

Publié sur *EurActiv* (<http://www.euractiv.fr>)

URL source: <http://www.euractiv.fr/societe-information/pour-sortir-de-la-crise-une-vrai-analysis-530755>

# Pour sortir de la crise: une vraie communication politique ?

Publié: 27 septembre 2013 Mis à jour: 01 octobre 2013

Alors que les élections se préparent, l'UE est moins populaire que jamais. La communication publicitaire centralisée n'est pas la réponse. Il faut consulter, dialoguer et donc communiquer à tous les niveaux, avance **Pierre Zémor**, ancien conseiller de Michel Rocard.

Il est utile de rappeler une évidence. Aussi loin que l'on scrute la nuit des temps de l'humanité, la communication est le liant de la socialisation. La naissance de la politique - se grouper, organiser le collectif, faire cité et faire société – repose sur le partage et l'échange d'informations. Parler de communication politique devrait relever du pléonasme.

L'écriture, le graphisme, les signes et l'usage des symboles ont longtemps été les attributs des seuls pouvoirs. Les savoir-faire communicationnels des scribes égyptiens, des calligraphes d'Asie, des clergés de toutes les croyances étaient mis au service d'instances régaliennes.

Puis, la diffusion des connaissances, les progrès techniques des transmissions, le journalisme et les médias, la multiplication des modes d'expression, comme la numérisation des données de l'ensemble la planète, ont peu à peu ouvert l'accès aux divers modes de communication à tous, avec des usages banalisés pour le meilleur et pour le pire.

La communication est aujourd'hui un monde en soi, qui proclame son aptitude à tout faire. Elle a divorcé du politique. Elle a pris une autonomie instrumentale vis-à-vis des domaines du savoir, du commerce, de toute activité humaine et de la politique. Dans la société de consommation, son efficacité professionnelle s'est imposée par l'utilisation des supports d'information, la formulation des messages, l'élaboration des images, l'analyse des opinions.

Les démocraties ont, dans un premier temps, tiré profit de ce large accès à l'information, comme de la mesure des attentes des citoyens usagers de la chose publique, par enquêtes, sondages et formes perfectionnées du marketing. Les citoyens aussi ont trouvé de nouvelles libertés d'expression, qui aujourd'hui veulent s'épanouir sur internet et sur les réseaux sociaux.

Mais insensiblement, une déviation s'est opérée sous les effets réducteurs des promotions de nature publicitaire et de la valorisation émotionnelle des images. Cela pouvait satisfaire les objectifs de communication des secteurs concurrentiels de la grande distribution, mais pas la diffusion de l'information d'intérêt général. On se rallie maintenant au critère du spectaculaire. Le déni de la complexité gagne les médias professionnels et les milieux intellectuels. La communication pousse les avantages de ses savoir-faire jusqu'à la caricature. L'hypocrisie d'un journalisme, prétendant à la pureté de l'information face à la montée d'une communication sans scrupule, contribue au dialogue de sourds entre manipulations de l'info et tentatives d'une

communication publique authentique.

Ne sont pas reconnus les efforts – accompagnés depuis un quart de siècle par l'association Communication publique et ses relais européens feacp ou EuroPCom - des institutions publiques qui mettent les données publiques à disposition des usagers, dialoguent avec eux et rendent transparentes leurs procédures... Intérêt général ou pas, tout est jeté dans la corbeille, une garbage can, de la com'.

La situation est bien plus alarmante dans le domaine de la communication politique. Celle-ci s'en tient à un marketing sommaire, justifié sur les courtes périodes de concurrence électorale, mais totalement inapte à éclairer le moyen terme et à accompagner sereinement l'exercice du pouvoir. Au règne de la com', spin doctors et mensonges participent à des détournements de pouvoir. Des gourous dictent aux acteurs responsables des stratégies simplistes et, avides de pouvoir, se substituent à eux au prétexte de leur incapacité à communiquer...

D'ailleurs ces néo-communicants, avec des larmes de crocodiles, se penchent au chevet des démocraties malmenées par les extrémismes et absolutismes, les délinquances et les terrorismes, qui sont, eux, les meilleurs praticiens et bénéficiaires de la com'.

On assiste à une double crise de la communication politique. De manière endogène, l'instantanéité médiatique, puis numérique met le responsable de la décision sous la pression de l'actualité, en constante communication de crise, où son image et sa crédibilité sont remises en question. De surcroît l'immédiateté prive l'information de la valeur ajoutée professionnelle du recoupement et de la qualification des données. On réagit à la vraisemblance de la rumeur, avant de connaître les faits avérés et leur analyse responsable pour rétablir la confiance.

De surcroît, la communication doit surtout relever les défis exogènes des crises graves et durables, financières, économiques, sociales, écologiques, donc culturelles. Les registres de la promotion douce ou de l'injonction directive ne sont plus opérants. Pour rassurer à court terme les opinions, ils gagnent en force et en slogans simplistes. Ce sont ces caricatures de communication, puis "le viol des foules" qu'ont expérimentés des régimes totalitaires tel que nous relate Jung Chang.

Est-il encore temps, pour répondre aux inquiétudes quotidiennes et à l'anxiété de l'avenir, de ne pas se laisser glisser sur cette pente dangereuse ? Autrement dit, est-il imaginable que la communication puisse contribuer à revivifier la démocratie ?

Oui, à la condition ambitieuse – mais dans la responsabilité des gouvernants - de développer enfin une communication politique, d'écoute, en quête de la compréhension des gens, susceptible de rétablir la relation, de gagner durablement leur confiance et capable, en échappant à la dictature de l'immédiateté, d'anticiper pour éclairer les choix. Une telle communication politique n'existe pas encore. Les méthodes de marketing, propres à la consommation des produits, l'ont fourvoyée à seulement connaître les attentes des citoyens, plutôt qu'à les associer à la définition de l'offre politique.

Au-delà de la mise à disposition des informations, des consultations et du dialogue social durant l'exercice du pouvoir, il est urgent de greffer à tous les niveaux de décision, et surtout au niveau parlementaire, des pratiques participatives – concertation et débat public - pour valider

l'authenticité de la parole publique et conforter la légitimité de la démocratie représentative.

Face à une idéologie communicationnelle qui pousse à l'atrophie du sens, l'enjeu est de nature culturelle. C'est un défi de civilisation.