

SOMMAIRE / RESUME

Pour une autre communication politique.

PRÉAMBULE : Politique et communication sont naturellement imbriquées.

- ▶ **Dissocier politique et communication est contre nature pour une démocratie.**
Communiquer : essentiel dans un régime démocratique. Mais celui-ci est menacé si la communication dégénère en com' hors des finalités politiques.

ALERTE : La com' altère l'exercice de la démocratie

- ▶ **Une com' à tout faire**
Autonome à l'égard de la politique, l'indépendance instrumentale d'une pseudo communication privilégie la forme, dissuade le fond et la mémoire.
- ▶ **Les déviances d'une communication politicienne**
La communication, plus politicienne que politique, a les effets réducteurs de la propagande, de l'évènementiel, du spectaculaire, ... de la représentation !
- ▶ **Le déni de complexité**
La communication politique paye le prix fort d'être simpliste. Acteurs et médiateurs sont mis dans un même sac et jugés inaptes à donner du temps à l'art compliqué de gouverner.
- ▶ **L'empire de la com'**
Une emprise s'est installée. À partir d'un mimétisme du néo-marketing des stratégies concurrentielles, la com' ne sert que la conquête du pouvoir. Elle est une menace pour l'indépendance de l'information.
- ▶ **Une communication réductrice, fort peu utile à la politique**
La com' est inapte à accompagner l'exercice du pouvoir. Effets d'annonce, personnalisation, promesses mensongères, pusillanimité des acteurs, lois phagocytées par la promotion... provoquent des dérives de la démocratie.
- ▶ **Deux avatars de démocratie**
La démocratie dite d'opinion a le vent en poupe et ce modèle réduit du peuple propose une représentativité qui, hic et nunc, caricature les attentes. Quant à la démocratie directe ? À petites doses... et après concertation.
- ▶ **Et alors... un défi ?**
Le défi est culturel : la démocratie représentative ne se satisfait pas de la com', qui induit la lassitude des gouvernés et la perte de crédibilité et de légitimité de ceux à qui on a donné des pouvoirs.

IMPÉRATIFS : Des conditions pour la communication d'une démocratie moderne

- ▶ **Construire l'offre politique avec la société civile.**
Gouverner avec l'opinion n'est plus seulement savoir prévoir ou savoir choisir. De plus en plus, gouverner avec la société, c'est savoir prévenir.
- ▶ **Prévenir, registre essentiel de la communication politique**
Prévenir, prendre les devants et alerter – prévention et prévenance. Informer ne suffit plus. Communiquer autrement, avec des médias rendant compte de la réalité. Des gouvernants qui garantissent la transparence des procédures et sachent démontrer les rares nécessités du non-dit.

- ▶ **Une relation d'authenticité avec les gens**
Dire la vérité, soumise au débat. Valeur éthique, pédagogique, l'authenticité implique une relation, pérenne et prête au dialogue, avec les citoyens.
- ▶ **La responsabilité des contenus de l'information**
Fiabilité, clarté des informations, de la parole publique, des valeurs ajoutées des médias. La libre expression et la responsabilité des émetteurs dans le foisonnement numérique et la concentration financière des médias.
- ▶ **Une course contre la montre...**
Espoir ténu face à l'invasion de la com'. Accepter l'étalement des progrès.

ESPOIRS : Chemins à défricher et à emprunter

- ▶ **Souscrire au dessein du vivre ensemble**
Mise à disposition des informations, recherche d'un langage commun, temps obtenus pour l'écoute et la conviction, pour l'échange et la tolérance.
- ▶ **Pratiquer l'information et la communication partagées**
Partager l'information sur les chemins de la décision, avec une participation citoyenne moins balbutiante. Revivifier notre démocratie, trop marquée par l'histoire institutionnelle d'une information transcendante et descendante. Ne pas laisser se ralentir le mouvement vertueux de la décentralisation.
- ▶ **Parier sur moyen et long terme**
Mieux informer les citoyens et les associer à la construction des offres politiques : un travail de longue haleine, l'impératif d'explications et de discussions sur les actions menées. Et dire la vérité, dire la complexité des choses, dans les médias et surtout hors médias. Parler aux gens.
- ▶ **Encourager partout des pratiques participatives**
Une utile panoplie de modalités de participation du public existe, face aux hésitations des processus décisionnels. Développer ces démarches pour stimuler et valider l'authenticité de la parole publique.
- ▶ **Rénover le débat public parlementaire**
La démocratie représentative s'efface durant la maturation des processus complexes de décision... Expériences et proposition d'un comité organisant le débat public pour le Parlement. Le peuple devrait être mieux représenté !
- ▶ **Accepter un ambitieux cahier des charges**
Face à l'atrophie du sens, la communication politique doit changer de nature, dire l'intérêt général et contribuer à régénérer la démocratie.
- ▶ **Être à la hauteur d'un enjeu de société**
Besoin d'une renaissance de la communication, de la considération du long terme, de l'expertise d'usage, des initiatives locales,... Quelques espoirs !
Comprendre que les demandes économiques, sociales, culturelles, sociétales sont liées à la pratique d'autres modes de communication.

APPEL - Ce manifeste peut être considéré comme un appel

aux politiques, au monde de la communication, aux rédacteurs et journalistes, aux citoyens, associations, fondations, aux universitaires et chercheurs.

Un appel pour une intelligence collective créatrice, apte à accepter controverses et compromis sur le bien commun et tolérante des droits et des devoirs du vivre ensemble... par respect du peuple.

Pour une autre communication politique

authentique dans une relation empathique avec la société.

Une communication qui pourrait servir la démocratie
plutôt que laisser la com' en saper les fondements.

PRÉAMBULE - Politique et communication sont naturellement imbriquées.

Elles le sont intimement.

Prenons un exemple trivial. Une catastrophe ferroviaire s'est produite. Le ministre des transports se rend immédiatement sur les lieux, auprès des victimes. Il veut exprimer la solidarité du gouvernement. Est-ce un réflexe politique naturel ? Ou une figure de communication imposée ? Les deux ! Si on analyse tous les commentaires, impossible d'écarter, soit la politique, soit la communication.

La question inversée, mais en fait identique, se pose lorsque le maire d'une commune gravement envahie par les eaux stigmatise l'attitude du ministre de l'intérieur. Celui-ci n'a pas pris le temps de venir sur place constater les dégâts ! Une honte de privilégier la tenue à Paris d'une réunion de crise sur ces inondations ! Dans son agenda, a-t-il fait le choix de l'efficacité politique ? Ou bien a-t-il raté une occasion de communication événementielle de proximité ? Ça se discute...

Dans quelle catégorie ranger les messages émis et reçus ? Comment juger: acte politique ou posture de communication ?

Peut-on satisfaire les exigences contradictoires des médias ? Quel dosage pour bien communiquer la politique, sans laisser penser que la com' guide l'action publique ?

On peut à l'infini soupeser, soit l'effectivité d'un acte, soit sa portée symbolique, on revient à un truisme sous forme de conseil : toujours lier intimement politique et communication !

Aussi loin que l'on scrute la nuit des temps de l'humanité, **l'évidence de la communication** s'impose. Elle est le lien qui rapproche deux êtres. Elle est le liant de la socialisation. Selon l'étymologie sanscrite de munus - nourriture, provisions, munitions - la communication alimente le langage commun. Qui sert à expliquer ou à tromper. Mercure est à la fois le messenger des dieux et le dieu des voleurs... Même lorsqu'elle véhicule la haine, la communication maintient la relation qu'elle détériore.

Attachée à la pulsion de vie – on communique comme on respire ! - la quête de langages communs est une loi permanente de l'humanité.

Porteuse de civilisation ou de barbarie².

Et la politique ?

¹ **À ce manifeste sont associées des préconisations de personnalités de tous horizons.**

² Le projet de communiquer relève, pour Kant, d'un principe subjectif universel et la philosophie de la communication de la synthèse entre les philosophies des usages, théorique et pratique, de la raison.

La politique est née des nécessités de se grouper, d'organiser le collectif, de bâtir la cité en un lieu de rencontre, puis de faire société. Ces constructions humaines reposent sur des partages et des échanges d'informations. Accords et désaccords mis en commun.

Oui, politique et communication liées. Les deux faces d'une même médaille.

► **Dissocier politique et communication est contre nature pour une démocratie.**

La création de signes, l'écriture, le graphisme, l'usage des symboles, les formes de langage ont de tous temps marqué des avancées de l'humanité.

Des instruments accaparés par les pouvoirs... Peut-être n'importe comment... Au service d'une recherche de popularité et d'adhésion. Ou afin de réduire la protestation et de faire face aux critiques, à la contestation.

La diffusion des connaissances, les progrès techniques de l'édition et des transmissions, le récit, la nouvelle colportée, le journalisme, la gazette, la presse, puis la foisonnante diversification des médias, l'invention de modes d'expression, la mutation des supports et des techniques audiovisuelles, comme aujourd'hui la numérisation des données de l'ensemble de la planète, ont ouvert **de larges usages à la communication.**

Des usages qui se banalisent **pour le meilleur et pour le pire**³ !

Communiquer est bien sûr essentiel dans un régime démocratique. Est confirmée la liberté de parole. Est fait au plus grand nombre la promesse d'être informé. D'être un peu écouté. Voire d'espérer être, d'une manière ou d'une autre, associé à l'exercice du pouvoir.

Mais la démocratie est menacée dès lors que la communication dégénère en com' et parvient à s'imposer dans l'irrespect des finalités de la politique.

ALERTE : La com' altère l'exercice de la démocratie

► **Une com' à tout faire.**

Oui, alerte : la communication est devenue un monde en soi. Elle a pris **une autonomie à l'égard de la politique.** Elle peut lui imposer des règles exogènes. Elle en vient à proclamer une aptitude à traiter de tout... et à sa manière. Elle s'avère inopérante dans la réalité de la société⁴

Terminé le rôle modeste, d'être un soutien, proche et loyal, nécessaire aux relations interpersonnelles, comme aux relations publiques.

Foin d'accompagner les actes d'une parole simplement ajustée à l'humble écoute de l'autre ou de la société. Peu de respect des souhaits des acteurs !

