Crise de la confiance ou de la communication politique ?

Françoise Boursin

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/2264>

DOI : 10.4000/communicationorganisation.2264

ISSN : 1775-3546

Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

Édition imprimée

Date de publication : 1 novembre 1999

ISSN : 1168-5549

Référence électronique

Françoise Boursin, « Crise de la confiance ou de la communication politique ? », *Communication et organisation* [En ligne], 16 | 1999, mis en ligne le 27 mars 2012, consulté le 01 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/2264> ; DOI : 10.4000/communicationorganisation.2264

Ce document a été généré automatiquement le 1 mai 2019.

© Presses universitaires de Bordeaux

Crise de la confiance ou de la communication politique ?

Françoise Boursin

Introduction

- 1 Confiance et communication politique, voici deux concepts profondément liés, indissociables même, et qui apparaissent pourtant à beaucoup comme deux ennemis irréconciliables ! Paradoxe auquel s'ajoute une double crise : si la confiance est bien la base de la démocratie, la confiance dans le politique traverse une crise profonde ; les hommes politiques ont souvent une image dégradée, et la politique elle-même inspire plus d'une fois le sourire, au mieux, le mépris ou le rejet, au pire, et entre les deux le désintérêt. De leur côté, les politiques pensent que la crise de confiance qui les atteint peut être résolue par le miracle de la communication politique, pourtant elle-même en crise : souvent objet de suspicion, entachée d'une connotation perçue comme négative, elle est rejetée dès qu'elle devient visible. Employée à contretemps, elle risque de miner davantage la confiance. Dans ces conditions, comment la confiance peut-elle réhabiliter la communication politique, et comment la communication politique peut-elle restaurer la confiance ?
- 2 Pour répondre à cette double question, une définition plus précise de la confiance permettra de comprendre comment elle est indispensable pour donner du sens à la vie politique, pour légitimer l'homme politique et pour rendre acceptable la communication politique.
- 3 Cependant cette confiance est soit absente soit au moins insuffisante, et la communication politique, à l'efficacité incertaine, se montre souvent incapable de la ramener. Les raisons de cette situation sont multiples.
- 4 Un cas concret de tentative pour récupérer la confiance défaillante dans une grave situation de crise politique, le discours prononcé par Jacques Chirac le 23 mars 1998, à la suite des difficiles élections des présidents de conseils régionaux, illustrera cette double

crise : l'analyse de cette démarche volontaire permettra de distinguer les intentions positives et les résultats mitigés.

Méthodologie

- 5 Cette réflexion s'appuie sur une double approche : d'une part, une analyse sémantique, étymologique et philosophique des deux concepts de « confiance » et de « communication » ; d'autre part, une analyse du discours du Président de la République, du 23 mars 1998 : ce dernier est appréhendé selon une triple démarche : une étude du contexte politique, une étude thématique et sémantique, et une étude des retombées dans la presse du 24 au 31 mars 1998.

La confiance et la communication politique : deux notions en principe indissociables

Relations entre les concepts

- 6 Il convient tout d'abord d'éclaircir et de légitimer les relations entre les deux concepts principaux, la *communication* et la *confiance*, et le troisième qui les complète, celui de *démocratie*. Les trois notions, que nous étudierons plus précisément dans les pages suivantes, contiennent toutes une idée implicite, la transcendance, et une idée explicite, la relation à l'homme et la foi dans l'homme.
- 7 D'une part, toutes trois s'exercent en visant un objectif commun : la quête d'un idéal, à la recherche d'une valeur supérieure. La confiance peut se rapprocher d'un idéal religieux, et elle s'appuie sur une forme de foi ; la démocratie constitue un idéal politique, en adéquation avec la raison et la justice ; enfin, la communication répond à un idéal de partage des mêmes valeurs : il ne faut pas oublier que le même verbe latin « *communicare* » a donné en français les deux verbes « communier » et « communiquer ».
- 8 D'autre part, elles ne peuvent exister, pour les deux premières d'entre elles, qu'en se fondant sur la relation et la foi dans l'homme : la confiance suppose une réciprocité, un contrat entre les deux parties ; la démocratie exige que le gouvernement croit en la vertu¹, et que les citoyens ajoutent foi à la vertu de leurs représentants. De son côté, la communication vient s'inscrire dans cette triade, mais de manière plus souple : assise elle aussi sur la foi dans l'homme, elle peut pourtant se révéler le moyen de trahir cette relation de confiance, en devenant un simple outil multi-usages et dénué de souci éthique.

