Entrevue avec Claude Marti : la lucidité d'un professionnel d'expérience

Philippe Loquay

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1629>

DOI : 10.4000/communicationorganisation.1629

ISSN : 1775-3546

Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

Édition imprimée

Date de publication : 1 mai 1993

ISSN : 1168-5549

Référence électronique

Philippe Loquay, « Entrevue avec Claude Marti : la lucidité d'un professionnel d'expérience », *Communication et organisation* [En ligne], 3 | 1993, mis en ligne le 26 mars 2012, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1629> ; DOI : 10.4000/communicationorganisation.1629

Ce document a été généré automatiquement le 19 avril 2019.

© Presses universitaires de Bordeaux

Entrevue avec Claude Marti : la lucidité d'un professionnel d'expérience

Philippe Loquay

NOTE DE L'ÉDITEUR

Entretien réalisé par Philippe Loquay

NOTE DE L'AUTEUR

Après avoir donné la parole à Paul Watzlawick, l'un des maîtres à penser de l'école de Palo Alto, puis à Eliseo Veron qui applique à l'analyse de terrain des schémas purement théoriques, il nous a semblé intéressant d'entendre un grand professionnel de la communication qui érige justement la pratique de l'écoute en méthode. Avant d'être conseiller en communication politique de François Mitterrand et de nombreux chefs d'État étrangers dont Omar Khadafi, Claude Marti fit une brillante carrière dans le monde de la publicité. Il enseigne à l'Institut des Hautes Études de l'Information et de la Communication de l'Université de Paris IV. Il a écrit « Les trompettes de la renommée », Pierre Belfond éditeur, Trophée 87 du Livre de Communication.

Philippe LOQUAY : Ma première question sera très large. Est-ce que, pour le professionnel que vous êtes, la communication se fonde plutôt sur une méthode ou offre une méthode, sur une science avec sa théorie et ses techniques, ou plus simplement sur une approche globale des événements ?

- 1 Claude MARTI : La réponse dépend bien entendu de la personne interrogée. Les théoriciens diront que c'est une théorie, les « méthodistes » que c'est une méthode et les gens comme moi que ce n'est, à la limite, ni l'un ni l'autre, qu'il faudrait tuer les théoriciens parce que la communication, c'est beaucoup plus simple : c'est l'ensemble des techniques et des moyens qui permettent d'entrer en relation avec les autres.

- 2 Ce qui m'a toujours intéressé à travers la communication – le journalisme, la publicité, et un certain nombre de métiers que j'ai pu faire dans ma vie –, c'est comment faire passer son point de vue, triompher ses idées, et surtout en matière politique, écouter les autres et leur répondre.
- 3 J'ai toujours défini la communication – sa forme la plus haute étant la démocratie – comme un accusé de réception. Je crois qu'on ne communique que dans la mesure où on écoute. Aujourd'hui ce n'est pas très original mais il y a vingt-cinq ans, ça l'était plus parce que, à ce moment-là, on confondait tout : la propagande, la publicité, l'information, la communication.
- 4 Depuis dix ou douze ans, on fait de grands discours, on se réunit en colloques, pour dire « on sait faire, mais on ne sait pas faire sa voir ». Or c'est exactement le contraire !
- 5 On sait très bien faire savoir, tout le monde s'exprime. N'importe qui : la gardienne de l'immeuble, le propriétaire, le sergent de ville. Et plus on communique, moins on se comprend. Du moins plus on prétend communiquer. Mais ce n'est pas cela communiquer. Il faudrait qu'on transforme la plupart des individus en muets et qu'on leur donne une deuxième paire d'oreilles pour qu'enfin ils écoutent à la fois le bruit de la rue et ce qui monte de la société. Pourquoi est-ce qu'un certain nombre d'entre nous ne se sont jamais trompés depuis quarante ans sur une élection. C'est parce qu'ils ne se préoccupent pas de ce que disent les hommes politiques ou les journalistes qui, d'une certaine façon, n'a aucune espèce d'importance puisque ce n'est pas à travers eux que se fait l'opinion publique.
- 6 La seule chose qui m'intéresse, c'est d'étudier cette opinion publique, c'est-à-dire de comprendre les citoyens. C'est de là que vient la réponse.
- 7 Bien sûr, il serait absurde de dire que ce qui se passe à la télévision est sans importance. Si une personne passe dans une émission, si sept millions de téléspectateurs l'écoutent, s'ils ne zappent pas – ce qui n'est pas évident –, une toute petite partie du message va passer. Le journal rapportera l'information, produira un commentaire. Mais ce qui sera important, ce qui m'influencera, c'est tout ce qui va se passer latéralement. C'est ce qui va se passer dans l'Université si j'y enseigne ou si j'y suis étudiant. Ce qui va se passer dans l'usine où je suis contremaître ou directeur ou simplement ouvrier. Ce qui va se passer dans la famille. Ce qui va se passer avec les amis que je vais recevoir.
- 8 Voilà comment se forme une opinion. Elle se forme latéralement. Elle reçoit bien entendu, de la part des médias, des informations, mais qui n'ont, en aucun cas, l'importance que les gens de télévision, les journalistes, les politiques leur attribuent.
- 9 **Ph. L. : Est-ce que cela veut dire que le rôle de la communication ce serait, quelque part, de mettre de l'ordre ?**
- 10 **Cl. M. :** Bien sûr. C'est de mettre de l'ordre, c'est d'organiser les choses. C'est d'essayer d'organiser y compris le silence. Mais ne nous méprenons pas sur le terme parce que, très rapidement, la communication peut générer la propagande. C'est la propagande qui met de l'ordre.
- 11 Quelle différence y a-t-il entre information, communication, propagande et publicité ?
- 12 L'information, c'est la révélation d'un secret. Je détiens un secret, moi journaliste. Un avion vient de s'écraser, il y a cent cinquante morts. Je partage le secret. Une fois que l'on a lu qu'il y avait cent cinquante morts, tout le monde s'en fiche sauf bien entendu les familles des victimes, la compagnie aérienne et les sociétés d'assurance. L'information,