Jalouse, la com' étouffe les actes, car ce sont eux qui sont sensés parler le plus fort. Elle régurgite, dans des sucs mitonnés à l'avance, les intentions et les propos des émetteurs responsables. Elle use de la fausse raison d'État...

Est oubliée la vocation de la communication, d'être la contrepartie de la réflexion et de l'action. À l'instar de la monnaie, qui cherche la confiance pour être la contrepartie de l'économie, hormis – certes ! - les tentations et les dérapages de la spéculation... Les libertés alors prises avec le dire vrai.

³ « La fièvre de la com' : beaucoup de mousse avec peu de savon... » *Le Canard enchaîné*, 4.11.2015.

⁴ « Curieux alliage que la com', technique et symbolique, elle est distante du social, des différences, des contradictions, donc des transformations réelles » (Jean-Marie Charpentier, AFCI)

La communication a en effet pris **une indépendance instrumentale** vis-à-vis des domaines du savoir, du commerce, de toute activité humaine et bien sûr de la politique. Son efficacité, méthodique et technique, s'est imposée par l'utilisation des supports d'information, par la simplicité de la formulation des messages, par la captation et l'élaboration des images, par l'analyse des opinions, par les formes abrégées de pseudo-débats publics.

Elle n'hésite pas à **privilégier la forme sur le fond**. Elle fait de ses moyens une fin en soi. Une forme peu patiente, ni de la résolution des contradictions de la société, ni de la subtile construction des intérêts collectifs.

Certes, la démocratie a, dans un premier temps, tiré bénéfice du large accès à l'information, comme de la mesure - par enquêtes, sondages et diverses formes de marketing - des attentes des citoyens.

Eux aussi ont amplifié leurs libertés d'expression, plus que jamais par l'Internet. Avec les multiples usages du numérique et le développement des réseaux sociaux. Quoi que nous ayons à dire, nous sommes tous devenus des émetteurs d'informations. Et désormais, dans leurs diversités, les opinions publiques sont incontournables actrices du jeu politique⁵.

Toutefois, la concentration capitaliste des grands acteurs du numérique vient accentuer les menaces sur les libertés éditoriales... Difficile vigilance !

► **Les déviances d'une communication politicienne**

À l'aune des attentes suscitées, la déception est grande. Nous sommes emportés par **une communication, plus politicienne que politique**.

Ce glissement s'est opéré insensiblement. Sous **les effets réducteurs** des succès **de la propagande publicitaire**. Adaptée à la distribution de masse des productions de la révolution industrielle et à la société de consommation. L'influence du mode de la promotion s'est manifestée, partout. Omniprésente aussi, l'emprise émotionnelle des images.

La diffusion de l'information obéit désormais aux critères⁶ **de l'évènementiel et du spectaculaire**. En dépit du déplaisir des journalistes... De ceux qui s'arquent-boutent sur une illusoire pureté de l'information.

La connivence entre publicité et médias - surtout sur les écrans des téléviseurs, des tablettes ou des smartphones - pousse à sélectionner la formule brève - dite petite phrase - ou l'inattendue photo-choc.

Analyse, questionnement, réflexion doivent impérativement s'inscrire dans les trois minutes accordées à l'expertise d'un sachant ou à la responsabilité des décideurs interrogés.

Des voies s'ouvrent aussi à la désinformation. À l'inadvertance ou l'oubli, s'ajoute le mensonge fabriqué délibéré des *fake news*.

⁵ En démocratie, transparence et ouverture à tous, sont les maîtres mots d'une communication idéal-typique. Habermas a montré que l'émergence de la démocratie moderne est liée au développement d'une opinion publique, née en particulier dans les salons du XVIII^e siècle. Les moyens modernes de communication ont favorisé la démocratisation de nos sociétés, ainsi que la prise de conscience par le plus grand nombre des débats qui les traversent, selon Pippa Norris (*The Virtuous Circle* / P-E Guigo). L'histoire de la démocratisation s'est fondée sur l'évolution des moyens d'information et de communication. C'est le développement de la rhétorique qui permet à la démocratie athénienne de devenir réalité. C'est la Révolution qui aussi se prépare par la circulation de l'écrit, avant et tout au long du XVIII^e siècle.

⁶ Bien dénoncés par Umberto Eco.

Imaginons le sort qu'aurait pu connaître la "petite phrase" du futur Henri IV : « Paris vaut bien une messe »... reprise au journal de 20 heures. Mieux, dans un flash de BFM TV, qui aurait obtenu une vidéo du Prince en route vers la capitale.

Un journaliste l'aurait interrogé sur ses faibles chances de pacifier une cohabitation entre catholiques et protestants. Il lui aurait demandé de commenter le sondage selon lequel était massivement rejetée l'idée de voir accéder au trône de France un protestant, qui plus est renégat de sa propre foi.

Bien que prévenu par Duplessis-Mornay⁷, Henri de Navarre est perplexe... La formule, qu'il avait confiée négligemment à son entourage, ne devait être promise qu'à une exégèse différée, une fois le pouvoir approché... Au fur et à mesure de la lente mise en œuvre d'une stratégie encore à préciser. Il n'aurait pas aimé subir un effet com', destructeur de sa politique ! La formule n'avait pas à être aussi vite médiatisée !

À l'inverse, l'intuition stratégique de Gaulle est satisfaite que soit diffusée la formule ambivalente : « Je vous ai compris ! »

Au cours des évolutions de la communication, le temps s'est trouvé de plus en plus parcimonieusement accordé au contenu de l'information politique.

En revanche, il s'est largement ouvert aux manœuvres politiciennes. Aux rivalités, traitées sur le registre du sport. De la course hippique, dont les sondages disent le tiercé gagnant !

► **Le déni de complexité**

La communication-promotion baisse les bras devant la complexité des choses et du monde. Elle dénie l'intérêt à débrouiller la réalité qui ne s'en tient pas à un essentiel superficiel. Qui ne se laisse pas enfermer dans un slogan à faire rêver. L'inclination, à ne plus voir en face les vérités compliquées, gagne la plupart des observateurs, les médias, les spécialistes, même les plus professionnels. Les milieux intellectuels sont aussi atteints de réductionnisme.

Les experts, décideurs et gouvernants, ne voient plus d'avantages à détenir l'information, dès lors qu'ils ont perdu la capacité d'être les seuls à la faire connaître... progressivement, parfois complètement, mais à leur bon escient.

Politiques et médias n'assument plus la responsabilité d'une valeur ajoutée, qui éclairerait les informations brutes sélectionnées. On se borne à diffuser...

Alors, **la communication politique paye le prix fort d'être simpliste.**

Les politiques ont emboîté ce faux pas⁸. Dangereusement irresponsable pour l'avenir de la démocratie... les représentants figurants en représentation !

⁷ Duplessis-Mornay, ami d'Henri IV, lui dit qu'à partir de son accession au trône « la France entière et l'Europe vont avoir les yeux fixés sur Votre Majesté » et lui conseille de « composer tellement votre vie et vos actions que non seulement le public n'y trouve rien à reprendre, mais encore tout à louer » (cité par J. Orieux, *Catherine de Médicis*).

⁸ On attribue à la communication, en tant que moyen, un rôle bien plus grand qu'il ne l'est dans la réalité. Depuis les travaux de Paul Lazarsfeld, on sait que l'influence réelle de la communication est difficile à mesurer, mais qu'elle n'est ni massive, ni directe. La recherche scientifique n'atteint que difficilement les représentations communes et le cadrage communicationnel s'est peu à peu imposé comme la lecture dominante de nos activités et de la politique en particulier. Les politiques en sont en partie responsables lorsqu'ils attendent un effet souverain des médias. Ils sont donc toujours soucieux d'acquiescer - et parfois à quel prix - tous les moyens existants pour mieux s'adresser à l'opinion.

Une opinion assez répandue jette la communication politique, comme les médias, dans le même panier – pour ne pas dire la même poubelle, la *garbage can* américaine. Mêlée aux scoops peu fiables, aux informations mensongères et aux données manipulées.

Pour les gens, dans le monde de la com', se côtoient – et aussi s'y tutoient - élus, gouvernants et journalistes.

Inaptes à accorder du temps à l'art compliqué de gouverner, **acteurs et médiateurs dans un même sac...** Avec la menace d'y croupir.

► *L'empire de la com'*

Une emprise s'est installée. Le règne de la com', avec ses spin-doctors et ses gourous, autorise des détournements de pouvoir. Des néo-communicants poussent les avantages de leurs savoir-faire jusqu'à la caricature. Ils dictent aux acteurs publics des apparences de stratégies⁹. Peu préoccupés de responsabilité collective, ils se substituent à eux. Et ironie, ils les accusent d'incapacité à convaincre ! Forcément, dans le langage réducteur qu'ils proposent à la politique, en prenant les citoyens pour des gogos.

D'ailleurs, avec des larmes de crocodiles, ces apprentis sorciers se penchent au chevet des démocraties, de plus en plus malmenées par les extrémismes et les absolutismes, par les délinquances et les terrorismes.

Or c'est là que se nichent de très bons praticiens et les meilleurs bénéficiaires de la com'.

Les régimes aux penchants totalitaires peuvent en effet se satisfaire de la caricature. Ils manipulent l'information, plus encore aujourd'hui sur les supports numériques. Pour étendre leur influence et tenter de s'attribuer le succédané de la légitimité populaire dont ils ont besoin¹⁰.

Dès lors, mal conseillée pour guider sa communication, la politique, n'a recouru qu'à des principes ou des recettes, immédiatement accessibles, tirés des savoir-faire éprouvés de la publicité des produits de la grande distribution.

Mimétisme d'un néo-marketing des stratégies concurrentielles des grandes et petites entreprises ! Certes, l'idée d'augmenter sa part de marché peut convenir, **pour la conquête du pouvoir**, le temps d'une campagne électorale.

⁹ Figure emblématique des bons professionnels de la com', Jacques Séguéla illustre que la logorrhée publicitaire et – s'il le faut – un peu de manipulation dispensent le consultant d'écouter la société pour conseiller la politique. Il est catégorique sur l'affichage qui s'impose à vous, même s'il y a lieu de revoir le "cahier des charges" de votre action, voire d'ajuster votre stratégie politique à la belle publicité proposée.