Définition de la confiance

- 9 Un « homme de confiance », « Vous pouvez me faire confiance », demander « un vote de confiance », quand le gouvernement, selon l'article 49-2, veut ainsi s'assurer de la majorité à l'Assemblée, voilà trois expressions qui montrent la diversité de l'utilisation du terme « confiance ».
- 10 Pour définir ce concept, il convient de revenir à l'étymologie latine : la *confidentia*, c'est le fait de se fier à quelqu'un, de croire en quelqu'un, en sa parole, et il ne faut pas oublier que la « foi », qui implique une forte croyance, en particulier dans le domaine religieux, vient d'un mot de même racine, *fides*. Le nom *fiducia* est lié à cette même idée de confiance

et, avec une racine commune, touche plutôt le domaine économique et financier, même s'il s'appuie toujours sur cette valeur de confiance.

- 11 Alain Peyrefitte en a tiré en 1995 le titre d'un ouvrage, *La Société de Confiance*, qui s'intéresse davantage au développement économique et religieux des sociétés au cours des siècles, mais qui a pour nous le mérite de creuser ce concept de « confiance ». Il considère² que « l'attitude de confiance » – ou de défiance, qu'il nomme plus souvent « divergence » –, apparaît « comme la quintessence de conduites culturelles, religieuses, sociales et politiques, qui exercent une influence décisive sur le développement ». Et son hypothèse est que « le ressort du développement réside dans la confiance accordée à l'initiative personnelle, à la liberté exploratrice et inventive, – à une liberté qui connaît ses contreparties, ses devoirs, ses limites, bref sa responsabilité, c'est-à-dire sa capacité à répondre d'elle-même ». Ses grands panoramas historiques et ses regards sur les différents pays du monde l'amènent à penser que le développement économique est fortement favorisé dans les États de tradition protestante.
- 12 Il suit ainsi la thèse de Max Weber présentée dans *L'Éthique protestante et l'Esprit du capitalisme*. Mais son originalité est de placer la différence dans la mentalité des hommes : ces États sont aussi ceux où la confiance en l'individu est la plus forte, et où la défiance ne s'exerce pas à l'égard de l'argent comme dans la tradition catholique.

Confiance et démocratie

- 13 Mon propos n'est pas ici de m'appesantir sur l'aspect économique, mais sur les rapports de la *confiance* et de la *démocratie*, et par là de la *communication politique*.
- 14 Est-il utile de rappeler que la naissance de la démocratie dans l'Athènes du V^e siècle coïncida avec la toute nouvelle confiance en l'homme, qui se manifesta aussi bien dans la philosophie que dans l'art ? À cette époque, l'homme est au centre du monde, de la pensée et de la représentation plastique. En politique, on fait confiance à l'homme : la démocratie directe suppose en effet que la cité fait confiance au citoyen, et le citoyen manifeste sa confiance par son vote direct. L'absence de confiance, inévitable quand la vertu du citoyen et de l'homme politique devient chancelante, mène à toutes sortes de dérives, que Montesquieu décrit dans *L'Esprit des Lois* : la monarchie, le despotisme ou l'anarchie.
- 15 Dans la démocratie indirecte, système largement partagé aujourd'hui, la confiance prend une place encore plus cruciale : non seulement le citoyen, pour élire son représentant, doit lui faire confiance, mais cette confiance doit durer tout au long du mandat. De plus, cette confiance de l'électeur ne doit pas seulement porter sur l'homme qu'il choisit, mais aussi sur le système représentatif.
- 16 De son côté, l'homme politique a besoin de la confiance des citoyens pour être élu, pour gouverner, et pour être réélu. Et cette confiance est mesurée en grandeur réelle lors des élections, ce qui a toujours existé à périodicités définies, mais, de manière plus récente par les sondages et divers baromètres d'image, dont la France détient le record du monde : « Faites-vous confiance à M. X pour... gouverner, être président de la République, premier ministre... ? ».

Confiance et crise de la communication politique

- 17 Cette confiance est d'autant plus indispensable dans le cadre de la communication politique que cette dernière n'inspire guère confiance, tout au moins dans notre pays. Depuis les Sophistes, une suspicion pèse sur les méthodes de persuasion, et la rhétorique n'a toujours pas bonne presse aujourd'hui : c'est en effet que Protagoras et Gorgias sont le plus souvent regardés à travers les yeux de Platon³. Si nos hommes politiques utilisent des conseillers en communication et appliquent un certain nombre de principes incontournables pour faire passer leurs idées, ils évitent de s'en vanter trop ouvertement. Jacques Pilhan n'était pas toujours sous les feux de la rampe, Claude Chirac fait preuve d'une attention discrète, et les autres sont plus souvent derrière le miroir que sur la scène.
- 18 La communication politique, non en tant que science d'observation, mais en tant que pratique, se trouve ainsi dans une situation paradoxale : elle présente elle-même un déficit de confiance, et en même temps, elle est chargée de susciter ou de restaurer la confiance que les citoyens ont dans l'homme politique ou dans la politique. Elle permet d'expliquer un programme ou des mesures, elle met en avant des valeurs communes, elle provoque l'adhésion, par la pédagogie, par la raison, ou par la séduction, l'émotion ou même l'illusion, elle désamorce les conflits, elle cisèle, affine ou modifie subtilement l'image d'un homme ! Elle aide à utiliser les médias, et à l'époque de la « médiocratie », pour reprendre le titre du livre de François-Henri de Virieu⁴, comment en faire l'économie ? En un mot, la démocratie ne peut vivre sans elle, et son ressort fragile est la confiance : si ce ressort se brise, si les ficelles deviennent trop grosses⁵, la communication politique, jugée légitime même quand elle est critiquée, prend les habits de la propagande, et le jeu démocratique est alors en danger.

