

LES BLOGS

La campagne de France ou les 5 "étranges défaites" de la présidentielle 2017

Jour après jour se précise un scénario dont les victimes sont tour à tour les idées, les hommes politiques, les médias, les sondeurs et les communicants.

19/03/2017 06:00 CET | Actualisé 19/03/2017 06:00 CET



Arnaud Benedetti

Professeur à la Sorbonne et directeur de la communication à l'Inserm



AFP
François Fillon lors du rassemblement du Trocadéro à Paris, le 5 mars 2017.

N'est-ce pas dans le fond à une "étrange défaite" à laquelle cette campagne présidentielle nous donnerait lieu d'assister? Jour après jour se précise toujours davantage un scénario dont les victimes sont tour à tour les idées, les hommes politiques, les médias, les sondeurs et les communicants. La liste des "cadavres exquis", pour reprendre une expression sicilienne désignant des meurtres non résolus, s'allonge à l'instar d'une litanie morbide mais implacable...

Première à subir cette débâcle civique, la confrontation des idées et des projets, au principe du débat présidentiel, est à ce stade occultée par le feuilleton convulsif des affaires, des coups de com', une télé-réalité politique où la théâtralisation, voire même la pipolisation se substituent à l'argumentation. L'espace public n'est plus celui de l'affrontement programmatique mais l'espace d'un storytelling permanent qui aurait échappé à ses initiateurs...

“

La confrontation des idées et des projets est occultée par le feuilleton convulsif des affaires, une sorte de télé-réalité politique et d'hystérisation galopante.

Conséquence inévitable de cette hystérisation galopante, les politiques sont les secondes victimes d'un processus où un agenda médiatique dévoré par la vitesse et la viralité impose non seulement son rythme frénétique mais ses items et ses options éditoriales. Ce déclin d'une offre politique censée structurer, problématiser le débat démocratique, notamment en période électorale, réduit l'élection à un concours de postures, d'images où la course à la visibilité, outre qu'elle évacue la question des projets, confond la séduction médiatique avec la recherche de l'adhésion des opinions...

À l'aune de ce malentendu, tout pourrait accréditer l'idée d'une omnipotence des médias si ces derniers, eux-mêmes, n'étaient confrontés à une remise en cause de leur leadership. Sous nos yeux se produit dans les profondeurs de l'espace médiatique comme une conflagration: les réseaux viennent, underground ou non, concurrencer le monopole des médias traditionnels à la production et à la diffusion de l'information.

À côté de l'info certifiée par les opérateurs médiatiques historiques se développe, plus ou moins clandestinement, une autre manière, résolument alternative, subversive, de fabriquer de l'information sous le mode soit de la rumeur, parfois de l'investigation, souvent de la dénonciation, une sorte d'"alter-info" en quelque sorte qui s'insinue au cœur du débat public. Son influence sur les choix électoraux à venir reste à élucider mais elle impacte à coup sûr le comportement des acteurs. A ce titre la mise au point du candidat Macron sur sa vie privée doit être interprétée comme une réponse à des insinuations fortement portées par les réseaux. Ces derniers s'imposent progressivement comme un contre-pouvoir digital à cet autre pouvoir, informel, de la presse... Ainsi, cette campagne révèle également l'émergence de cette bataille entre médias traditionnels, désormais sur la défensive, et nouveaux médias sociaux, résolument conquérants et déstabilisateurs.

“

Jamais la volatilité électorale à moins de deux mois d'une consultation n'a été aussi forte.

C'est bien au cœur des processus de cristallisation des opinions que pourrait également advenir une quatrième défaite, après celle des idées, des politiques et des médias. La récurrence des sondages, la communication accompagnant leur publication est une figure certes imposée et imposante du débat électoral. Pour autant, de mémoire de sondeurs eux-mêmes, jamais la volatilité électorale à moins de deux mois d'une consultation n'a été aussi forte. Se dessine ainsi cette dichotomie entre certitude du choix et virtualité de votes -la première ne reflétant pas forcément la seconde. Se niche dans ce hiatus un biais qui présente un état de l'opinion encore bien incertain et qui pourrait au soir du premier tour s'avérer terriblement cruel pour des instituts qui, en confondant effectivité et potentialité, prennent le risque soit d'être soupçonnés d'influer sur l'orientation du vote, soit d'avoir échoué dans leur capacité à établir des projections fiables...

“

Cette campagne dévore jusqu'aux communicants qui ne parviennent plus à asseoir des stratégies de com' durables.

Cette campagne dévore enfin jusqu'aux communicants qui, sous l'effet de l'accélération continue du temps médiatique, ne parviennent plus à asseoir des stratégies de com' durables. Rarement la com' n'a été aussi présente et paradoxalement rarement n'a-t-elle été aussi malmenée... Bousculés, les spins doctors sont désormais confrontés non seulement à l'extrême versatilité des sociétés qui rend plus complexe l'art de bâtir des représentations et des stéréotypes dans la durée -tâche matricielle des professionnels de la com'- mais également à des individus et des groupes désormais plus enclins à décrypter, à décoder et à s'affranchir des ruses "communicantes".

“

On ne peut entrevoir aucune des lignes de force de demain.

De ce paysage dévasté on pressent un changement d'époque. Pour autant si cette histoire en gestation, toute à son désordre, forte de son lot d'anomalies et d'incertitudes, nous dit quelles sont les armées défaites d'hier, elle ne laisse entrevoir aucune ou peu des lignes de force de demain. C'est à cette absence de visibilité que l'on reconnaît sans doute les périodes de grand désarroi.

Arnaud Benedetti

LA FIN

DE LA

COM'