¹⁰ La pire des dictatures, si elle veut survivre a besoin de faire croire à une légitimité quel que soit la forme du régime exercé. Il lui faut au moins l'apparence d'une popularité. Même la coercition la plus forte nécessite la recherche de compensations dans l'opinion. Aucun pouvoir ne peut reposer uniquement et durablement exclusivement sur la force.

La célèbre formule attribuée à Caligula: "peu importe qu'ils m'aiment pourvu qu'ils me craignent" semble affirmer le contraire. « En réalité, cet empereur romain fut d'abord très populaire. C'est à partir du moment où il devint l'objet de critiques que son pouvoir se mit à fondre... Des régimes aussi puissants que les totalitarismes furent de très gros consommateurs de propagande. Car la force est à double tranchant, elle peut écraser une révolte, mais elle peut aussi renforcer des convictions des opposants et, par victimisation, les propager. Au contraire, la séduction politique n'engendre pas ce risque. Dans une certaine mesure, elle peut parvenir à saper les espoirs d'opposants lorsqu'ils voient un régime honni revêtir des apparences populaires.» (Pierre-Emmanuel Guigo)

Les pratiques militantes ancestrales - du tract, du slogan, du meeting, du porte à porte - n'ont d'ailleurs pas attendu que les publicitaires s'en inspirent et revendent des savoir-faire analogues, professionnellement améliorés, bien emballés et ficelés avec des faveurs roses ou bleues¹¹.

Ces usages ne sont pas pertinents pour conduire un pays. Traiter le bien commun et la politique comme des marchandises nuit à vie collective.

L'actualité dénonce les risques d'imaginer un civisme consumériste. Des achats de voix viendraient compléter les achats d'espace... et les affichages du style publicité commerciale ou publicité comparative. On encouragerait à ne plus se préoccuper des arbitrages opérés au nom de l'intérêt général... Les compromissions feraient perdre de vue la recherche transparente des compromis destinés à éviter que la société n'explose. Graves menaces donc sur tous nos efforts, déjà incertains, pour améliorer notre vivre ensemble !

L'expérience a confirmé que les promesses des discours ne font pas une place réaliste à l'utilité publique ou au bien commun. La pub valorise des candidats. Sans garantie sur leurs capacités à exercer le pouvoir.

Les politiques, enclins à changer de registre devant les difficultés du pouvoir, ont mal vu le danger. D'autant qu'on a cru pouvoir applaudir à la naissance d'une communication politique...

En fait une com' bâtarde, électorale, politicienne !

Alors, une prise de conscience ?

► **Une communication réductrice, fort peu utile à la politique**

La communication politique est aujourd'hui **inapte à accompagner l'exercice du pouvoir**. En l'état actuel, seulement adaptée à l'exercice relativement simple de la conquête du pouvoir, la communication s'est avérée incapable, jusqu'à présent et notamment dans des situations de crise profonde, d'aider les gouvernants à maintenir ou rétablir une relation avec les citoyens. Pour expliquer le présent et envisager l'avenir avec eux.

Comment est-on arrivé à cette situation dramatique ?

C'est d'abord par la confusion regrettable entre la facilité d'une séduction immédiate, qui conduit à abuser de **la personnalisation**, et l'engagement durable d'une conviction. Ce registre-ci implique à la fois des relations de confiance, des explications permanentes, des discussions approfondies¹², qui sont souvent difficiles devant l'impatience des médias.

¹¹ De jeunes chercheurs bostoniens découvrent l'intérêt de la vente au porte-à-porte. Ils décident d'en faire un business et de proposer la démarche aux partis politiques, en ignorant ou en feignant d'ignorer des pratiques militantes bien antérieures...

¹² D'une manière générale la diffusion des informations, loin de la pédagogie, privilégie le caractère spectaculaire. D'ailleurs pour stimuler des ventes, on n'hésite pas à recourir au populisme, qui vient dénoncer pêle-mêle une classe politique corrompue, incapable et hautaine. Cette spirale du cynisme (Joseph Cappella) est aussi renforcée par l'attitude de certains leaders politiques.

L'heure paraît faire l'apologie de figures telle que celle de Jacques Pilhan et aussi du cynisme politique. Ce qui compte ici, n'est pas tant de construire un rapport de confiance avec les électeurs, mais d'arriver à les éblouir un instant, même si la relation devient intenable par la suite. C'est ce qu'a brillamment illustré, par exemple, Nicolas Sarkozy. L'actualité médiatisée montre bien les errements de de communication de nos politiques.

Heureusement, le processus n'est pas complet et n'aboutit pas à la liquidation complète des convictions politiques au profit du marketing. Il est d'ailleurs moins abouti en France que dans d'autres pays occidentaux, comme les États-Unis ou la Grande-Bretagne, en raison notamment de la législation.

Les prurits de la com' ont laissé croire que des messages politiques, à base de slogans et de promesses, étaient susceptibles d'accompagner l'exercice du pouvoir. Un ancien Président de la République le croyait, au point qu'il a pu déclarer, étant ministre de l'Intérieur : « La communication doit précéder l'action... S'il le faut, la communication peut remplacer l'action »¹³.

Alors croyance dans **les effets d'annonce** ? Comme dans la tentation d'éluder la complexité d'une action qu'on ne maîtrise pas...

Peut-on durablement faire l'économie de pratiquer une information complète et permanente, faible en démagogie et forte en pédagogie ? De rendre compte des actions possibles, même en deçà d'objectifs souhaités ? D'ouvrir la discussion et d'accepter l'évaluation ? Combien de gouvernants aimeraient secrètement répondre à ces questions de manière positive, mais ... « Voyons, ce n'est électoralement – donc politiquement – pas payant ! »

La politique est aussi pénalisée par l'absence d'imagination des consultants professionnels. Elle subit la pression commerciale médiatique du court terme et du spectaculaire. C'est surtout le manque de courage et **la pusillanimité des acteurs** qui sont en cause. Aussi leur lucidité, car s'ils communiquent assez bien en tant que candidats, ils s'avèrent être piètres communicants pour les actions qu'ils mènent, une fois parvenus au pouvoir.

Or prétendre parvenir au pouvoir, sans expliquer ce que l'on fera pour gouverner et faire évoluer la société, constitue **une promesse mensongère**.

S'est ainsi renforcé le sentiment, déjà fort répandu, d'une classe politique mue par l'accès à un certain statut... Attirée par des avantages personnels, plus que par l'accomplissement d'une mission ou par des devoirs.

Dérives de la démocratie ! La méprise et les facilités illusoire, s'agissant de la nature de la communication, ont conduit les gouvernants - et les médias encore plus - à **se penser constamment en campagne électorale**.

Au registre de l'engagement à tenir, respectivement dans l'immédiat et dans la durée, se substitue celui de l'annonce politicienne.

D'ailleurs, les projets de lois, laborieusement adoptés, puis dépourvus de décrets ou des conditions de leur application, sont devenus monnaie courante. Promesses ? Un texte peut aussi être voté en urgence, pour tout de suite s'afficher en réponse à un défi de l'actualité, à la dramatisation d'un fait divers ou à un mauvais sondage. **La loi est peu à peu phagocytée par la com'.**

Les lois de 1986 et de janvier 1990 sur le financement de la vie politique et la tenue des comptes de campagne a mis en place un cordon sanitaire. Mais elle fait l'objet d'assauts récurrents des publicitaires.

On pourrait avancer qu'il n'y a rien de nouveau dans cette prégnance de la propagande. Mais l'historien constate que les démocraties sombrent lorsque le spectaculaire l'emporte.

« La République romaine se noie dans l'accaparement de tels moyens de communication par les imperators au 1^{er} siècle avant Jésus-Christ. La République romaine avait jusque-là réussi à endiguer la personnalisation, quitte à favoriser les médiocres. Elle ne peut, face à l'expansion territoriale et donc à la valorisation du pouvoir militaire, lutter contre le renforcement du pouvoir des généraux. Ceux-ci bénéficient désormais d'une popularité sans égale, véhiculée par une savante mise en scène reposant sur des éléments traditionnels (triumphes, édilités) et sur l'emploi de nouvelles formules comme la sacralisation des individus. Sylla est par exemple assimilé à Vénus Felix, César à Venus Genitrix. Les généraux préparent la divinisation dont seront crédités les futurs empereurs.

La communication se trouve ainsi profondément déséquilibrée. L'information n'est plus diffuse au sein de la société, mais accaparée par quelques individus. Elle est personnalisée et valorise les leaders.

Le déclin de ces modèles politiques, forts différents d'ailleurs, ne s'explique pas uniquement par la communication. De multiples éléments rentrent en compte comme l'expansion territoriale, la prise de pouvoir personnel par des moyens militaires. Mais les effets d'une communication démocratique subvertie par la com' vont favoriser la déstabilisation du régime. » (Pierre-Emmanuel Guigo)

¹³ Nicolas Sarkozy, fin 2005, devant des cadres du ministère de l'Intérieur et d'organismes associés.

► Deux avatars de démocratie

Un ersatz de communication politique s'est profilé. Il s'est même installé : **la démocratie dite d'opinion a le vent en poupe**. Elle offre une manière de résoudre le problème - revigorer la démocratie - en évitant de se poser les bonnes questions ! Cette menace, initialement élitiste, a bénéficié de la complicité des élites et s'est amplifiée avec l'apparition des réseaux sociaux. Elle a pris une allure plus populaire. Plus people, si ce n'est populiste.

Plutôt que d'être, de temps en temps, à la merci imprécise de citoyens qui votent – de moins en moins d'ailleurs, n'est-il pas plus commode d'interroger à l'envi, avec une batterie de sondages, **un modèle réduit du peuple** ?