Mais deux notions à la cohabitation difficile

Perte de confiance dans la politique, perte de confiance dans la communication politique : un lien de causalité ?

- 19 La confiance est indispensable à la communication politique, tout au moins dans une démocratie, où elle ne doit être qu'un moyen de mise en forme et de mise en sens, et non un voile de prestidigitateur, ou un « miroir trop équivoque »⁶.
- 20 Mais la situation est particulièrement difficile quand une grave perte de confiance apparaît, aussi bien à l'égard des institutions que des hommes politiques : lorsque ces derniers sont placés en dernière position à côté des prostituées, dans un sondage où l'on demandait aux jeunes quel métier ils souhaitaient exercer plus tard, lorsque les candidats à l'ENA (Ecole Nationale d'Administration), dans une immense majorité, semblent considérer comme une aberration choquante la perspective de faire un jour de la politique, alors que 10 à 15 % des promotions de leurs aînés avaient fait ce choix⁷, on peut donner deux objectifs à la communication politique : soit disparaître, si on juge qu'elle est sur un bateau en perdition, soit tenter d'aider les politiques à restaurer la confiance, si on la considère comme un remède efficace malgré tout.
- 21 Il est évidemment illusoire de penser qu'elle peut agir seule : à une époque où le désintérêt des citoyens se manifeste par l'abstention et la baisse du militantisme, où les partis éclatent, chacun à sa manière, pour renaître sous des formes diverses et plus ou

moins crédibles telles que *l'Alliance* ou la *Gauche plurielle*, la communication politique n'est pas une potion-miracle. Elle ne peut avoir une influence réelle que si elle est utilisée à bon escient, c'est-à-dire pour accompagner et soutenir une politique cohérente, pour mettre en exergue des valeurs que partagent une majorité de citoyens et autour desquelles ils peuvent se rassembler, ou pour rendre plus lisible la personnalité d'un homme politique..

Des causes diverses pour une crise de confiance

- 22 Il faut d'abord rappeler que la France n'est pas le royaume de la confiance, comme l'atteste toute une tradition historique⁸ : il ne s'agit pas là d'une situation de crise, mais d'un état d'esprit permanent. Mais il semble que cette confiance dans la politique, qui est déjà relativement faible en temps habituel, subit aujourd'hui une crise particulièrement inquiétante. Ce n'est pas une crise ponctuelle, comme celle qui eut lieu en décembre 1995, au moment de la réforme Juppé sur la Sécurité sociale ; c'est une crise qui existe de façon chronique, et qui se manifeste de manière aiguë à la première occasion.
- 23 Plusieurs raisons peuvent expliquer cette situation de défiance. On peut invoquer les alternances et les cohabitations successives, qui ont fait penser aux électeurs, de droite comme de gauche, qu'il existe en réalité peu de marge de manœuvre, que toutes les politiques se valent, et, en poussant à peine le raisonnement, que les hommes politiques sont, au choix, « tous menteurs », « tous pourris », « blanc bonnet et bonnet blanc »⁹ et que « les promesses n'engagent que ceux qui les reçoivent »¹⁰.
- 24 On peut aussi mettre en avant les distorsions entre le discours politique et les préoccupations quotidiennes : les citoyens ne se reconnaissent plus vraiment dans les idéologies des partis, dont les positions actuelles sont souvent bien éloignées de leurs principes d'origine ou des circonstances de leur création ; c'est le cas du RPR (Rassemblement pour la République) par rapport au Général De Gaulle, de l'UDF (Union pour la Démocratie Française) par rapport à Valéry Giscard d'Estaing, du PS (Parti Socialiste) devenu aujourd'hui social-démocrate, et même du PC (Parti Communiste) par rapport aux principes staliniens...
- 25 Il ne faut pas oublier non plus les intérêts personnels, les querelles de chapelle, les ambitions plus ou moins avouées, ou même des démarches qui semblent légitimes ou en tout cas compréhensibles dans le monde politique, mais dont les motivations échappent totalement aux citoyens. Ces conduites mal comprises et mal jugées nuisent fortement à la confiance que les Français placent dans la politique : les récentes élections régionales au mode de scrutin plus ou moins bien interprété, et plus particulièrement les élections des présidents des conseils régionaux, qui sont apparues à beaucoup comme des tours de passe-passe ou des duperies, la lutte fratricide à la Mairie de Paris, constituent quelques exemples de cette dérive.
- 26 Enfin, les « affaires » en tout genre ont un rôle très néfaste, qu'elles touchent le président du Conseil Constitutionnel et sapent la confiance dans cette respectable institution, ou bien des hommes politiques mis en cause pour le financement de leur parti ou pour un enrichissement personnel, ou encore, aux États-Unis, les raz de marée Paula Jones ou Monica Lewinski, qui font planer le doute sur la vertu du Président... ou, plus grave, sur sa parole.