c'est un fusil à un coup, sans parler bien entendu de l'analyse ou du commentaire. D'une certaine façon, on est là dans une stratégie de la fascination. Pourquoi est-ce que les journalistes nous fascinent, pourquoi est-ce qu'on en a peur, pourquoi est-ce qu'on leur donne du crédit ? Parce qu'ils détiennent des secrets. Mais ce qu'il faut savoir, c'est que ces secrets, ils vont nous les révéler. Donc ils cesseront d'avoir de l'importance dans les minutes qui suivent. C'est un système sans retour.

- 13 Ph. L. : Mais est-ce qu'il émet n'importe quoi ? Est-ce qu'il ne répond pas à un certain nombre d'attentes formulées, ou le plus souvent informées, de la part du public ? Quelle est sa marge de liberté ?
- 14 Cl. M. : Le propos est banal mais personne ne travaille d'une manière indépendante. Tous les journaux sont orientés. Non pas uniquement orientés politiquement ou orientés d'une manière confessionnelle. Ils sont orientés parce qu'ils ont un public. Le public du Nouvel Observateur d'aujourd'hui n'est pas celui du Nouvel Observateur d'il y a quinze ans. Le journal s'est adapté à un public nouveau par suite d'études. J'ai d'ailleurs participé il y a une dizaine d'années, à la demande de Jean Daniel, à ce type d'étude. Cela veut donc dire que l'on travaille en fonction d'un public et c'est normal : il faut vendre le journal.
- 15 Il y a d'ailleurs deux façons de faire un journal. On peut partir d'une étude et se demander ce qui manque, ce que les lecteurs voudraient. Il est très rare que cela marche. Il y a un ou deux exemples d'études marketing qui ont permis d'y arriver ; les groupes allemands, d'une certaine manière, parviennent à faire du marketing presse avec une grande réussite, mais je crois qu'il y faut aussi beaucoup de talent, beaucoup d'écoute et des choses à dire.
- 16 La deuxième manière, la bonne, qui réussit neuf fois sur dix, c'est de faire le journal qu'on a envie de faire parce qu'il n'existe pas. July avec Libération, Beuve-Méry avec Le Monde, Lazareff avec France-Soir, Prouvost avec Match ont fait le journal qu'ils voulaient faire. C'est toujours un homme qui fait un journal. Il s'appuie sur une équipe, mais a une façon particulière de concevoir l'information. À ce moment là, la chance veut que ce journal soit attendu par des milliers de personnes incapables, bien entendu de le faire, mais qui vont le reconnaître et qui disent : c'est ce que j'aurais fait si j'avais eu suffisamment de talent et d'invention pour le faire. Voilà comment ça réussit un journal. Toute l'histoire de la presse, en passant par Émile de Girardin, en remontant jusqu'à Théophraste Renaudot montre que cela se passe de cette manière là.
- 17 C'est pareil en politique. Il y a des gens qui font du marketing – et pour moi, marketing politique est une tautologie – : ce sont deux mots différents pour dire à peu près la même chose. Ils étudient le terrain quand ils sont jeunes : gauche, centre, droite, où est-ce que je pourrais aller ? Là, il y a beaucoup de monde,... etc. Et je pourrais citer des noms à droite, au centre, à gauche, chez les écologistes ou même au Front National. Ils sont arrivés quelque part par une simple étude de la probabilité d'y faire une carrière. Beaucoup de politiques ont procédé de cette manière là.
- 18 Il y a une deuxième façon de fonctionner mais elle est rare : de Gaulle et Mendès-France sont les deux exemples contemporains. C'est avoir un projet et se concevoir une France idéale ou tout au moins comprendre ce qu'elle devrait être. À partir de ce moment là, ou l'Histoire permet de le développer et c'est de Gaulle, ou elle ne le permet pas parce qu'il est en porte à faux et c'est Mendès. Ces personnages de l'Histoire sont le fruit d'une conjonction, de la réunion d'un certain nombre d'éléments. Mitterrand, Mendès, Jaurès, sont des gens qui ont été battus à un moment ou un autre parce qu'ils étaient décalés.