L'échantillon ad hoc : brochette d'experts, pincée d'élus de la majorité, de l'opposition, piment de formations marginales, zest de dirigeants de grandes entreprises ou de PME dites exemplaires, voire d'institutions publiques et naturellement des journalistes bien spécialisés, saupoudrés d'internautes... Les médias télévisés excellent à réunir de tels panels de personnalités – un peu toujours les mêmes, audimat oblige ! – pour traiter, au gré de l'actualité, d'un acte du gouvernement, de l'avenir d'une découverte, des suites d'une catastrophe, d'une menace sanitaire ou d'une question de société.

Il s'agit d'une tentative assez facile pour stabiliser **une représentativité**. Accepter l'hypothèse d'une opinion globale, **en simplifiant les attentes**, qui risqueraient de monter en provenance de la société civile.

Même si, sur telle ou telle question, aucun temps n'a été accordé auparavant pour faire un état des lieux, si aucune mémoire n'est sollicitée sur le sujet, si on ne sait pas précisément dire quelles sont les dispositions actuellement en vigueur, la gouvernance – une dissémination du politique en gestion, pour Habermas et Rosanvallon - ne doit pas être prise au dépourvu.

Une solution nouvelle, **hic et nunc** ! Table rase et perte de mémoire : on repart à zéro et on veut croire à un coup de baguette magique. Le politique est sommé de réagir aux impatiences du micro ou de la caméra. Pas de temps pour les trop lentes instructions. Justement, un sondage vient éluder la complexité et arbitrer au plus vite entre les points de vue - à peine examinés - des experts. Leurs propositions sont maintenant mêlées aux avis qui déferlent sur des forums ou sur des blogs. Qui papillonnent sous forme de tweets.

D'ailleurs par intuition, les politiques – personnalités et partis - se sont vite munis de leur blog, puis de leurs pages Facebook. Et ils tweetent à l'envi. Doit-on se plaindre de ces ouvertures digitales à une communication... en quête de légitimité ?

Partout, des débats fusent. Est-ce **une démocratie directe en gestation** ?

Des instants exceptionnels de démocratie directe paraissent possibles. À l'expresse condition de ne pas réduire la volonté populaire aux réponses de questionnements simplistes. Il faut d'abord en parler avec des proches, dans le quartier ou dans le pays. S'enquérir des choix, des modalités d'application...

Aussi sur les réseaux numériques. Bien que souvent Internet semble générer, plus facilement des critiques – quand ce n'est pas l'invective ou une expression violente – qu'un dialogue calme et constructif.

Difficile alors de greffer durablement, sur la préparation sereine d'une décision, les synthèses de tous ces apports, venus d'échanges spontanés, voire inopinés.

En l'absence d'un débat sérieux, offrant des garanties de transparence du processus décisionnel, d'indépendance des acteurs et de clarté des fins de la consultation, un référendum équivaut à un sondage biaisé. Il donne, le plus souvent, une réponse à côté de la question posée ou est dévoyé en plébiscite.

Donc **la démocratie directe, à petites doses... et après de larges concertations.**

► Et alors... un défi ?

Serions-nous condamnés à nous satisfaire de la com' au rabais ? Pour certains - profondément peu démocrates – à s'y complaire,

Le défi est culturel. Car enfin, si son fonctionnement inspire peu de respect, **la démocratie représentative** mérite, en l'améliorant constamment, d'être sauvegardée. Existence des mandats des citoyens... même égarés par des annonces improbables. Ils veulent un Président de la République, un Gouvernement, un Parlement et des élus territoriaux, qui portent leurs volontés. Ils veulent être représentés. Et d'ailleurs, savoir comment ils le sont.

Pour rendre compte aux électeurs – peut-être aussi pour intéresser les abstentionnistes ou réveiller les indifférents - et pour accompagner le difficile exercice du pouvoir, on ne peut **pas se satisfaire de la com'**. Communication politique au rabais, elle ne respecte pas la diversité des identités culturelles. Elle est essentiellement marquée par la valorisation des acteurs, par le court terme de l'actualité et l'agenda des médias. N'est-il pas malsain que le pouvoir médiatique prenne le pas sur les souhaits des électeurs. Sauf à considérer que les journalistes sont de meilleurs porte-parole de l'opinion que les élus et que les élus sont sur le point de démissionner de leurs rôles représentatifs.

Jeu contourné : **la lassitude des gouvernés** s'exaspère et **la crédibilité des gouvernants** s'effrite ! Perte de légitimité !

IMPÉRATIFS : Des conditions pour la communication d'une démocratie moderne

► Construire l'offre politique avec la société civile.

Plus qu'attendue, la définition de l'offre politique est en crise. Et forcément, le champ d'une véritable communication politique se trouve à la fois dévasté et déserté. Or pour gouverner en confiance durable, on se doit de gouverner avec les opinions.

Entendons-nous bien, il ne s'agit pas de flatter les opinions dispersées d'une société éclatée ou de céder aux plus efficaces des lobbies. Si l'on ne doit pas gouverner selon l'opinion ou bien, en démagogue, pour l'opinion, il est en revanche inévitable – et tout à fait souhaitable - de **gouverner avec l'opinion**. En s'efforçant de réduire les contradictions qui la traversent¹⁴.

Les citoyens voudraient encore croire que gouverner c'est surtout **savoir prévoir et savoir choisir**.

¹⁴ « Diriger c'est conduire un peuple avec son assentiment ... Connaître l'acceptabilité d'une réforme ... et négocier un compromis démocratique... Il faut admettre une exigence de pluralité et de complémentarité des légitimités... » (Cynthia Fleury, *Le Monde*, entretien, oct. 2010).

Voir Pierre Rosanvallon, *La contre-Démocratie* – La politique à l'heure de la défiance, Seuil 2006

Avec des horizons obscurcis par les crises et les difficultés à repenser la croissance ou à protéger la planète, il nous faut convenir que la prospective n'est plus, depuis longtemps, celle des "trente glorieuses". Nous l'a-t-on dit ? Ou bien la communication politique – forcément positive pour se conformer aux enseignements de la com' - aurait-elle observé un silence honteux sur les changements de nature des développements de notre avenir ?

Les rodomontades de candidats et les mises en valeur des récents élus – du positif ! – nous ont-elles trompés sur les degrés de liberté d'action dont nos gouvernants disposent ? Ou sur l'importance des changements nécessaires ?

Si l'on veut objecter à Pierre Mendès France que gouverner, c'est en fin de compte assez peu choisir, on se doit alors de suivre une autre de ses prescriptions, qui relève bien de la communication politique : dire la vérité.

Aujourd'hui donc, afin de pouvoir parler vrai, **gouverner, c'est prévenir.**

► **Prévenir, registre essentiel de la communication politique.**

Prévenir signifie qu'un pouvoir, disposant de faibles degrés de liberté, doit être cependant capable d'anticiper la survenance de la plupart des obstacles, d'envisager la manière d'en contourner au moins quelques-uns – la prévention c'est **prendre les devants**. Et, tout autant, il doit être apte à partager les certitudes et les doutes avec les citoyens – la prévenance c'est **alerter**.

Informé ne suffit pas, n'en déplaise à l'orthodoxie journalistique¹⁵. **On doit communiquer**, s'enquérir de ce qui est compris. Surtout en situation de crise, l'information nécessite un échange. Sur le plan de l'entendement, mais aussi en vue d'une participation active des publics concernés¹⁶.

Pour arbitrer dans des systèmes à contraintes multiples et pour faire admettre l'étalement des décisions ou des réformes, au-delà de l'immédiat, sur le moyen et le long terme, il est urgent d'adopter et de faire prévaloir **de nouveaux modes et d'autres méthodes de communication politique**.

Des règles simples, plus naturelles, qui ne soient pas à la merci des techniques ou des mises en scène médiatiques. Tenir compte de la pluralité foisonnante des émetteurs. Suivre aussi les rapides évolutions, notamment dues au numérique, dans la nature de la relation aux autres.

¹⁵ Depuis des années une bataille sémantique stérile oppose des journalistes qui portent aux nues la pureté de l'information qu'ils prodiguent et vouent aux gémonies l'information portée par les responsables de communication, fussent-ils représentants d'une institution publique et donc tenus de respecter leur mission d'intérêt général et une déontologie qui doit les mettre au service du public, donc des citoyens.

Le procès en manipulation, qui est fait à cette communication, peut être éventuellement instruit s'il s'agit de communication politique et du détournement du pouvoir informer. Sinon, on doit convenir que c'est l'information, en tant que contenu, qui peut ou pas être manipulatrice, qu'elle soit portée par le traitement univoque de l'information des médias, ou bien par un traitement communicationnel de l'information, qui fait l'hypothèse d'un échange avec un récepteur actif. Ce qui, à l'évidence, correspond à une prise en considération de l'autre, du citoyen d'une démocratie...

Avis à la communication politique ! Univoque, elle s'apparente à la promotion ou à l'injonction.

Les journalistes conviennent qu'en situation de communication, l'interactivité leur permet de faire une meilleure information. En fonction de ce qui a été compris, ils complètent, expliquent leurs propos, varient les codes et parfois sont amenés à rectifier le contenu d'une première information... faite avant communication !

¹⁶ Il ne suffit pas que la Météo annonce la vitesse du vent qui va souffler. Il faut en dire les conséquences dans un langage concret à l'usage de l'auditeur ou du téléspectateur : dangers pour les conducteurs, chutes d'arbres, amarrages divers... Difficile : alerter précisément en évitant d'affoler.

La prise de conscience s'impose : l'information univoque est handicapée et, privée d'interactivité, elle s'apparente à la promotion ou à l'injonction. Telle la com', elle s'impose au récepteur. Or la bonne information implique l'échange de la communication, une volonté réciproque de faire valoir un point de vue.

Les médias, peu portés à l'échange, ont la mission essentielle dans une démocratie de **rendre compte des réalités**. Sans fabriquer une média-réalité, des télé-réalités en studio, plutôt que des regards attentifs à la vie des gens. Observer les acteurs publics sur les lieux de leurs actions administratives ou politiques, plutôt qu'en les enfermant dans une grille de programmes.

Et en leurs imposant un agenda qui ne convient pas forcément à la bonne explication de l'exercice du pouvoir. Qui prend mal en compte des institutions... dont ensuite on aura beau jeu de regretter les défaillances.