La communication politique pour restaurer la confiance ?

- 27 Que peut alors la communication politique devant cette dégradation de l'image de la politique et de l'homme politique ?
- 28 Elle peut avoir une influence certaine, à condition que les hommes politiques l'utilisent intelligemment. Penser qu'une émission télévisée, avec des journalistes réputés et une mise en scène à grand spectacle, va faire accepter les idées de l'homme politique en baisse dans les sondages, est en général illusoire. L'émission ainsi montée pour Jacques Chirac, le 13 mars 1997, sur l'emploi des jeunes, à la Cité des sciences de La Villette, même si elle était techniquement bien conçue, a été peu suivie par la cible visée, et n'a pas sensiblement amélioré l'image du Président¹¹.
- 29 Il ne faut d'ailleurs pas négliger le risque que ce type de prestation soit jugé comme un succès sur le plan du spectacle, mais manque de crédibilité : le résultat est alors l'inverse de celui escompté ; c'est la mésaventure qui est arrivé par le passé à Valéry Giscard d'Estaing après quelques années de présidence : il finit par être considéré comme un excellent acteur, très doué pour la mise en scène, mais le public le voyait comme un acteur et non plus comme un Président¹².
- 30 C'est la même situation paradoxale que connut Georges Marchais : au fur et à mesure que ses prestations télévisées obtenaient un succès d'audience de plus en plus assuré, le parti communiste ne faisait que décliner, tandis que lui-même perdait toute crédibilité : il était perçu comme un remarquable acteur comique, qui se parodiait lui-même ; il était en quelque sorte sa propre marionnette, que les téléspectateurs attendaient avec impatience, mais qui n'inspirait aucune confiance, ni aux électeurs des autres partis, ni même à ceux de son propre parti¹³.
- 31 La confiance est une valeur fragile et qui échappe souvent au rationnel : certains inspirent confiance, d'autres moins, et la confiance ne se programme pas, ne se décrète pas. Certains échouent quand ils veulent la faire passer trop systématiquement : ce fut le cas de François Bayrou, qui voulait faire reprendre dans les journaux le principal thème de son discours du 21 juin 1996 sur la réforme de l'Université : « Le rétablissement de la confiance à l'égard de l'université française, ce n'est pas seulement justice pour ceux qui la font vivre et qui doivent voir leurs efforts reconnus, c'est en réalité la condition même de sa survie et de son épanouissement ». Le *rétablissement de la confiance* fut repris dans 4 journaux sur 14 !
- 32 Édouard Balladur premier ministre inspirait confiance à une grande majorité de Français ; il perdit peu à peu cette confiance au cours de la campagne présidentielle, et il est bien apparu qu'un tel atout endommagé est très difficile à retrouver : seul le temps peut permettre un rétablissement.
- 33 On peut noter qu'à l'inverse, aux États-Unis, Bill Clinton a fait une remontée spectaculaire dans la confiance des Américains après ses récents déboires : la communication a certes joué son rôle, mais il semble aussi qu'il y ait eu un décalage entre la virulence des attaques médiatiques et le degré réel d'indignation des citoyens, plus tolérants que la presse ne le pensait¹⁴ ! Il faut rappeler aussi que les citoyens ont été sensibles à la bonne santé de l'économie et à la baisse du chômage : ils étaient donc tout prêts à suivre Bill Clinton sur le terrain politique où il cherchait à entraîner le débat.
- 34 Il est certain que la confiance est un bien précieux pour mener une politique et garder ou retrouver une force d'influence. Mais s'il existe des « marchands de confiance », il faut

bien savoir que d'un côté, la confiance se travaille, mais que, de l'autre, elle est irrationnelle et impalpable : au plus haut pendant l'état de grâce, elle peut tomber au plus bas au bout de quelques mois. Alain Juppé en fit l'amère expérience, et les médecines tardives de communication ne pouvaient plus rien pour lui ; une telle crise de confiance ne pouvait plus être surmontée par un quelconque artifice communicationnel.

Une tentative pour regagner la confiance des Français : le discours de Jacques Chirac après la crise des élections régionales

- 35 Le discours que Jacques Chirac prononça à la télévision le 23 mars 1998, le lendemain des élections des présidents de conseils régionaux, est assez significatif d'une remarquable tentative de récupération de confiance.