- 19 Donc soit vous comprenez une situation et vous essayez de vous y insérer, ça c'est le marketing ou la politique au sens étroit du terme ; soit vous faites partie des grands hommes qui ont un plan, un dessein, une vocation et l'Histoire vous choisit ou pas.
- 20 La communication, que peut-elle venir faire là dedans ? Est-ce que Mendès aurait pu changer les choses par la communication ? Plaisanterie ! Avec de Gaulle, est-ce que c'était une question de communication ? Plaisanterie ! Ce n'est pas parce que de Gaulle a parlé des « cabris » pour l'Europe, du « machin »,...etc. C'était formidable, c'étaient de grands numéros, mais c'était avant tout du « faire ».
- 21 Il faut que nous revenions au temps du « faire ». Il faut que nous apprenions à parler moins. Il faut que nous sachions – ce que j'ai dit il y a vingt-cinq ans quand j'ai rencontré Rocard pour la première fois – que les médias tuent. Ils détruisent les hommes politiques avec autant de force qu'ils peuvent les porter.
- 22 Voyez ce qui s'est passé pour les écologistes. Les médias, les sondages, tout le système dit communicationnel, informatif, a fonctionné et puis au bout du compte, ce fut un flop retentissant.
- 23 Ph.L. : Est-ce que cela veut dire que, finalement, la communication ne sert à rien si elle ne s'appuie pas sur un objet crédible ? Et que les hommes de communication doivent s'effacer ? Plus radicalement la communication doit-elle, elle-même, être effacée dans les apparences ?
- 24 CL M. : Les gens de communication sont peu nombreux à être capables de conseiller quelqu'un. La plupart se contrefichent de la personne qu'ils sont censés conseiller et ne songent qu'à s'en servir pour leur propre publicité. Avant sa désignation, on demandait à deux publicitaires, sur France 2, quel serait pour eux le gouvernement idéal. Mais où est-on ? Quel intérêt cela peut-il avoir ?
- 25 À quoi peut servir ce qu'on appelle un conseiller en communication ? Il peut servir de sparring-partner. Par exemple en bavardant, écoutant, disant des choses en tête à tête, sans que cela se sache. Il y a des gens très importants à qui j'ai, comme cela, renvoyé la balie, en taisant ces conversations. Voilà à quoi on peut servir à condition qu'on soit loyal et discret. Et d'une certaine manière qu'on ait consacré sa vie à comprendre et non pas à agir. J'insiste beaucoup là-dessus. C'est très difficile de faire les deux. Les gens capables de comprendre et d'agir sont très rares. De Gaulle peut être classé dans cette catégorie, François Mitterrand aussi. Ils ne sont pas fréquents. Le conseiller, c'est quelqu'un qui va, s'il en est capable, aider l'autre à devenir ce qu'il est.
- 26 **Ph. L. : Comment peut-on être le sparring-partner d'hommes aussi différents qu'un chef d'entreprise français, un homme politique français, un chef d'État africain ?**
- 27 Cl. M. : C'est facile. Partout où je vais, on me dit : « comment est-ce possible, vous ne connaissiez pas notre pays, vous êtes là depuis quarante-huit heures et vous nous expliquez comment ça marche ». La réponse est simple. Je l'ai écrite à un président africain qui me faisait la même remarque. Je lui ai dit « Monsieur le Président, c'est facile parce que tout est dans Shakespeare ». Le monde est constitué de mammifères bimanus à station verticale qu'on appelle des hommes. Ils ont les mêmes passions, ils se ressemblent à un point incroyable d'un bout à l'autre de la planète. Ils sont sordides, ils sont affreux puis, de temps en temps, il y en a un qui est prodigieux, merveilleux et qui sert d'alibi à tous les autres. C'est le père de Foucault, c'est l'abbé Pierre. Cela n'a absolument rien à voir avec la communication. Si la France connaît aujourd'hui des problèmes, c'est parce que depuis quarante ou cinquante ans, toute l'éducation nationale est en