Les médias disposent de tous les moyens nécessaires au reportage, à l'investigation, à l'enquête dans le quotidien de la démocratie. Dans une communication plus libérée, les journalistes seront encore mieux placés pour pointer les dysfonctionnements et dénoncer les détournements de pouvoir.

Quant **aux dirigeants**, ils seront tenus de **choisir l'ouverture**. L'accès à l'information in situ et **la transparence sur les procédures**. Dans le cas où, pour un temps, un silence s'impose, ils ont à **démontrer l'utilité du non-dit**.

L'opposition, si elle fait le choix de la démocratie, doit se tenir aux mêmes règles du jeu. On ne peut se contenter de contribuer à un buzz, via une brève... Une petite phrase qui se répand sur les réseaux, fait trois petits tours de salles de rédaction et puis s'en va.

Changer est-il possible ? Utopique ?

Non pas, si les politiques, comme les professionnels des médias, veulent survivre à une quasi-confusion générale. De données de plus en plus manipulées, de rumeurs incontrôlables, de sources improvisées, de piratages... Une vraie fausse communication !

Il faut bien admettre en effet que, jusqu'à présent, **la communication de l'exercice du pouvoir**, digne d'une démocratie, **n'existe pas**. Pas plus que la fourmi de dix-huit mètres de Robert Desnos... Qui serait bien utile pour pallier la désinvolture de la cigale de la com', séduisante puis décevante.

► Une relation d'authenticité avec les gens

Comment dire la vérité ? Petite mise au point. La véritable communication politique, appelée de nos vœux, est fondée sur **la valeur éthique et pédagogique de l'authenticité**.

L'efficacité du dire – de Cicéron¹⁷ à Mendès France – est d'oser dire tout ce qui est vrai, tout ce qui mérite d'être vérifié ou démontré. Tout ce qui est accordé aux convictions d'un engagement politique.

Sur le contenu, c'est l'essentiel pour un homme – ou une femme - qui veut avoir sincèrement le sens de l'État.

¹⁷ La rhétorique de Cicéron, notamment dans le Dialogue de l'Orateur, distingue l'art de l'éloquence - et ses techniques de séduction au moyen du langage - de l'argumentation comme déroulement du raisonnement de l'orateur, spécialiste de la mémoire, donc historien... ou homme d'État vertueux.

“Dire la vérité” reste attaché au souvenir d’un Pierre Mendès France, président du Conseil durant un peu plus de sept mois.

Avec la vigueur de sa conviction, il propose une vision de la politique qui obéit à des principes vertueux de communication gouvernementale. La méthode de la délibération collective appelée de ses vœux - informer les citoyens et les appeler au dialogue - assigne à toute autorité publique de formuler au préalable son projet, son choix de priorités, d’en connaître le réalisme et de n’en pas cacher les doutes.

La parole publique doit être au clair avec elle-même et établir avec le citoyen une relation de confiance, qui la rende audible.

Plus que “gouverner c’est choisir”, s’impose – a fortiori en période de crise - “gouverner c’est prévenir”. Anticiper et faire savoir. Informer et impliquer. Partager des objectifs et des contraintes. Aussi s’interroger sur le comment choisir. Une double éthique de la responsabilité et de la discussion.

Dire la vérité s’inscrit, au plus près des actes¹⁸. Depuis Genève, où il négocie la paix en Indochine, PMF tient les Français au courant par la radio. Il recherche la participation civique, car il voit dans son déclin des menaces pour l’intérêt général et le champ libre laissé aux intérêts particuliers¹⁹.

Modération et obstination servent sa démarche pédagogique contre les mouvements d’opinion populaires éphémères, que suscitent analyses superficielles et promesses faciles.

Il craint les passions. Il est révolté par la propagande. Il dénonce les illusions de la démocratie d’opinion, qu’il pense générée par les institutions de la Vème République. Aussi, les risques que font courir à la politique les dérives du spectacle des médias. Une information d’un raccourci trompeur ou les suggestions d’une image ne doivent pas se substituer à un dossier instruit pour la réflexion et le débat contradictoire !

Les médias, au-delà de leur libre expression, devraient avoir une part du « rôle pédagogique et civique qui complète celui de l’école ». À la radio il recourt à un média de masse pour s’expliquer en souhaitant s’adresser à chaque citoyen, qu’il doit convaincre individuellement et non séduire collectivement.

Il aurait probablement usé de la télévision, sans en abuser, mais en refusant les règles imposées par les médias pour des mises en scène qui dénaturent la posture d’un homme d’État ou caricaturent les situations de l’action politique.

La retenue de Pierre Mendès France à l’égard des manifestations de l’affect ne l’empêchent, ni de solliciter l’adhésion populaire, force d’une démocratie, ni de rechercher le lien de confiance qu’il place à la base du contrat démocratique.

¹⁸ *“La France peut supporter la vérité”, tel est le titre de l’interview sur lequel s’ouvre, le 16 mai 1953, le premier numéro de l’Express. Les propos de PMF résultent du diagnostic, tiré de ses échanges avec les milieux économiques, syndicaux, intellectuels, universitaires de la société civile, mais dont les députés ont toujours eu la primeur, respect de la représentation nationale oblige.*

¹⁹ *En 1955, le discours d’Évreux (La crise de la démocratie) invite à se dégager des comportements irrationnels et dit le « primat de la raison individuelle sur la sociologie des passions ». (François Stasse).*

Pourquoi la sincérité authentique de sa communication se priverait-elle de la séduction pédagogique de sa démarche?

Porteur d'un message de dignité politique adressé au citoyen, il souffrira de voir sa popularité jetée en pâture aux jeux d'une IV^{ème} République agonisante.

Pour que passent un message, un raisonnement ou une argumentation, il faut que soit établie **une relation** de qualité en la forme – parlant à l'affect et à l'irrationnel, «au cœur, en plus de parler à l'esprit», écrit Cicéron. Et que le principe d'une relation de communication – dans les deux sens – s'impose. La prise en considération de l'Autre²⁰... du citoyen. Cette reconnaissance des autres doit, selon PMF, être **permanente et ouverte vers le dialogue**.

La séduction peut, certes, être requise en tant que modalité du langage, auxiliaire de la compréhension. Mais sur le registre de la conviction.

En revanche, pratiqués au service du seul paraître, séduction, fascination et enchantement desservent la politique. On cherche à la distraire, voire la priver du débat contradictoire. À la détourner de la quête collective d'une vérité.

Essentiel le débat contradictoire ! Pour se garder de l'illusion d'une vérité unique préexistante... accaparée par des sachants.

Surtout dans le domaine de la politique, qui n'a rien d'une science exacte, la vérité n'apparaît qu'à l'issue de débats²¹ où se confrontent plusieurs vérités, des intentions et convictions diverses. Faute de controverse, la vérité se dissimule derrière des clichés, des idées reçues. La langue de bois !

Autant de **pièges pour** qui veut contribuer à **la maturité de la démocratie !** Alors qu'il faut faire face aux renoncements à la vérité que sont la violence ou la haine, fortes composantes de la nature humaine²². Autant d'obstacles pervers à l'authenticité. Il revient au politique de canaliser ces errements et de maîtriser les débordements, en dernier ressort par le droit et par la loi.

► La responsabilité des contenus de l'information

L'authenticité appelle à l'évidence le besoin de **fiabilité des informations**, ainsi que d'une **responsabilité des émetteurs**. Pour protéger des sources - de journalistes en particulier – et aussi garantir la qualification des contenus.

Fiabilité ardue d'une information foisonnante ou inopinée sur Internet. La numérisation des données est particulièrement propice à l'amplification des rumeurs et aux facilités de la manipulation. Un tri difficile promis aux éditeurs !

Une information n'est reçue et comprise qu'en prenant en considération les destinataires. Le changement de grille de lecture des générations. Les médias - et tous ceux qui émettent des messages - sont-ils conscients qu'il en va de l'efficacité de la diffusion de leurs informations ? L'incitation du numérique, façon Tweeter ou Facebook, invite surtout à émettre. L'internaute hyperactif et diffuseur n'a, semble-t-il, plus le temps de consulter sa messagerie.

²⁰ Avec la jouissance d'un rapport libre à l'autre, dit Levinas.

²¹ Le débat contradictoire, cher au juge ou, dans le langage, une réconciliation de points d'achoppement, nous disent, à la suite d'Aristote, les philosophes de la rhétorique (Barbara Cassin, par ex.), susceptible d'un *weness* ou d'une "nouïté" mettant fin à une opposition violente, voire à la haine.

²² Les dictatures, très rationnellement organisées, réduisent à l'irrationnel les enjeux et le jeu politiques.

Donc, comme souvent dans les médias, la question compte plus que la réponse. Avec des émetteurs peu récepteurs, la pente communicationnelle est celle du dialogue de sourds... Loin de la discussion et du débat.

La **liberté d'expression**, en principe absolue²³, n'est limitée par la loi que pour assurer des protections individuelles ou collectives précises.

Et lorsqu'il s'agit d'une communication mondialement diffusée, que dire des précautions destinées à tenir compte des langages, voire des systèmes de valeurs, de la multitude planétaire des récepteurs ? Quelles illusives précautions prendre à l'égard de la prolifération des messages caricaturaux, que sont par exemple des "gazouillements" de 140 caractères ?

Des messages essentiellement faits pour attester d'une existence. Des bouteilles à la mer ! Des informations peu préoccupées des effets sur des récepteurs inconnus et disséminés. Pavés d'info jetés dans le marécage de la com' ! La relation susceptible de faire évoluer le contenu médiatisé s'établit peu. L'échange est rare ou bref. Commencement d'un débat avec une suite de texto ? Exit le récepteur, donc la communication. La liberté d'expression est narcissique. Ici ou là, forcément irresponsable à l'égard du collectif.

Point positif sur les apports du numérique, on ne peut qu'applaudir aux principes de l'open data, généralisant l'accès à l'information, la mise à disposition des données qui éclairent l'exercice du pouvoir.