Une situation inédite de confusion politique

- 36 Pour faire un bref rappel de la situation ce jour-là, il faut évoquer le choc des résultats des élections régionales elles-mêmes, où la droite, loin de penser garder 20 régions sur 22, s'attendait soit à un désastre total, soit, pour le moins, à une défaite sévère. La gauche, quant à elle, sans faire de triomphalisme excessif, espérait, au pire une nette amélioration de sa situation, et au mieux, un renversement total de l'équilibre des forces.
- 37 Or, que se produisit-il le 15 mars ? Une situation peu claire, où seule une petite minorité de régions étaient acquises d'office soit à la droite, soit à la gauche, tandis que la plupart restaient dans une dangereuse incertitude, liée au rôle d'arbitre que le Front National était tout à coup en mesure de jouer.
- 38 La semaine qui suivit fut marquée par une série de rumeurs, de tractations, d'appels à la raison des chefs de partis de droite, aussi bien au RPR qu'à l'UDF, pas toujours très écoutés des intéressés et des militants, et d'anathèmes lancés par la gauche contre les candidats qui accepteraient les voix du FN (Front National).
- 39 Le 20 mars, jour de l'élection des Présidents des Conseils régionaux, ce fut une grande confusion, puisque, une fois les situations simples réglées rapidement, divers cas de figures purent être observés. Certains retardèrent l'élection, après d'innombrables interruptions de séances, qui s'expliquaient par les atermoiements et les dissensions, tandis que cinq présidents de Conseils régionaux étaient élus avec des voix du Front National, de manière plus ou moins avouée. Et les deux régions-phares, l'île de France et Provence-Alpes-Côte d'Azur, étaient en sursis, avec des coups de théâtre à répétition.
- 40 Au milieu de ce « tremblement de terre », de ce « séisme politique », pour reprendre les termes utilisés par la presse¹⁵, une immense majorité d'électeurs était en décalage total avec les états-majors politiques : soit ils désapprouvaient les ordres du RPR et de l'UDF quand ces derniers condamnaient toute alliance avec le FN, soit ils désapprouvaient les candidats qui étaient passés outre, soit ils ne reconnaissaient pas leur vote dans le résultat final.
- 41 Quelle que soit leur position, les citoyens étaient en train de perdre le peu de confiance qui leur restait dans la démocratie, dans le système représentatif, dans le mode d'élection, et surtout dans les hommes politiques, qui leur apparaissaient comme plus sensibles à leur intérêt personnel qu'à l'intérêt général.

Une démarche volontaire de communication

- 42 Devant la violence du danger, et pensant peut-être, comme tout bon stratège, tirer un avantage d'une situation *a priori* défavorable, le Président de la République décida, le dimanche 22, qu'il parlerait le lundi 23 mars. Il pensait sans doute qu'il pouvait trouver là une occasion, non seulement de ramener les hommes politiques à plus de décence, sinon plus de raison, mais aussi qu'il pouvait retrouver la « confiance » des Français. Et il faut bien dire que c'est souvent dans ces périodes de chaos qu'un Président de la République est perçu comme l'ultime recours, l'homme providentiel, de qui va émerger le salut : le mythe de la guérison des écrouelles n'a pas disparu en même temps que la monarchie de droit divin !
- 43 Ce discours, prononcé dans une période de forte crise, à la fois chez les simples citoyens et chez les hommes politiques, est très marqué par la recherche de la confiance : on ne peut s'empêcher de penser à la traditionnelle *captatio benevolentiae*, figure obligée de tout orateur romain pour commencer son discours et s'assurer la bienveillance des auditeurs. Ce que prônait Cicéron dans le *De Oratore*, Jacques Chirac le met en pratique dans ses paroles, prononcées sur un ton de gravité inhabituelle à 20 heures, à la radio et la télévision, du palais de l'Élysée.
- 44 Cet appel à la confiance, qui devrait permettre de surmonter une dérive inquiétante dans le monde politique et ses pratiques, se traduit principalement de trois manières : par une recherche de la connivence, par l'affirmation de la sagesse protectrice et compréhensive, par l'avance de propositions présentées comme des remèdes.
- 45 La recherche de la connivence apparaît dès les premiers mots dans la formule d'appel « mes chers compatriotes », répétée plus tard dans le discours.
- 46 Mais c'est surtout par une prise de position commune avec le citoyen moyen, entre hommes de bon sens, qu'il faut voir un appel à la confiance : des expressions répétées trois fois comme *j'ai le sentiment que*, suivies d'expressions de *monsieur tout le monde* telles que *on est en train de perdre le sens des choses* ou *on risque d'abîmer la France* ou encore *il est malsain de jeter de l'huile sur le feu*.
- 47 C'est enfin par un appel aux valeurs commune ; le mot *valeurs* est répété trois fois, mais l'explicitation des valeurs est beaucoup plus présente : *liberté, égalité, fraternité*, la politique, *c'est l'honnêteté et le respect de l'autre*, la politique, *c'est défendre un idéal, c'est être au service de ses concitoyens* ; et aussi une fierté commune d'être français, qui devrait conduire à cesser « de donner à notre peuple, de plus en plus critique, et aux étrangers, de plus en plus surpris, le spectacle d'une vie politique plus soumise aux intérêts particuliers qu'aux exigences légitimes des Français et aux intérêts de la France ». N'oublions pas que la principale valeur commune exaltée, c'est la France, nommée trois fois, *notre pays*, six fois, *Français*, deux fois et *Françaises*, une fois, *national(e)*, cinq fois. C'est à la fois un appel au sentiment d'appartenance et à la grandeur et la fierté nationales gaulliennes (la France est qualifiée de « pays pionnier, pays-phare des libertés ») et un rappel des sentiments républicains partagés par tous, ou presque.
- 48 L'affirmation de la sagesse protectrice se manifeste d'abord dans la définition de son rôle : « garant de la cohésion nationale », titre qu'affectionnait aussi François Mitterrand en période de cohabitation, respectueux des institutions puisqu'il faut la force des « circonstances » pour *l'obliger à sortir de la réserve qu'exige sa fonction*.