dysfonctionnement. Elle ne forme pas les citoyens, elle ne forme pas les gens dont la société a besoin – et loin de mon esprit de me placer dans la perspective capitaliste de « gens dont le patron a besoin ». On ne forme pas les gens utiles aux autres. Ça peut signifier être devant un ordinateur comme aider des personnes âgées à remplir leurs feuilles d'impôts ou plus simplement bavarder auprès d'une pompe à essence. Quand on imagine ce que dit un père qui conduit trop vite à son fils : « les gendarmes sont des cons, je les emmerde » ; une société composée d'individus de ce genre est une société qui va mal.

- 28 Moi, je suis protestant, donc je renvoie à la Bible et à la parole du Christ, mais il y a un autre personnage que l'on devrait approfondir, c'est Confucius. À des centaines d'années près, c'est l'antichambre du protestantisme.

29 **Ph. L. : La morale qui facilite l'action et ne la bride pas ?**

- 30 Cl. M. : On ne peut pas revenir en arrière, mais j'en veux à mes amis socialistes. J'étais bien avec eux il y a des années sur le plan de la morale. Je crois qu'il faut se comporter d'une certaine manière en affaires, qu'il faut avoir un certain rapport à l'argent. J'en veux à quelques uns d'avoir dévié, de n'être pas restés ce qu'ils étaient.

31 **Ph. L. : Est-ce que, lorsque la communication se met au service d'une ambition, par exemple politique, peut-être pas forcément justifiée, peut-être pas fondée sur des convictions réelles, quand la communication se met au service de l'argent, elle peut encore se prévaloir, comme elle le fait de plus en plus, d'éthique ?**

- 32 Cl. M. : Non, parce qu'elle n'est plus la communication, mais la propagande. Vous venez de parler très bien de la propagande. La propagande, au début, c'était propaganda fide, propager la foi. On voulait qu'il y ait de plus en plus de chrétiens. Mais très rapidement, qu'est devenue la propagande ? Elle est devenue une stratégie de la perversion, étant à la fois la fille, par parthénogenèse, de la publicité et de l'information. Elle a emprunté à l'information son pouvoir de révélation de secret. Si l'on prend l'exemple relativement récent et assez célèbre de Goebbels, révélation du secret : « vous êtes la race supérieure, vous êtes extraordinaires. Il faut détruire les autres pour protéger cette différence. » Ça c'est la part d'information. Puis elle emprunte à la publicité sa force de répétition. On va vous répéter sur tous les tons que vous êtes la race supérieure. Or la publicité, c'est la répétition d'une banalité et l'information, c'est la révélation d'un secret. La publicité peut avoir du génie et être utile mais elle est essentiellement dérisoire. Et ça, c'est une autre de mes batailles depuis toujours : si vous introduisez les techniques de la publicité en politique, vous êtes fichu. Vous rendez la politique elle-même dérisoire. On l'a vu toutes ces années à travers des campagnes toutes plus ridicules et grotesques les unes que les autres qui ont coûté des dizaines de millions et qui ont obligé, en plus, à faire des fausses factures. Cela fait six ans que je me bats contre cela en disant : « arrêtez ou dépensez peu d'argent, car c'est l'argent des contribuables ».