Mais déviances à l'œuvre, les stratégies de Google et autres Yahoo, de contrôle progressif des canaux et des supports, d'acquisition massive des contenus à des fins commerciales et avec des moyens peu attentifs au respect des droits de la personne, menacent les libertés de communication.

Toile de fond peu propice à **l'accueil de l'expertise d'usage citoyenne** ! Et dépasser la popularisation numérique du savoir, en acceptant la critique et la discussion. À la fois, favoriser l'appropriation des informations et combattre la propension à l'isolement. Retrouver alors les valeurs du collectif.

► Une course contre la montre...

L'espoir ténu est-il permis, d'appeler de nos vœux l'avènement d'une communication politique, susceptible de remonter son handicap, **face à l'invasion de la com'** ? Qui, lapidaire, étend vite ses filets réticulaires²⁴. Elle attrape tout. Elle influe sur la nature du pouvoir. En revanche, elle se montre inapte à éclairer les prises de décision au nom d'un intérêt général défini par la démocratie représentative.

Alors trêve de rodomontades ! Reconnaissons les échecs patents des communicants conviés à servir l'exercice de la démocratie. Silence, la com' !

Ces impuissances avérées de la communication politique actuelle ouvrent la brèche dans laquelle gouvernants et citoyens éveillés doivent s'engouffrer.

Avec l'ambition d'**emprunter les voies vertueuses** d'une communication en quête de la compréhension des gens, susceptible de gagner durablement leur confiance et capable, en échappant à la dictature de l'instant, d'anticiper avec eux les choix intéressants leur vie quotidienne et l'avenir de leurs enfants.

²³ Selon Tocqueville, soucieux de la démocratie, comme selon le 1^{er} Amendement de la Constitution des États-Unis, ou encore selon l'article 10 de la Convention européenne des Droits de l'Homme.

²⁴ La facilité numérique peut amener à l'abandon des registres de l'écoute et de la lente maïeutique.

Avec une bonne résistance aux facilités médiatiques. En s'attachant au mât pour ne pas céder à l'appel des sirènes cathodiques.

Car **les résultats** des efforts ici souhaités seront lents, **étalés dans le temps**, parfois différés,... peu visibles au journal de 20 heures.

ESPOIRS : Chemins à défricher et à emprunter

► **Souscrire au dessein du vivre ensemble**

Pour rétablir la confiance à l'égard de la politique et à la fois répondre aux réelles attentes, il est incontournable de mieux informer les citoyens et de les associer à la construction des offres politiques.

Préalable : **une large mise à disposition des informations.**

L'accès aux données répond à des exigences constitutionnelles²⁵. L'accès est plus important que la propriété²⁶. Améliorations et simplifications sont encore nécessaires, au-delà des progrès pratiques accomplis par la communication publique.

Un bon point à la communication institutionnelle²⁷ et à la démocratie administrative ! Un regain de citoyenneté pourrait bien venir de la relation au service public. Si celle-ci se prémunit des dérives politiciennes.

Il reste maintenant à faciliter l'usage de l'information d'utilité publique dans la proximité qu'offrent les réseaux numériques. En assumant la responsabilité de les valider, il convient de diffuser toutes les informations.

Pour que les données soient largement reçues et bien comprises, on doit multiplier des "points publics polyvalents", destinés, sur l'ensemble du territoire, à favoriser une communication plus personnalisée. Aussi à populariser les bons usages du numérique.

Réactions du récepteur²⁸ et dialogue sont nécessaires pour parvenir au stade communicationnel – informant dans les deux sens, on peut le redire - qu'exige le respect de l'autre en démocratie. Sans cet échange, l'info est vite, dans l'esprit d'un citoyen passif, de la propagande politique...

Que les responsables de l'information et de la communication publique se le disent !

²⁵ L'article 15 de la Déclaration des droits de l'homme, en Préambule de la Constitution, stipule : « La société a le droit de demander compte à tout agent public de son administration ». Sur l'accès à l'information, ne donnent pas totale satisfaction dans la pratique la loi du 17 juillet 1978, instaurant la CADA, l'ordonnance du 6 juin 2005 et la loi du 11 juillet 1979 sur la motivation des actes administratifs.

²⁶ Pour Michel Rocard, in *Suicide de l'Occident, suicide de l'humanité ?* Flammarion, Paris, février 2015.

²⁷ «La communication publique est la communication formelle qui tend à l'échange et au partage d'informations d'utilité publique, ainsi qu'au maintien du lien social, et dont la responsabilité incombe à des institutions publiques ou à des organisations investies d'une mission d'intérêt collectif » (*La communication publique* - Pierre Zémor, Que sais-je, PUF)

Voir notamment les travaux, les publications, la recherche des bonnes pratiques et les conseils de l'association **Communication publique**, qui regroupe – avec son siège au Conseil d'État – les responsables de la communication des institutions publiques (corps constitués, services du Premier ministre, ministères, agences nationales, collectivités territoriales, services déconcentrés de l'État, autorités administratives indépendantes, organismes ayant des missions d'intérêt général,...

²⁸ Bien des écrivains ou des réalisateurs audiovisuels soutiennent que leur écriture est finalement dans la langue de celui qui lit, écoute ou regarde. La communication se doit de tenir compte de la réception.

Ensuite, mais plus difficile, l'art de gouverner doit **trouver un langage commun** pour la diversité des opinions. La communication politique, au-delà de la relation qu'elle établit, a le devoir de contribuer au lien social.

Les menaces sur le vivre ensemble ont été dites. Elles font au pouvoir un devoir de prévention des conflits, sur le terrain desquels viennent prospérer l'incitation à la haine et la violence. La violence, souvent revêtue d'idéologie, et la haine, prétextant la référence à des valeurs collectives, s'attaquent à des singularités, à des personnes²⁹. La réplique d'un pouvoir démocratique est de faire lien, de renforcer la qualité de sa relation avec la société.

Vaste exigence : la communication politique – avant tout les gouvernants – ont à **obtenir du temps**. Temps donné aux changements des comportements. Aux très lentes évolutions des mentalités.

Le temps des pédagogies, des discussions sereines, le temps de calmer les craintes, de faire taire les suffisances, de bousculer les idées reçues...

Le temps autorise la relation à l'autre, la patience, **l'écoute, la conviction et la tolérance**, la créativité... Dialogue et débat contradictoire, parce qu'ils sont en quête d'une vérité commune, réussissent là où échouent les puissantes promotions publicitaires, en fait peu attentives aux mécanismes subtils du développement et de la recherche. Surtout inadaptées aux changements des comportements et à la réforme.

► **Pratiquer l'information et la communication partagées**

Il est urgent d'en venir au cahier des charges d'une communication politique, qui assure la mise en commun et **le partage de l'information sur les chemins de la décision** publique. Urgent, de faire partout participer !

La **participation citoyenne** est **balbutiante**. On peut identifier quelques îlots de démocratie locale ou associative, quelques débats publics où l'on s'efforce de mieux informer. D'écouter pour associer le plus grand nombre à l'exercice des responsabilités civiles et politiques.

Est-il alors imaginable, en multipliant ces avancées vertueuses, que la communication puisse contribuer à **revivifier la démocratie** ?

Ou, autrement dit, peut-on espérer que simultanément - démocratie et communication politique étant intimement liées – les évolutions vers une meilleure démocratie se nourrissent des changements souhaitables dans les pratiques de la communication entre pouvoirs, représentants et citoyens ?

La pente suivie, tout au long de **notre histoire institutionnelle**, de Saint Louis, Philippe le Bel, Louis XI, en passant par Colbert, Napoléon, la III^{ème} République, la reconstruction d'après-guerre et la Constitution de 1958, jusqu'aux années 80, nous a orientés vers un fort État central, imbu de souveraineté. Une pente rude à remonter de **l'information transcendante, descendante, condescendante** !

Et, dans le même sens top down, par mimétisme, l'information des médias, univoque, est comme octroyée...

Peu communicationnel ! La posture va-t-elle changer avec la numérisation de la presse et les sites du type <média.fr> ?

²⁹ Les attentats d'islamistes radicaux en janvier 2015 ont assassiné 12 individualités pour s'en prendre, via *Charlie Hebdo*, aux idées et libertés qui font société... En vain devant la réponse collective massive.

L'ouverture à une véritable communication³⁰ doit donner une plus grande confiance à la société française, peu encline à l'échange ou au dialogue. On semble encore tout attendre du sommet.

Le changement de posture s'avère difficile pour une personne politique. Car, comment communiquer en profitant, pour l'instant, de ce qu'apportent les comportements univoques ou directifs d'une pseudo-monarchie et s'efforcer, pour l'avenir, de s'inscrire humblement dans les longues patiences requises par des évolutions sociétales souhaitables ? De discours mieux partagés et de participation citoyenne.

Difficile de renoncer à la facilité de la décision imposée. Comme de se convaincre de l'opportunité d'accélérer les renoncements aux traditions régaliennes. Tant d'intérêts économiques sont à bousculer. Tant d'habitudes prises de gouverner en informant peu, voire en cultivant le secret. D'inerties à secouer pour une lucidité des dirigeants. Tant de craintes de la société civile !

De surcroît, après un tiers de siècle dans le sens de la subsidiarité, le mouvement vertueux de **la décentralisation à la rencontre du citoyen**, peut paraître se ralentir. voire s'inverser, sous les effets des crises et des impatiences suscitées. Ou encore par la nécessité d'une répartition, plus concentrée, des compétences territoriales. Par exemple, attribuer à tort à des intercommunalités les fonctions qui relèvent d'une relation de proximité...

Le dialogue social se languit. La consultation paraît un exercice artificiel, face à une demande stéréotypée de "vrai chef". Nostalgie du *deus ex machina* et peurs des responsabilités ! Alors que la complexité accrue de la conduite des démocraties requiert moins que jamais une centralité autoritaire.

La société attend plutôt, pour se rassurer, des guides pédagogues³¹. Que les citoyens soient avertis du renouvellement nécessaire des démarches de la démocratie. On pourrait alors discuter pour mieux se comprendre. Plutôt que de contester, faute d'avoir été bien informé.