- 49 Cette sagesse se traduit aussi dans la position de père sévère mais juste, qui comprend ses enfants, mais les gronde quand ils manquent à leurs devoirs, tout en les traitant avec équité : c'est ainsi qu'il fustige également « la droite républicaine, qui peut convaincre sans se renier », la gauche, « qui devrait être plus mesurée dans ses jugements et plus responsable dans ses critiques », et enfin les électeurs du Front National – qu'il prend bien soin de distinguer du parti lui-même, qualifié de « xénophobe et raciste » – qui devraient « mesurer leurs responsabilités ».
- 50 Cette sagesse apparaît enfin, mais de manière plus subtile, dans la position de pilote lucide que s'attribue l'orateur : il juge, il comprend, il rappelle à l'ordre, il donne des explications de la situation, il se place dans le rôle de l'interprète d'une situation confuse. Il est le voyant qui comprend le passé et perçoit l'avenir, il est l'homme d'influence qui peut infléchir la désastreuse tendance actuelle de la politique française ; c'est ce qu'il affirme dans la dernière phrase de son allocution : « De l'épreuve que traverse notre vie politique, sachons tirer l'énergie, l'imagination et la force pour dessiner le visage de la démocratie française de demain ».
- 51 Devant cette situation critique, le président de la République se place comme un homme à qui l'on peut faire confiance pour avancer des propositions présentées comme des remèdes. Il faut changer « une loi électorale inadaptée », « le temps est venu de réagir », « le temps est venu de moderniser notre vie politique » qui « doit être plus proche des citoyens, plus transparente, mieux répondre aux exigences de la morale et de l'efficacité ». Quelques précisions sur le non-cumul des mandats, la place des femmes dans la vie publique, et « le renouvellement des élus » viennent compléter ces remèdes. Mais il faut noter que le Président ne fait que proposer sans imposer, et il va procéder démocratiquement en faisant des consultations diverses et nombreuses ; c'est seulement ensuite qu'il dira ce qu'il croit bon pour notre pays.

Une victoire de la communication sur la crise ?

- 52 Cet exercice de communication politique du président de la République, auquel sa fille Claude et Jacques Pilhan ont donné une dramaturgie particulière, si l'on en croit *Le Point*¹⁶ fut-il un succès pour ramener la confiance ? La réponse est nuancée : si la réaction des journalistes fut plutôt favorable, l'opinion publique se montra très partagée. Quant aux élus, ils continuèrent pour la plupart leurs jeux de pouvoirs.
- 53 Les médias ont dans l'ensemble approuvé l'initiative de Jacques Chirac, même si on a vu apparaître ici ou là des réserves sur sa sincérité. La réaction du *Monde* est particulièrement frappante à cet égard¹⁷ : « Le vrai changement de ton dans cette communication présidentielle vient du fait que, par-delà le message adressé à la nation, c'est en chef de la droite que M. Chirac s'est imposé lundi soir... L'allocution de lundi lui donne une nouvelle légitimité... Rarement discours présidentiel fut aussi clair... Ce n'est pas un discours de consensus... ce n'est pas un commentaire de l'actualité, c'est un engagement ».
- 54 L'éditorial du même journal¹⁸ est tout aussi élogieux : « C'est le Président de la République qui s'est exprimé avec toute l'autorité qui s'attache à sa fonction. Il a su s'adresser aux Français avec la fermeté, la clarté, la conviction qui convenaient... Il ne trahit pas son rôle d'arbitre, bien au contraire. La sincérité de Monsieur Chirac ne peut être mise en doute ». On peut donc dire que cet exercice de confiance est réussi pour *Le Monde*, qu'on ne peut soupçonner d'une indulgence excessive à l'égard du président de la République.