- 33 **Ph. L. : Certes, mais est-ce qu'on n'est pas justement en train de passer d'une société que l'on disait médiatisée à une société médiatique – je reprends la distinction d'Eliseo Veron – ; c'est-à-dire d'une société où on a assisté au développement généralisé des médias à une société dont le fonctionnement même est lié aux médias ? Une action n'est intéressante que dans la mesure où les médias sont prêts à la relayer. Exemple les guerres nouvelle manière, l'arrivée des Américains en Somalie,...etc. On peut aller jusqu'à créer ou déplacer des événements pour les médias.**

- 34 CL M. : Vous avez raison bien entendu. Mais ce que vous appelez « médias », il faudrait l'appeler « connaissance ». Je me préoccupe, moi citoyen Lambda, de la Somalie, parce que je vais voir plusieurs soirs de suite des images d'enfants qui sont en train de mourir. C'est insupportable, et la, c'est vrai que le média télévision joue un rôle important : le fait de me faire dire « ce n'est pas possible ». Et le lendemain, je vais essayer de faire quelque chose. La différence par rapport à ce qui se faisait il y a trois cent ans vient de l'accélération. Cette accélération est en même temps fallacieuse parce qu'elle ne me permet pas d'être au courant de tout, parce qu'elle oblige à laisser tomber toute une série de sujets.
- 35 **Ph. L. : Pour conforter ce que vous dites, on peut constater qu'avant qu'il y ait des interventions en force en Somalie, le problème somalien existait et qu'on en parlait relativement peu. Je me souviens d'un reportage précédant ce « débarquement » et aussi de ce que l'on disait dans les agences photographiques françaises submergées d'offres de reportages émanant des ONG et de leurs suiveurs : « stop, nous sommes gavés de sujets humanitaires ». Avant que cela ne devienne une mode...**
- 36 CL M. : On donne à quelqu'un, ce qui est effroyable, le pouvoir de choisir l'angle qu'il va privilégier et l'information ou le spectacle qu'il va montrer. Et c'est cela l'amélioration ?
- 37 **Ph. L. : Mais c'est fondé sur ce que l'on disait tout à l'heure : le soi-disant intérêt du lecteur, de l'auditeur ou du téléspectateur, croisé par la nouveauté et la prise en considération de zones d'influence – le pré carré pour nous Français à l'exception de parties entières du Globe.**
- 38 CL M. : C'est vrai que c'est croisé. C'est vrai qu'il faut pouvoir y aller. Il faut en même temps que ça fasse des images bien sanglantes parce qu'on sait que les spectateurs que nous sommes sont des voyous-voyeurs. La mort des autres nous montre que nous, nous sommes bien vivants. L'archétype de ce voyeurisme, c'est aujourd'hui Match. Je refuse d'approcher Match à moins de cinq mètres depuis Brel. Depuis qu'un journaliste s'est permis d'aller photographier Brel sur son lit de mort en train d'agoniser.
- 39 **Ph. L. : Pour élargir à la communication dans son ensemble, en particulier à celle des organisations, de quel ordre serait pour vous la responsabilité des communicateurs ? Est-ce qu'elle se renforce, est-ce qu'ils ont de plus en plus de pouvoir ?**
- 40 CL M. : Non. Mais ça dépend de ce que vous appelez communicateurs. Parce que si vous classez dans cette catégorie les journalistes, tous ceux qui parlent, tous ceux qui écrivent, tous ceux qui fabriquent des images, ce n'est pas la même chose que si nous parlons seulement de ceux qui se parent du titre de conseil en communication.
- 41 Plus vous avez de responsabilité, plus vous avez de moyens – je pense en particulier aux directeurs de l'information de la télévision, au directeur de la rédaction du Monde, de Libération ou d'un grand régional –, plus vous devriez être exemplaire. Beuve-Méry est un formidable exemple de ce que peut être un grand journaliste. À la télévision, ce ne sont plus des journalistes, mais des gens qui se battent avec l'Audimat et qui donc tirent de plus en plus bas. Autant on peut trouver dans les journaux, peut-être dans certaines radios, des professionnels qui vont jusqu'au bout de leur métier, autant cette intelligence est impossible à la télévision. Non que les gens soient plus mauvais, mais parce que le medium est regardé par plus de monde. Et parce qu'un pourcentage important (20 ou 30 %) de ces spectateurs n'ont plus de contact avec la politique qu'à travers la télévision.

C'est pourquoi, nous sommes quelques uns à nous battre depuis des années pour un service public qui ne soit pas soumis à l'Audimat.

