamentalistes et les terroristes, qui s'avèrent les meilleurs praticiens et grands bénéficiaires de la com'.

Les demandes économiques, sociales, culturelles, sociétales sont intimement liées à des attentes d'autres modes de communication.

Les responsables politiques ne prennent pas assez conscience de ce que les demandes économiques, sociales, culturelles, sociétales sont intimement liées à des attentes d'autres modes de communication.

Relever le défi de gouverner communication comprise, requiert des changements d'habitudes et de comportements, à opérer de surcroît sans garantie de bénéfices immédiats... Il faut donc un certain courage. ■

« Pour une autre communication politique »

Contact : pierre.zemor@wanadoo.fr