Aurore GORIUS, Michaël MOREAU, *Les gourous de la com'. Trente ans de manipulations politiques et économiques*

Paris, Éd. La Découverte, coll. Cahiers libres, 2012 (2^e édition), 331 p.

Vincent Mariscal

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/8560>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.8560

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 31 août 2013

Pagination : 448-451

ISBN : 978-2-8143-0162-7

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Vincent Mariscal, « Aurore GORIUS, Michaël MOREAU, *Les gourous de la com'. Trente ans de manipulations politiques et économiques* », *Questions de communication* [En ligne], 23 | 2013, mis en ligne le 30 septembre 2013, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/8560> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.8560>

n'abolit pas l'antiracisme en tant que conception humaniste. Ensuite, Oriana Fallaci est, écrit-il (*ibid.*, p. 158), « une athée libérale éclairée » et l'athéisme de Slavoj Žižek le pousse à se rapprocher d'elle face aux croyants musulmans. Néanmoins, lorsque l'essayiste italienne décrit les musulmans comme des rats, il ne s'agit plus de « délaissier un mantra », mais de verser dans l'insulte la plus humiliante. Quant à son passage au sujet de l'« octogénaire », Gaston-Armand Amaudruz, condamné par la justice suisse, elle transforme un militant néonazi en historien et explique que son révisionnisme, comme celui de Robert Faurisson, consiste à « revoir l'Histoire, c'est-à-dire la raconter d'une façon différente de la version officielle » (Oriana Fallaci, *La Force de la raison*, trad. de l'italien par Victoire Simon, Monaco, Éd. du Rocher, 2004, p. 27) ! Que ce soit chez Slavoj Žižek ou chez les auteurs présentés par Sébastien Fontenelle, on note la même confusion entre le *politiquement correct* et le *respect à autrui* : dans le second cas, il n'y a pas un prétendu *tabou de l'immigration*, mais une volonté de ne pas condamner telle personne sur le simple fait qu'elle est d'origine étrangère et de ne pas faire de raccourcis simplificateurs. Se permettre d'insulter des populations entières ou de réhabiliter des révisionnistes n'a rien à voir avec une critique du *politiquement correct* dans tout ce qu'il a de contestable.

Le constat final est particulièrement sombre : Sébastien Fontenelle juge que cette libération d'une parole raciste a des conséquences graves parmi lesquelles des agressions contre des musulmans de plus en plus importantes en France (mais qui ne seraient pas répercutées dans les médias) et, évidemment pire, le massacre perpétré par Anders B. Breivik. À ce sujet, le livre a été écrit avant l'*Éloge littéraire d'Anders Breivik* de Richard Millet (*Langue fantôme*, suivi de *Éloge littéraire d'Anders Breivik*, Paris, P.-G. de Roux, 2012), qui entrerait parfaitement dans la discussion puisque cet écrivain s'attaque aussi à la « dictature » du *politiquement correct* et croit au choc des civilisations. S'il n'a pas cette conviction que l'Occident va devoir affronter les pays musulmans, Sébastien Fontenelle laisse supposer que le climat actuel est celui d'une future guerre civile.

En outre, lorsqu'un journaliste critique les méthodes d'autres journalistes, on est en droit de s'intéresser à ses propres méthodes de travail. Si le livre est, selon l'éditeur, « rigoureusement documenté » (quatrième de couverture), on peut regretter que, sur le plan des sources, le lien du site internet d'un individu non identifié (p. 60 ; accès : www.vieuxsinge.fr) soit traité d'une manière identique à un livre publié aux

Presses universitaires de France ou aux Éditions Le Seuil (pp. 53, 57). Parce qu'il a adopté un style vif, le journaliste-auteur est conduit à multiplier les citations très brèves, hachées, qui, en conséquence, risquent d'être orientées. Enfin, à la fin de l'ouvrage, une question demeure sans réponse : où débute et où s'arrête l'éditocratie ? Quand un éditorialiste du *Monde* va dans son sens en fustigeant les propos de Brice Hortefeux, Sébastien Fontenelle ne cite pas son nom (p. 108). De même, Laurent Joffrin fait partie des cibles favorites, mais, lorsqu'il semble évoluer et partager le point de vue de l'auteur, ce dernier lui reproche de ne pas être cohérent (p. 143). La quatrième de couverture annonce un « essai au lance-flammes » et il est vrai que l'auteur manque parfois de mesure.