- 42 La responsabilité est énorme même si, in-fine, cela n'a pas l'importance que l'on croit. Et je reviens à ce que je disais au début de cet entretien : l'individu recueille des sentiments, des impressions, à plusieurs sources. Il ne fait pas son menu d'une seule pomme. Chacun d'entre nous puise à toute une série de fontaines l'eau qui lui permettra de se faire une opinion. Mais il faudrait aussi que nous comprenions que la démocratie, c'est la délégation. Je veux dire par là que c'est choisir celui qui va nous représenter et non pas seulement exiger d'avoir droit à la parole, à la télévision ou ailleurs. Si on fait le calcul de ce que représenteraient deux minutes offertes à chacun, il faudrait mille neuf cents ans pour que tous puissent dire ce qu'ils estiment avoir à dire.
- 43 Ph. L. : Pensez-vous qu'il conviendrait de redéfinir les droits et devoirs des uns et des autres, et je dis bien droits et devoirs à une époque où l'on pense plus sûrement à ses droits qu'à ses devoirs ? Prenons deux exemples : en matière de presse, l'ombudsman vous semble-t-il une bonne solution, en matière d'entreprise, la charte interne ?
- 44 Cl. M. : Absolument. À condition que ce ne soit pas imposé de l'extérieur. Mais l'ombudsman, dont nous connaissons l'exemple d'El Pais, le grand quotidien espagnol, apporte quelque chose de tout à fait intéressant.
- 45 La charte, c'est-à-dire, l'établissement en commun par les salariés d'une règle de vie commune, vaut également. Il y a des choses intéressantes, de ce point de vue, au Japon. Une certaine idée de l'entreprise.
- 46 Ph. L. : Philippe Breton dans « L'utopie de la Communication » oppose Montaigne réfléchissant dans sa tour à l'homo communicans. Est-ce que les techniques de communication en gérant le social n'oublieraient pas l'individu ? Big Brother n'est-il pas tapi quelque part là-dedans ?
- 47 Cl. M. : C'est bien ce qui va se produire. Momentanément, la communication produit du social mais elle génère surtout des individus qui estiment, face à ce qu'ils reçoivent, à ce qu'ils lisent, à ce qu'ils voient, qu'il y a toujours pire qu'eux. Ils acquièrent, en regardant les autres, une légitimité : les autres disent des bêtises, pourquoi n'aurais-je pas moi le droit à la parole ? Par conséquent on produit de l'individu. Mais aussi la réaction inverse. On va vers des Etats autoritaires pour des raisons de protection contre les autres individus. Pour le moment, cela n'apparaît pas. J'ai rejeté le gouvernement précédent en lui imputant la responsabilité de tout. Si mon entreprise a fait faillite, c'est par sa faute. On combat à la fois l'Etat bouc émissaire et on lui en demande davantage.
- 48 Les individus sont en train de faire deux choses différentes : la première est celle de se placer sous l'autorité de quelqu'un qui les domine. On a ressenti dans la dernière élection le besoin de force, de contrôle. En même temps les individus reconstituent des tribus, des familles, des associations, des petits groupes. Ce qui veut dire qu'on va de nouveau vers le tribalisme. Pendant un instant, on a pu croire que l'Europe serait faite par des régions, c'était intéressant, mais maintenant l'Europe se météorise complètement. C'est la même chose en Europe de l'Est. En Hongrie par exemple, il y a les jeunes démocrates, les démocrates plus âgés, les démocrates pointus, les démocrates légèrement émoussés, les anciens communistes devenus socialistes, le Forum démocratique parti du centre en même temps chrétien... Et tout le problème vient de ce qu'il est très difficile de constituer une majorité.