- 55 Il en est de même pour *Le Figaro*, mais l'examen présentait moins de difficultés. L'éditorial de Michel Schiffres¹⁹ est on ne peut plus clair : « On ne trouvera rien à redire au diagnostic du président de la République... ». Pour le reste, les compliments ne manquent pas, mais le contraire serait étonnant.
- 56 Plus significatif est le relatif satisfecit de *Libération* : « Jacques Chirac joue là son septennat. Pour le sauver, il lui revenait de tenter de mettre le holà. Il s'y est employé hier, avec force et clarté ». Et le journaliste²⁰ approuve la plupart de ses paroles, et en particulier le fait d'avoir « désigné le Front National pour ce qu'il est, un parti de nature raciste et xénophobe, une première heureuse pour un chef d'État ». Les critiques ne manquent pas par la suite, et en particulier le titre « Le Président, le pyromane-pompier ».
- 57 Cette approbation assez largement partagée, qu'on pourrait retrouver chez de nombreux commentateurs de la radio et de la télévision, fut beaucoup moins unanime dans l'opinion publique : d'après un sondage de l'IFOP²¹ (Institut Français d'Opinion Publique), J. Chirac a reculé de 7 points, alors que sa cote avait monté de 9 points le mois précédent. Il se trouve ainsi à 47 % d'opinions favorables (au lieu de 54 %) tandis que L. Jospin reste stable à 51 % ; 38 % sont mécontents, ce qui représente une hausse de 5 points par rapport à février. Il est précisé que l'intervention du chef de l'État du 23 mars n'a pas sensiblement changé ces résultats. Ce manque de confiance enregistré dans l'opinion publique, et qui concerne donc l'ensemble des Français, serait vraisemblablement encore plus forte si l'on évaluait la satisfaction parmi les militants des partis politiques ou les adhérents des clubs de réflexion.
- 58 Enfin, parmi les candidats, s'ils ne se sont pas positionnés explicitement par rapport au discours du Chef de l'Etat, contrairement aux chefs des partis politiques qui ont presque tous marqué leur approbation, qu'ils s'appellent Philippe Séguin, François Léotard, François Bayrou, François Hollande ou Robert Hue, on peut constater des réactions très diverses, qui sont loin de faire la preuve de la confiance : des présidents élus ont démissionné, puis se sont parfois fait réélire par les mêmes, d'autres ont gardé leur fauteuil, d'autres enfin ont laissé la gauche l'emporter, ce qui n'empêche pas d'importantes difficultés de fonctionnement. Et ce psychodrame a eu incontestablement d'importantes répercussions sur les partis de droite : implosion de l'UDF, création de l'Alliance, menée alors par Philippe Séguin et François Léotard, séparation de la « Droite Libérale » dirigée par Alain Madelin.
- 59 Peut-on dire que, dans cette circonstance précise, la communication politique fit bon ménage avec la confiance ? On peut répondre oui sur le plan formel, sur le plan de la communication, et à l'intérieur du cercle politico-médiatique. En est-il de même avec « les vraies gens », comme disait Chirac lui-même lors de sa campagne présidentielle ? On ne peut pas en être aussi sûr. Quant aux hommes politiques qu'il voulait rappeler à l'ordre, ils n'ont pas tous senti que la fin de la récréation avait sonné !

Conclusion

- 60 Crise de la confiance, crise de la politique, crise de la communication politique : les trois crises coexistent, et il apparaît, au terme de cette réflexion, qu'elles entretiennent des rapports fort complexes. La confiance et la communication politique ne peuvent vivre l'une sans l'autre, mais elles ont aussi la tentation permanente de se détruire quand la

balance penche trop fort d'un seul côté. La communication est nécessaire pour entretenir la confiance, sinon pour la créer. Mais si elle apparaît, sous forme de technique ou de truchement, elle porte un coup fatal à celle qu'elle veut soutenir. Toute l'habileté est de pratiquer la communication politique en lui laissant une place modeste, au moins en apparence ; c'est ainsi qu'on a le plus de chance d'entretenir la confiance. C'est ce que fait le gouvernement Jospin aujourd'hui, avec un indéniable succès.

- 61 Si la confiance traverse une grave crise, la communication risque bien de se montrer impuissante, car elle est elle-même beaucoup trop en crise pour sembler innocente dans une entreprise de sauvetage. Quant à la politique, dont l'image est détériorée, elle a tout intérêt à retrouver la confiance des électeurs ; mais là, ce n'est plus tant une affaire de communication qu'une profonde transformation devenue nécessaire : une refondation des valeurs, une prise en compte de l'éthique, et une adéquation avec les attentes réelles des citoyens, en oubliant les jeux suicidaires des « politiciens ».

BIBLIOGRAPHIE

BOUDON Raymond et CHAUNU Pierre, *Autour d'Alain Peyrefitte : Valeurs et modernité*, Paris, Odile Jacob, 1996, 366 p.