Le travail de Sébastien Fontenelle s'apparente souvent à de l'analyse lexicologique car, pour lui, le choix des termes employés par les briseurs de tabou est essentiel. Puisqu'il présente des professionnels de l'écrit, il est d'autant plus affligeant de lire certaines approximations, surtout lorsque la majorité des personnes citées ne sont pas d'obscurs pigistes mais des figures notables du monde intellectuel français qui, au lieu d'ouvrir les yeux de leurs concitoyens, ne sont que les promoteurs d'une idéologie de l'exclusion.

Jean-Louis Vaxelaire
ER-TIM, Inalco, F-75007
jl.vaxelaire@orange.fr

Aurore GORIUS et Michaël MOREAU, *Les gourous de la com'. Trente ans de manipulations politiques et économiques*.
Paris, Éd. La Découverte, coll. Cahiers libres, 2012
(2^e édition), 331 p.

Les gourous de la com' est un livre publié pour la première fois en 2011 par les journalistes Aurore Gorius et Michaël Moreau. La deuxième édition a été augmentée d'un avant-propos (pp. i-vi) et d'une postface (pp. 297-315) qui actualisent l'ouvrage en abordant les campagnes présidentielles de Nicolas Sarkozy et de François Hollande, par les témoignages des acteurs qui les ont assistés dans la construction de leurs stratégies de communication.

Les auteurs débutent leur analyse par un bref historique de la communication politique et patronale, qui émergerait au début des années 80, lorsque la télévision finit par « imposer ses lois » (pp. 11-14). Ils font le récit d'expériences, heureuses et malheureuses, de politiques qui se sont exposées, par exemple, dans des émissions de divertissement, afin de conquérir l'opinion

à grande échelle. On voit comment des hommes politiques, tel François Mitterrand, procédaient, à l'aide de leurs communicants, pour mettre en scène leurs interventions télévisées. Le tournant des années 80 paraît aussi marqué par la présence, dans les médias, d'entrepreneurs de grands groupes, qui ont essayé de reconquérir l'opinion grâce à des émissions de télévision ou de radio, parfois créées dans le seul but de « glorifier » le patronat (pp. 13, 25). Ainsi (re-)découvre-t-on la figure de Michel Frois (pp. 31-34), un temps au service du Conseil national du patronat français (CNPF ; organisation syndicale rebaptisée, en 1998, Mouvement des entreprises de France – Medef), qui s'inspirera du général Jean de Lattre de Tassigny, connu pendant la guerre d'Indochine, pour construire un modèle de communication comme « machine de guerre psychologique » (p. 32). Les auteurs décrivent précisément l'itinéraire de ces communicants dont les personnalités sont souvent contrastées, comme Anne Méaux – dépeinte telle une « dame de fer » (p. 43) –, opposée au « séducteur » (p. 60) et consensuel Michel Calzaroni, président-directeur général de l'agence DGM conseil, disciple de Michel Frois. Si ces patrons sont particulièrement mis en valeur, c'est qu'ils ne coachent pas moins des deux tiers des entreprises du CAC 40. Les auteurs rapportent l'itinéraire de ces grandes entreprises de communication, comme la multinationale française Euro RSCG (Havas), à travers les témoignages de leurs principaux acteurs. Cette entreprise conseillera indifféremment François Mitterrand, le Fonds monétaire international, McDonald's, ou emploiera des professionnels de la communication comme Gilles Finchelstein, la « plume » de Dominique Strauss-Kahn (pp. 77-107).

Ensuite, sont exposés les points de vue de personnalités sur une activité communicationnelle spécifique, assumée différemment selon les personnalités et les traditions politiques : le « *media training* » (pp. 111-138 ; « entraînement aux médias »). Cette pratique consiste à conditionner les acteurs en vue de leurs interventions, programmées ou non, dans les médias. On apprend que cette activité n'est pas l'apanage des grands patrons ou des politiques de droite, car des acteurs inattendus s'y sont soumis, dans la plus grande discrétion, comme Olivier Besancenot (pp. 113-115), du Nouveau Parti anticapitaliste (NPA). Il est donc intéressant de voir que cette activité s'est largement naturalisée et, maintenant, est considérée comme indispensable, y compris dans des métiers comme la police ou l'éducation, occasionnellement exposés médiatiquement. Cela s'explique, entre autre facteurs, par le développement de la « communication de crise » (pp. 139-163). Cette dernière est aussi illustrée