► Parier sur moyen et long terme

Comment établir la confiance à l'égard de la politique et répondre aux réelles attentes des citoyens ? La solution est incontournable - et combien souhaitable : **mieux informer les citoyens et les associer à la construction des offres politiques.**

Parvenir à une véritable communication exige un travail de longue haleine. À tous les niveaux des exécutifs. De la part de tous les élus. Partout, dans les lieux de pouvoir - Président, Gouvernement, Parlement, donc pour chaque ministre - et aussi pour tous les responsables de la fonction publique, s'impose **l'impératif d'explications et de discussions** sur les actions menées, les difficultés rencontrées, les améliorations envisagées.

On en viendra ensuite à faire crédit à des citoyens progressivement mieux avertis, comme aux corps intermédiaires, d'une capacité à admettre que les solutions ne surgissent pas instantanément sous la pression médiatique.

³⁰ Les pays qui se sont construits de manière fédérale ou qui ont une culture pragmatique, plutôt développée de la base – du contrat – vers le sommet - la loi – à l'instar des États Unis, sont plus naturellement portés vers la communication. Le *political bargaining* des individus précède la prise en compte de la règle fédérale, dépourvue de caractère transcendant.

³¹ «... Seule une méthode associant le peuple à toutes les étapes du processus, permet de gouverner avec le peuple... en évitant l'impatience et le débordement», Jacques Julliard, Marianne, 22 oct.2011.

Le mot d'ordre est de sans cesse **dire la vérité et la complexité des choses**, partout de **parler aux gens**, via les médias et directement hors médias. En vue de faire appel à la lucidité et à la responsabilité des citoyens³². On doit parvenir à la vertueuse discipline d'informer, de discuter à tous les niveaux, en particulier localement pour exploiter des gisements d'imagination et de savoir-faire beaucoup trop inhibés. Stimuler le dialogue social, pour combattre l'affaiblissement de la représentativité des forces sociales ou associatives, qui peinent à organiser la société civile.

Les politiques doivent s'inspirer de l'attention portée par les services publics aux relations avec les usagers, aux questionnements et commentaires que favorisent l'accueil et l'interactivité lors de la délivrance de l'information.

Ils doivent apprendre à consulter sans a priori, à motiver les avis retenus. La démocratie administrative progresse, dégagée qu'elle est des idéologies partisans. Pour mieux faire vivre l'État de droit, elle invite à "consulter autrement, participer effectivement", selon un rapport du Conseil d'État³³.

► Encourager partout des pratiques participatives

Il existe **une large panoplie de modalités de participation du public**, de la concertation locale³⁴ au débat régional et au grand débat public national. Mais les bénéfices des débats publics sont trop à la merci de la médiatisation, qui privilégie le caractère spectaculaire et les heurts de la controverse.

L'échec de ne pouvoir inscrire dans la durée un arbitrage, qui s'est efforcé auparavant d'associer le public – par exemple sur le projet d'aéroport à Notre-Dame des Landes - met en cause, plus **les hésitations des processus décisionnels**, que les démarches de concertation, qui ont joué leur rôle.

La démocratie reste décidément figurative ! Les parlementaires choisissent le plus souvent la facilité de n'être qu'en représentation...

Urgent par conséquent de greffer à tous les niveaux de décision des pratiques participatives. La meilleure voie pour valider la sincérité et **l'authenticité de la parole publique** ! C'est surtout au niveau parlementaire qu'il revient de conforter la légitimité de la représentation nationale.

► Rénover le débat public parlementaire

Lorsque l'examen d'une politique ou d'une décision publique traite d'une question économiquement, socialement, écologiquement complexe ou se réfère à un problème de société, il s'avère que l'adhésion sociale se délite assez vite à l'égard d'un projet de loi porté par un ministre et le gouvernement.

³² Formule forgée avec Michel Rocard, à l'appui de son parler vrai : « Reconnaître la complexité des choses et faire appel à la lucidité des gens ».

³³ Voir les "Considérations générales" du rapport public du Conseil d'État pour 2011. Il n'est pas anodin que, pour répondre à deux impératifs qui lui paraissent de saison - réformer l'État et faire face aux crises – le Conseil d'État affiche l'ambition - comme un souhait - de rendre l'administration plus « délibérative » et, ce qui correspondent aux préoccupations des gouvernants et des dirigeants, d'éviter que s'accroisse la méfiance ou la défiance à l'égard de la parole publique, comme vis-à-vis des procédures et des institutions publiques.

L'administration prend la mesure de ce que les démarches de concertation encouragent une écoute plus ouverte sur la société, une plus grande capacité d'anticipation de l'action publique, finalement une attitude plus simplificatrice des procédures que chronophage.

³⁴ Prévues, par exemple, pour aménager une commune par l'article L.300-2 du code de l'urbanisme.

Ceux-ci sont préoccupés de court terme et de crédibilité, mal disposés à s'ouvrir au public avec une patiente pédagogie.

D'ailleurs la remise en question du pouvoir de décision des exécutifs, censés être forts sous la V^{ème} République, est révélatrice d'**un affaiblissement global de la démocratie représentative**.

Le débat public mieux formalisé doit venir au secours d'un Parlement en voie de dépréciation. Comment provoquer l'appropriation collective durable d'un projet controversé, si ce n'est en s'appuyant sur une large majorité de la représentation nationale ?

L'incapacité à décider rejoint l'inaptitude à obtenir les soutiens de la société.

Au-delà des expériences en cours de groupes rapprochant le travail parlementaire des citoyens, on doit envisager que le Parlement – avec le temps libéré par le non cumul des mandats – procède, durant des périodes de huit à quinze mois, à **la maturation de processus complexes de décision**. Dans la transparence et sous le regard du peuple invité à participer.

Une suggestion : introduire, analogue à la Commission Nationale du Débat Public, un COPDP (Comité organisant le débat public pour le Parlement) ³⁵ comme un facilitateur indépendant et préparateur des débats choisis avec l'accord du gouvernement et portant sur des politiques publiques, des évolutions sociétales, des aliénations du patrimoine national...

Les travaux du COPDP, ou d'une CNDP aux missions élargies au service du Parlement, dans le respect de la séparation des pouvoirs, seraient associés à ceux du Conseil Économique, Social et Environnemental, qui abrite les forces sociales organisées. Celles-ci trouveraient à se développer en compensant par le débat public « une certaine asthénie de la démocratie sociale du fait de la faible syndicalisation de la population active, à laquelle s'ajoutent la mollesse du mouvement patronal, assez enclin à n'attendre que des faveurs de l'État et aussi l'engourdissement institutionnel d'une vie associative, pourtant ample et diverse ».

*Ce COPDP – en lien avec le CESE - veillerait à la mise à disposition et la diffusion de l'information nécessaire à un débat approfondi. Il encouragerait les parlementaires à susciter des rencontres locales, des assises régionales autour des CRESE. Les parlementaires se retrouveraient, sur les thèmes retenus, dans l'écoute et la discussion, **mieux à même de représenter le peuple**... Enfin seraient suscitées des auditions devant les commissions de l'Assemblée nationale et du Sénat, sur le chemin de la proposition de loi.*

Dans certains cas la concertation aboutit à une négociation.

Accords et conventions ralentiraient la prolifération des lois.

³⁵ On peut envisager, à côté de la Commission Nationale du Débat Public, de compétence liée à l'exécutif, un COPDP (Comité organisant le débat public pour le Parlement) facilitateur indépendant et préparateur des débats, choisis avec l'accord du gouvernement et portant sur des politiques publiques ou des évolutions sociétales. Seroit impliqué l'Office parlementaire d'évaluation des choix scientifiques et technologiques, dont les expertises gagneraient à se confronter à l'expertise d'usage qu'apporte la richesse d'un débat public.

Un tel regain de **pouvoir du Parlement**, apporterait une ample respiration à la V^{ème} République et une avancée de la communication politique...

Vers une démocratie mieux communicante ?

La forte perte de légitimité des élus – moindre pour les maires et conseillers municipaux – requiert de mettre bien plus leurs actions sous le regard des citoyens. Remède : l'implication des gens par la participation.

De telles orientations souhaitables vers des pratiques participatives de **la démocratie représentative** ne sauraient exonérer celle-ci de **se réformer**, notamment grâce au non cumul des mandats ou à la clarification des compétences, dont la nécessité apparaît encore plus clairement lorsqu'on entend associer les citoyens à des définitions lisibles de politiques publiques.

► **Accepter un ambitieux cahier des charges**

Une amère remarque préalable doit être faite sur le champ restreint des préoccupations de l'administration en charge de la communication. Bien en retard sur l'évolution des techniques, des usages et des mœurs, les attributions du ministère de la Culture, en tant qu'il est aussi chargé de la Communication, paraissent réduire cette compétence aux domaines de la publicité et de la gestion des médias. Cela ressort d'un inventaire du droit de la communication, dressé par un rapport d'étude du Conseil d'État³⁶.

Oui, médias et publicité, dont l'alliance, négligeant le rôle du citoyen, est à l'origine des méfaits de la com' ! Cette approche limitée, voire timorée, contribue à faire obstacle à l'émergence de solutions escomptées pour répondre au défi, d'ailleurs culturel, de voir évoluer la communication³⁷.

Pour rejeter l'idéologie qui sous-tend la com', qui pousse à **l'atrophie du sens** et paraît menacer de porter atteinte à notre civilisation, pour faire face à la dissolution des institutions ou la liquéfaction³⁸ de nos sociétés, il ne s'agit pas d'accroître le pouvoir de l'État, mais plutôt de renforcer les liens sociétaux.

C'est dire que **la communication politique** a des devoirs quant au devenir de la démocratie. Elle doit être **capable** :

- d'établir une relation de confiance durable avec la société ;
- de tirer parti des gisements d'expertise d'usage et de créativité des gens ;
- de faire admettre la complexité des choses et de faire appel à des lucidités communes;

³⁶ " L'inventaire méthodique" du droit de la communication, tel que celui auquel a procédé l'étude d'un groupe de travail de la Section du Rapport et des Études du Conseil d'État, présidé par Pierre Zémor, va pour une première fois, au-delà du droit des médias et de la presse et des droits afférents à la publicité (qui délimitent les attributions du ministère chargé de la communication). L'étude (adoptée par l'AG du Conseil d'État le 9 février 2006 et publiée à La Documentation française), effectue une analyse juridique de l'information mise à disposition du public, des droits attachés à la création, au contenu, au stockage, à la publication, à l'accès, à la réutilisation, à la diffusion des informations.