- 49 En France, nous avons voté pour une majorité nette, mais elle va éclater en factions, en groupes, en tribus. Un jour, quelqu'un va décider pour nous.
- 50 Ph. L. : Je vous parle « communication » et vous me répondez « politique » !
- 51 Cl. M. : Parce que c'est la même chose. L'organisation de la Cité est la seule chose qui soit importante. La communication, c'est un vecteur, un moyen, un prétexte la plupart du temps, une façon de faire passer les messages ou éventuellement de récolter des informations. Il n'y a rien en dehors de la politique c'est-à-dire de la gestion des contradictions de la société dans laquelle on vit.
- 52 On ne pourra pas régler ces contradictions. Dans les années qui viennent nous serons surpris par ce qui va se passer en Europe et probablement en France. Nous n'irons pas vers une réduction régulière du chômage. Le rêve écologique s'est écroulé parce qu'il ne pouvait pas tenir le coup. Un sentiment ne peut pas constituer une politique. Et le monde sera de plus en plus politique. Avec à partir des Etats-Unis, une seule puissance forte qui remplacera l'équilibre des forces qu'on a connu pendant quarante ans.
- 53 **Ph. L. : Les techniques de communication ont-elles un rôle là-dedans ?**
- 54 Cl. M. : Non. Je serais ravi de dire le contraire. Tout cela, c'est du bluff. Exemple la campagne de Clinton. Quand Christine Ockrent a interrogé son directeur de campagne, lui a demandé son secret, comme s'il était le plus grand sorcier du monde, il a répondu : « on a écouté les gens » ou encore « il ne faut pas se prendre au sérieux mais il faut faire sérieusement ce qu'on fait ». Cela ne veut pas dire qu'il ait mal fait son travail, qu'il n'ait pas trouvé avec son équipe des formules, qu'il n'ait pas bien utilisé la télévision, mais cela signifie qu'il fallait regarder d'abord comment fonctionnaient les Américains pour avoir le résultat des élections. Derrière Reagan et cette « droite » qui ne s'occupait pas des citoyens est arrivé cet homme qui a dit : « parlez-moi, on va s'occuper de vous ». En plus de ça, il avait un avantage formidable, il avait trompé sa femme, comme les trois-quarts des Américains.
- 55 Ce sont toujours les mêmes méthodes qui marchent. Et pour savoir qui va gagner ou de quel côté aller quand on est professionnel de la communication, il faut savoir choisir ses clients. Vous passerez pour un grand spécialiste uniquement parce que vous aurez compris qui va être élu.
- 56 **Ph. L. : Le cynisme au fond que vous affichez ne démontre-t-il pas que l'action même que vous préconisez est, dans bien des cas, vouée à l'échec, donc inutile ? N'est-ce pas tout simplement une approche fataliste ?**
- 57 Cl. M. : Non, je crois que quelques uns d'entre nous sont bons, intelligents même doués. Je prétends seulement que la plupart des hommes et des femmes politiques sont plutôt mauvais et qu'il y a très peu de personnages de première grandeur de par le monde. Je sais très bien qu'ils pensent d'abord à leur mandat, à leur réélection.
- 58 En 1981, certains économistes disaient qu'on ne pourrait pas réduire le chômage. Les socialistes ont affirmé le contraire dans leurs propositions. De deux choses l'une : ou ils étaient stupides ou ils étaient menteurs. Donc ils choisirent de mentir sinon ils n'auraient pas été élus. C'est ça la communication ? Non, ce sont les faits. Autrement dit, le mensonge est un élément constitutif du discours politique. Dans un régime totalitaire, c'est la propagande. Je crois que nous laissons passer la formidable chance que représente la démocratie et que dans l'Histoire du monde, la démocratie aura l'épaisseur d'une feuille de papier à cigarette. On vient d'évaluer ce que représente globalement la fraude

dans un pays de tradition démocratique comme la France. C'est effroyable ! Imaginez les autres !

- 59 Ph. L. : Vous semblez donc dire que sur les questions de délinquance, les problèmes que connaissent les banlieues,...etc, il n'y a rien à faire ?
- 60 Cl. M. : Non, je ne dis pas qu'il n'y a rien à faire. Si Neuilly continue à être Neuilly et si on persiste à mettre les gens pauvres dans des banlieues pauvres, il ne faut pas être grand clerc pour prévoir que l'on court à la tragédie. Les socialistes ont tenté une péréquation entre les villes. Personne ne veut plus partager. Et plus la menace est forte, moins on a envie de partager. Et plus la misère s'étend, plus le désert prend de la place, moins on donne de l'eau aux autres. Le problème des cinq milliards d'individus, c'est qu'ils ne partageront plus. La prochaine fois qu'on montrera les Somaliens, tout le monde va s'en moquer. Notre seule réaction sera de construire des barricades.
- 61 Regardons la réalité européenne en face. C'est la Société Des Nations. Toutes les courbes se prolongent dans le sens que j'indique. Mais la-dessus il peut y avoir un Big-Bang. Le Christ peut revenir.