avec l'expérience heureuse du patron d'Électricité de France (EDF) à la suite de la tempête de 1999 (pp. 140-142), et celle, malheureuse, du patron de Total, après le naufrage de l'Erika (pp. 143-148). En effet, leurs stratégies de communication conduiront à des résultats opposés et, à cet égard, le *mea culpa* d'EDF après le lent rétablissement de l'électricité paraît avoir été une meilleure recette que le discours technique et juridique du patron de Total. Au passage, cela permet de montrer que les entreprises publiques sont loin d'être en reste en matière de communication et que c'est justement dans ce domaine qu'on peut le mieux observer les jeux d'influence, parfois orchestrés par des agences de communication, entre les chefs d'entreprise et les élus.

La dernière partie, prolongée par la postface, est consacrée aux nombreux consultants qui entourent les politiques français comme, par exemple, Franck Louvrier (pp. 192) qui a joué le rôle d'interface entre Nicolas Sarkozy et les médias pendant les campagnes présidentielles de 2007 et 2012. Aurore Gorius et Michaël Moreau remémorent les stratégies favorites du candidat telles la multiplication d'annonces fortes et inattendues et l'occupation du terrain médiatique à un rythme effréné, de manière à ce que ses opposants ne le suivent pas, au risque de ne plus être audible. Les auteurs reviennent aussi sur les polémiques suscitées par la présence de certains communicants dans l'entourage de l'ex-président, comme Patrick Buisson (pp. 207-210), proche du Front national (FN), qui a permis au candidat de séduire une partie de l'électorat d'extrême droite en lui en enseignant ses codes. Mais les journalistes ne s'arrêtent pas là, car ils montrent que les membres du Parti socialiste, bien que traditionnellement plus discrets sur ce thème, emploient eux aussi des communicants et pratiquent le *media-training*. Il apparaît que cette discrétion est stratégiquement intéressante puisqu'elle sert aux politiques à se démarquer d'un adversaire de droite (François Hollande, le président normal contre Nicolas Sarkozy, l'hypercommunicateur) ou de son propre camp (Martine Aubry contre Dominique Strauss-Kahn). Néanmoins, les auteurs insistent davantage sur les personnalités de droite, comme Xavier Bertrand (pp. 243-250), adepte de longue date du *media-training*, des cours de théâtre et de chant, ou la discrète Nathalie Kosciusko-Morizet, qui mène une politique communicationnelle « en douceur » (pp. 257-260), opposée à celle de Rachida Dati, plus proche de l'ardeur de son mentor Nicolas Sarkozy (pp. 260-261).

Le livre se conclut comme il commence, sur la communication patronale, parfois laborieuse, parsemée de nombreux échecs et de retours de bâton comme ce fut le cas pour Bernard Tapie (pp. 271-273), ou celui, moins connu, d'Ernest-Antoine Sellière au Medef (pp. 276-282) que son image autoritaire et sa répartition agressive desserviront à la fin d'un mandat écourté, avant d'être intentionnellement contrebalancées par le « profil féminin » de son successeur Laurence Parisot, en outre elle-même professionnelle de la communication (pp. 282).

Le livre pourrait s'apparenter à une sorte de sociologie des réseaux, car les auteurs essaient de mettre au jour des connivences entre médias, élus, grandes entreprises et agences de communication montrés par leur appartenance à une même nébuleuse médiaticopolitique, une *élite* spécifique. Il serait incorrect de reprocher, comme on le fait trop souvent avec ce type d'ouvrages, de n'être pas assez *scientifique*. On ne peut pas honnêtement considérer que les universitaires ont le monopole de la production de savoirs. En effet, il est envisageable de considérer que des auteurs, sans respecter les canons du genre académique, aient su mener des réflexions constructives et utiles aussi bien au grand public qu'aux spécialistes. Hélas, les auteurs n'ont pas su se départir d'un style journalistique stéréotypé, aux accents parfois sensationnalistes. De la même manière, la majeure partie du volume est consacrée à la retranscription de la parole des acteurs, aussi bien de celle des communicants que de celle des politiques. Il apparaît donc difficile de faire émerger de cette très grande quantité d'entretiens, abondamment cités – qui plus est, tendant davantage vers l'autosatisfaction et l'autopromotion que vers la réflexivité –, une problématisation solide, une analyse complexe ou une critique argumentée que le titre laisse pourtant espérer. La trop grande part donnée à la retranscription des entretiens et aux récits présente l'inconvénient d'enfermer dans la récursivité qui fait de la postface un chapitre supplémentaire. D'ailleurs, ces chapitres pourraient être multipliés, tant la matière est abondante pour montrer l'omniprésence de ce type très particulier de marketing.