Sont aussi évoqués l'échange d'information d'intérêt général et les relations avec le public (accueil, signalisation, dialogue, maisons de service public, point publics, réclamations,...), ainsi que les consultations, les enquêtes, le référendum, la concertation, le débat public... Juste effleurée, la communication politique - des partis, du Parlement, du Gouvernement, des exécutifs territoriaux, des périodes électorales, des sondages électoraux - ainsi que la communication civique, sur les grandes causes, sur les risques sanitaires et les risques majeurs, sont mentionnés.

³⁷ On ne résout pas un problème avec les modes de pensée qui l'ont engendré (Albert Einstein)

³⁸ Selon Zygmunt Bauman, qui décrit un monde «liquide» et qui voit le salut dans de forts États-Nations.

- d'expliquer, par conséquent, sans cesse aux corps intermédiaires, aux représentants de la société civile organisée, aux médias, sur les réseaux sociaux et aussi hors médias, au plus près des gens ;
- de relater ce qui est déjà fait : mesures appliquées, décisions préparées ;
- de garder l'initiative à l'égard des médias, pour ne plus subir des fuites...
- surtout, de jalonner l'exercice du pouvoir en associant les citoyens, qui acceptent mal d'être des consommateurs passifs de la chose publique ; ils demandent à être, peu ou prou, impliqués dans l'élaboration des politiques publiques et dans la préparation des décisions qui les concernent.

C'est dans l'acceptation sociale de l'exercice du pouvoir que se trouve la clé des changements nécessaires, tant des modes et de l'efficacité de la gouvernance, que des comportements des citoyens. Préoccupée d'empathie, la **communication doit changer de nature**. Pour s'immerger dans l'action publique et éclairer les actes de chacun.

Ainsi en est-il de la prise de conscience écologique et du respect de l'environnement ou encore de la perception de la gravité des déséquilibres économiques Nord-Sud. Parallèlement aux négociations internationales, aux engagements gouvernementaux, il faut user de la pression des opinions³⁹. Grâce à une communication nouvelle, sous diverses formes, à travers le pays, en partant du vécu d'une population faite d'acteurs mobilisables⁴⁰.

► Être à la hauteur d'un enjeu de société

Une renaissance de la communication politique peut avoir **un rôle de catalyseur**. Progressivement... En commençant au plus vite à mieux associer les citoyens ou à solliciter plus de participation de leur part, les acteurs ont à montrer l'exemple, à amender leurs comportements et les institutions à modifier leurs procédures.

Faire prévaloir le caractère simple et naturel de la communication attendue est urgent et exige **de considérables efforts de formation**.

En premier lieu de la part **des acteurs politiques**, qui ont à se défaire de la langue de bois et s'autonomiser d'un contrôle médiatique a priori de leur communication. Une vaste panoplie de supports est à leur disposition. Ils doivent prendre en main les savoir-communiquer et imposer la **considération du long terme**.

La pression collective des audiences ou les désillusions numériques exigent de même **la formation** de nouvelles générations **de professionnels de l'information**. Car on attend que les médias soient aptes à dégager les tendances longues, à identifier les signaux faibles des mutations en gestation. À s'arracher de l'immédiat audiovisuel de l'actualité, vers la compréhension de la durée des actes. À permettre aux pouvoirs d'anticiper.

³⁹ Pour préparer les mesures attendues de ces rencontres internationales (Copenhague, 16^{ème} rencontre sur le climat de COP 21 à Paris), il est bon de recueillir les recommandations d'instances expérimentées spécialisées dans le débat public, d'organiser des colloques (cf la transition énergétique), des panels citoyens, des réflexions en commission. Mais cela ne peut avoir l'efficacité d'associer sur le long terme, autrement que par de la publicité, l'ensemble des citoyens à ces démarches.

⁴⁰ Comme l'avaient en partie fait les Danois, en 2009, avec "Copenhague climate change conference".

Des évolutions vertueuses naissent sur Internet, de manière associative ou collaborative... timidement et non sans dérapages. Des **démarches d'initiatives locales** - bottom up - se multiplient dans l'économie solidaire ou pour le traitement des ressources rares : autoconsommation, troc, échange, circuits courts, rapprochement de la consommation des lieux de production et fin d'inutiles intermédiaires.

Ces partages d'actions, d'instruments, de locaux, ces mutualisations de moyens et d'objectifs, marquent la genèse d'**une communication différente**, de proximité naturelle, fortement numérique, hors médias traditionnels. Elle est susceptible de faire entendre, dans les bruits du chaos organisé de la globalisation des échanges mondiaux, l'attention nécessaire aux solidarités.

À partir de solutions "individualisées", développées grâce à **des relations plus faciles**, cette communication pourrait s'avérer porteuse d'intérêts généraux. Les défricheurs d'évolutions sauront-ils trouver les coordinations régionales et internationales pour sécuriser leur adolescence ? Pour donner à ces expériences, nées dans la proximité des gens, les cohérences dont elles auront besoin. Pour susciter soutiens et adhésions.

Au vu de ces jaillissements venus de la base, ne peut-on pas parier sur **une résilience**⁴¹, à la fois **des modes de communication et des modalités de la démocratie** ? Les uns comme les autres sont à réinventer.

Plus généralement, dans une quête d'authenticité, la communication se conçoit et définit ses outils et ses attitudes pour un domaine donné d'activité, selon ses propres finalités et en s'inscrivant dans les mutations escomptées.

Ainsi, **la communication des entreprises**, lotie de bons instruments, exportés ou soldés sous forme de com', **est à revoir** à la lumière de nouveaux modèles économiques – faible croissance, changements du marché du travail et du salariat, surtout critères financiers entravant la production de richesses.

La communication des associations, des fondations, des ONG ou **des initiatives de la société civile**, balbutiante devant les séductions de la com', se mobilise notamment pour les transitions énergétiques et écologiques ou autour des valeurs de solidarité. Elle va développer **ses propres médias**, de diffusion d'images et d'expériences. Elle doit apprendre les bons usages du numérique et savoir faire des tris dans le foisonnement des réseaux sociaux.

La communication des médias – rétrogrades à rejeter la communication - sont entrés hâtivement dans l'ère numérique. Ils ont à se professionnaliser en faisant place à l'écoute, au débat, à l'expertise d'usage des citoyens, avec un questionnement moins égocentré et une **distribution plus maïeuticienne de la parole**. La diversité et le pluralisme, face au développement des médias des acteurs, imposent d'explorer les gisements de créativité et d'aller aux sources de la recherche scientifique et de l'expression artistique.

La communication des institutions publiques – aux développements dits ici louables – aura à approfondir son respect de l'intérêt général et de la transparence des processus de décision d'un État de droit. Elle doit écarter la menace d'**une proximité**, séduisante pour ses enjeux mais **polluante, de la com' politique**, accélératrice par sa forme de la désaffection des institutions.

⁴¹ Michel Rocard (op. cité, note 31) parle d'éviter le suicide collectif. Il dénonce le système médiatique (p. 83-93), la pression perverse de l'argent dans l'invasion de la publicité, sur la télévision (p. 295-300).

Quant à **la communication politique**, eu égard à une période de vacuité des projets politiques, elle n'est – on l'aura compris - qu'en devenir. Elle picore parmi les formes nouvelles de réalisations médiatiques, pour faire les propres productions des acteurs politiques, d'enquêtes, de reportages, de débats et naturellement de propre valorisation...sous les réserves des commentaires et le feu des critiques médiatiques, politiques, citoyennes... à terme stimulantes.

N'est-on pas loin du compte ? Les responsables politiques ne prennent pas assez conscience de ce que **les demandes économiques, sociales, culturelles, sociétales sont chacune intimement liées à des attentes d'autres modes de communication.**

Les élus et la classe dirigeante sont-ils prêts à faire les premiers pas pour favoriser ces évolutions siamoises ? De la politique et de la communication. Pour contribuer à un bon fonctionnement de la démocratie, la communication se doit d'être imbriquée dans la politique, les changements de l'une et de l'autre sont forcément concomitants... Approximativement !

Doit-on en douter, à voir combien les processus de décision parlementaires ou gouvernementaux sont hésitants ? À la traine des premiers pas accomplis de rapprochement et de concertation, menés avec la société civile...

On ne peut imaginer plus d'authenticité et plus de souhaits de relations empathiques avec les gens, sans qu'interviennent des changements assez profonds dans la société...

L'espoir va avec la vie !

APPEL

Ce manifeste est donc aussi un

► **... aux politiques**

Pour qu'une autre manière de communiquer avec les citoyens leur permette d'assumer complètement leurs responsabilités dans la vie de la démocratie.

► **... au monde de la communication, surtout aux rédacteurs et journalistes**

Ce monde n'a-t-il pas affiché une aptitude – si ce n'est un pouvoir - à tout résoudre ? Hétérogène, mais globalement complice des dégâts déplorés, ce monde professionnel serait-il capable de proposer de commencer hic et nunc à amender ses pratiques dans le champ du politique ?

► **... aux citoyens, à leurs associations et fondations, aux philosophes, chercheurs, universitaires...**

N'ont-ils pas parfois déjà ouvert des voies vers une autre communication ?

Ce manifeste dit « chiche ! ».

Pour un avenir progressivement modifiable ? Quels sont les politiques disposés à adopter ces orientations ? Les conseillers prêts à se mettre au travail, sans idées préconçues ? Les médias, journalistes en tête, attachés à tenir leur place dans la qualité démocratique du débat public ? Les chercheurs, les penseurs, les citoyens, les associations... disposés à résister aux pratiques de la com' et à accepter les changements de comportements pour une renaissance de la communication politique, forcément concomitante avec une évolution des mœurs et des pratiques politiques ? Alors, communication et politique pourraient, intimement imbriquées, parler d'une seule voix claire... par respect du peuple.