DEBRE Régis, *L'État séducteur*, Paris, Gallimard, 1993, 208 p.

JULY Serge, *30 ans de Communication politique*, TF1, 14 et 21 septembre 1987.

LAGADEC Patrick, *Stratégies de communication de crise*, Paris, Mc Graw Hill, 1986, 330 p.

MOUCHON Jean, « Les incertitudes de l'écoute en politique », *Mots*, Paris, 1994, n° 40, pp. 66-80.

NEVEU Éric, « Médias et construction de la « crise de la représentation », le cas français », *Communication*, Montréal, 1993, n° 1, vol. 14, pp. 21-54.

PEYREFITTE Alain, *La société de confiance*, Paris, Odile Jacob, 1995, 556 p.

PLATON, *Protagoras et Gorgias*.

QUERE Louis, *Des miroirs équivoques aux origines de la communication moderne*, Paris, Aubier, 1982, 214 p.

REVERET Régis, *Les médias et la communication de crise*, Paris, Economica, 1997, 114 p.

SCHWARZENBERG Roger-Gérard, *L'État-Spectacle*, Paris, Flammarion, 1977.

TIXIER Maud, *La communication de crise : enjeux et stratégies*, Paris, Mc Graw Hill, 1991, 270 p.

VIRIEU François-Henri de, *La Médiacratie*, Paris, Flammarion, 1990, 300 p.

WOLTON Dominique, *Penser la communication*, Paris, Flammarion, 1997, 410 p.

NOTES

1. Montesquieu, *L'Esprit des Lois*, III, 3.

2. Page 15
 3. Platon, *Protagoras, Gorgias*
 4. François-Henri de Virieu, *La Médiacratie*.
 5. Roger-Gérard Schwarzenberg, *L'État-Spectacle*.
 6. Louis Quéré, *Des miroirs équivoques aux origines de la communication moderne*.
 7. Expérience de membre assesseur au jury de l'ENA, 1996.
 8. Alain Peyrefitte, *La Société de Confiance*.
 9. Jacques Duclos, élection présidentielle de 1969.
 10. Charles Pasqua, une de ses formules favorites.
 11. J. Chirac, Spécial Jeunes, en direct de la cité des sciences de La Villette, TF1, 13 mars 1997
 12. Roger-Gérard Schwarzenberg, *L'État-Spectacle*.
 13. Serge July, *30 ans de Communication politique*, 1987.
 14. Laurent Zecchini, Bill Clinton, « Le Président Téflon », *Le Monde*, 19-20 avril 1998.
 15. *Le Figaro*, 21 et 23 mars 1998 ; *Le Monde*, 22-23 et 24 mars 1998.
 16. Catherine Pégard, *Le Point*, 28 mars 1998, p. 50.
 17. *Le Monde*, 25 mars 1998.
 18. *Le Monde*, 25 mars 1998, p. 14.
 19. *Le Figaro*, 24 mars 1998, p. 1.
 20. Jean-Michel Thénard, *Libération*, 24 mars 1998.
 21. *Le Monde*, 31 mars 1998.
-

RÉSUMÉS

Confiance et communication politique semblent indissociables et irréconciliables. Paradoxe auquel s'ajoute une double crise : de nombreux hommes politiques pensent que la crise de la confiance qui les atteint peut être résolue par le miracle de la communication politique, tandis que cette dernière, objet de suspicion, est rejetée sitôt visible. Employée à contretemps, elle risque de miner davantage la confiance. Pourtant, la confiance est indispensable à la démocratie, légitimant l'homme politique et rendant acceptable la communication politique.

Au-delà de la réflexion théorique, l'analyse d'un cas concret de tentative pour récupérer la confiance défailante, le discours prononcé par Jacques Chirac après les difficiles élections aux présidences de régions, permettra d'analyser les composantes de cette double crise.

Trust and communication in the field of politics seem to be indissociable and yet irreconcilable. In addition to this paradox, many politicians assume that this lack of trust can be resolved by the miracle of political communication, whereas it is often regarded with suspicion and is immediately rebuffed as soon as it becomes apparent. Moreover, when such communication exercises are misused, trust can further be eroded. Nevertheless, trust is an essential part of democracy, legitimising politicians and making political communication more acceptable. Beyond theoretical thinking, the analysis of a concrete case of communication used to restore electoral trust – the address made by Jacques Chirac after the controversial elections to the presidency of the regional assemblies – provides a useful analysis of the elements of this dual crisis.

INDEX

Mots-clés : communication de crise, communication politique, confiance, Président de la République

AUTEUR

FRANÇOISE BOURSIN

Françoise Boursin, agrégée de Lettres classiques, est professeur en Sciences de l'information et de la Communication au CELSA (Paris IV Sorbonne). Sa thèse portait sur les discours de vœux des Présidents de la V^e République. Elle continue à travailler dans le domaine de la communication politique, en particulier dans le cadre de l'analyse des discours et des relations avec les médias.