Certes, l'objectif annoncé de mettre en lumière des agences de communication toujours aussi florissantes est rempli. En revanche, ce n'est pas ou peu le cas de la dénonciation de conflits d'intérêts, simplement évoquée tandis que cette question est bien plus complexe que les auteurs ne veulent bien l'écrire et mériterait de plus amples développements. En effet, les « gourous », si le terme est approprié, sont, en principe, avant tout des prestataires de services, à la fois

coaches (« entraîneurs ») et stratèges désidéologisés, autrement formulé *cliniciens* et techniciens, voire théoriciens pour certains d'entre eux. Comme leur commerce le veut, ils vendent (offrent parfois) leurs services simultanément à des camps politiques opposés ou à des entreprises concurrentes, pour des causes parfois discutables. Les dossiers sont censés être confiés à des équipes différentes ne communiquant pas. Pourtant, cette activité qui doit être neutre ne l'est nécessairement pas, car elle touche à des domaines fortement marqués idéologiquement, malgré ce que les acteurs eux-mêmes prétendent souvent. D'ailleurs, certains communicants ne cachent pas leurs convictions politiques, comme Anne Méaux (pp. 43-47) qui revendique son passé d'anticommuniste d'extrême droite et un libéralisme chevillé au corps. Si les communicants sont parfois choisis en fonction de leurs convictions (c'est aussi grâce à elles qu'ils ont su se trouver des affinités avec certains politiques et entrepreneurs), dans d'autres cas, le lecteur reste avec ses interrogations quant à l'influence idéologique de ces agences ou quant à la déontologie qui régit ce métier si particulier, dont l'action est presque « clandestine » (pp. 5, 129). Ces questions mériteraient d'être explicitement posées car elles pourraient aider à penser les spécificités de la politique moderne et à apercevoir un autre visage des démocraties occidentales. Mais il serait alors important de reconnaître la très grande complexité des rapports entre ces agences, leurs clients et le grand-public, très peu explicités tout comme le « mouvement historique » (p. 7) de fond qui est censé avoir mené à l'omniprésence nécessaire de ces communicants (pp. 6).

Le corpus d'Aurore Gorius et Michaël Moreau se révèle bien hétérogène et, de ce fait, il réclame de la nuance. Mais les auteurs paraissent éprouver des difficultés à faire ressortir la manière dont les expériences de ces acteurs convergent à travers cette diversité, pour mener vers une réflexion approfondie sur ce qui fait la spécificité de ce métier si singulier, pour enfin, éventuellement, formuler des réserves, voire des critiques argumentées soutenues par la grande quantité d'exemples qu'ils ont à leur disposition. En effet, les questionnements sur le « verrouillage de l'information » (pp. 130, 287-290), sur le fait que, comme le rémémorait Edwy Plenel (pp. 289), le « journalisme d'investigation » aurait laissé place à un « journalisme de validation » par des experts ou des agences de communication, ou sur le fait que, sous l'influence de la communication, la forme, en politique, a de plus en plus tendance à prendre le dessus sur le fond, ne sont pas développés. Pourtant, les interrogations formulées dans leur conclusion si courte et parfois effleurée dans certains sous-chapitres (par

exemple, p. 130), au détour d'une phrase ou d'un sous-titre, auraient fourni la matière nécessaire pour bâtir un propos critique riche et passionnant dans la veine des publications des Éditions La Découverte.

Vincent Mariscal

IL&C, université catholique de Louvain, B-1348
vincent.mariscal@uclouvain.be

Françoise HIRAUX, Françoise MIRGUET, éd.s, *La valorisation des archives. Une mission, des motivations, des modalités, des collaborations. Enjeux et pratiques actuels*.

Louvain-la-Neuve, Éd. Academia, coll. Publications des archives de l'Université catholique de Louvain, 2012, 192 p.

La dizaine de contributions émanant de professeurs d'histoire, de sciences de l'information et de la communication, d'archivistique, mais aussi de directeurs d'archives et d'archivistes sont issues de la dixième journée des Archives de l'université catholique de Louvain. La citation d'Yvon Lemay – « L'archive n'est pas tournée vers le passé, mais davantage vers l'avenir et ne se réalise pleinement que lors de son utilisation » (quatrième de couverture) – présente immédiatement la thématique de l'ouvrage. Il s'agit d'évoquer l'archive sous tous les angles : enjeux, modalités, usages.

Si l'introduction précise la répartition des articles en trois parties – la situation du cadre culturel et anthropologique des valorisations actuelles des archives, l'analyse des dimensions politiques, mémorielles, historiques, économiques et managériales et, enfin, le rapport des opérations proprement dites et la mise en partage des expériences européennes et québécoises –, il est difficile de s'y retrouver à la lecture de l'ouvrage puisque ces dernières ne sont nullement rapportées. N'empêche, tous les travaux convergent vers la même finalité : celle d'installer les archives comme source de construction pour l'avenir.

Françoise Hiraux souligne la raison d'être des archives, qui, selon elle, « tient dans l'information en de multiples significations : agir avec pertinence et efficacité, témoigner ou transmettre, désir de savoir et besoin de comprendre » (p. 9). Si l'enjeu des archives est de construire un vaste système documentaire, sa fonction de service s'incarne dans la valorisation. Et cela concourt à l'approfondissement de l'exercice des libertés publiques qui se retrouve aussi dans les politiques de démocratisation culturelle. Ainsi, « trois maîtres-mots structurent le paysage actuel de la valorisation des archives : la transparence, l'accessibilité et la réutilisation » (p. 12).

Dans le prolongement, Jean-Luc Brackelaire (pp. 21-32) relève que la valorisation est un processus humain de base que chacun actionne pour pouvoir vivre la mutation incessante du présent et affronter la disparité et la perte. Pour l'auteur, « valoriser, c'est virtualiser et virtualiser contre la disparition » (p. 22). Ce processus opère sur l'absence et la perte dont il porte les traces, permettant d'en faire l'expérience contre le risque de la disparition. Il illustre ses propos avec les récits des victimes de l'emprisonnement politique et de la torture au Chili sous Augusto Pinochet.

Plus précisément, Martine Cardin (pp. 33-50) conduit une réflexion sur la valorisation des enregistrements institutionnels et des documents patrimoniaux. Ainsi la gestion et l'acquisition préviennent-elles la perte ou la destruction du patrimoine, tandis que la classification et la description favorisent l'exploitation. « La diffusion (ou la valorisation) intervient sur la production récente pour favoriser son intégration dans les pratiques de la société » (p. 40). L'archive est aussi utilisée à diverses fins selon les ancrages institutionnels, professionnels et sociétaux. Il en va de même pour le rôle de l'archiviste puisque ce sont les approches disciplinaires qui configurent son rôle : il peut être l'intermédiaire entre le chercheur et la source, le gestionnaire de ressources à faire fructifier ou encore le médiateur culturel participant à la construction d'un espace produisant de la cohésion sociale. La réflexion d'Isabelle Chave (pp. 51-64) porte sur l'analyse des ressorts de valorisation des archives, entre politiques publiques, attentes des individus et aspirations des archivistes. Elle explique que les archives ont deux finalités : l'approche critique et l'utilisation de la source, servent à construire une mémoire nationale en rappelant le passé et note, à cet effet, la présence d'enjeux politique et communautaire.

Dans cette optique, Yvon Lemay (pp. 65-86) analyse la profusion actuelle des utilisations des archives entre regards et attentes. Prenant des exemples canadiens et québécois, il présente l'utilisation des documents d'archives « sous quatre composantes : l'objet, le dispositif, le contexte et la relation au spectateur » (p. 81). Pour l'auteur, cette trace du passé est un gage d'avenir. C'est pourquoi Diane Baillargeon (pp. 87-104) s'est penchée sur les objectifs et les résultats de la Déclaration québécoise – devenue universelle depuis son adoption par l'Unesco – sur les archives en exposant les étapes de l'élaboration, de la promotion et de la réception du texte. Le but est d'officialiser l'intérêt des archives dans le développement des connaissances puisque celles-ci