

« La prime à la bonne formule n'est pas la meilleure amie de la parole politique »

LOÏC BALLARINI est maître de conférences à l'Université de Lorraine, en Sciences de l'information et de la communication. Ses **TRAVAUX DE RECHERCHE** ont notamment porté sur le **RAPPORT ENTRE ESPACE PUBLIC ET MÉDIAS**. Il planche, pour « La Semaine », sur le sujet com' et politique.

En quoi la politique d'hier n'a-t-elle plus rien à voir avec la politique d'aujourd'hui, en matière de communication ?

Loïc Ballarini « Les maires ou les députés n'ont pas attendu l'émergence des réseaux sociaux pour rencontrer leurs administrés sur leur territoire, défendre auprès d'eux leurs idées, leurs politiques, faire entendre leur parole. Seulement, à présent, les règles du jeu ont changé : les élus sont dans une relation beaucoup plus directe avec les citoyens. Ils peuvent être interpellés par n'importe qui, n'importe quand sur ces mêmes réseaux sociaux avec une conséquence nouvelle à souligner : un rapport d'autorité qui se dissout dans cette interactivité. Mais tout n'a pas changé : les télévisions, les médias locaux ou nationaux, les radios, les matinales en tout genre conservent la même importance dans la communication des hommes ou des femmes politiques ; les pratiques, en revanche, ont été bouleversées. Aujourd'hui, on est dans la création de petites phrases qui pourront faire le buzz et ainsi permettre au sujet dont on parle de trouver une résonance pendant plusieurs jours si on s'est bien débrouillé, pendant quelques heures si ce n'est pas le cas. »

Est-ce à dire que la parole politique a, de fait, perdu en épaisseur au fil du temps ?

« En tout cas, il y a quelque chose de très "court termique" à relever. Aujourd'hui, il n'y a plus une chaîne télé, ni cinq, mais une trentaine. Il y a toutes les matinales dont je parlais précédemment, le JDD le week-end, etc. Tellement d'endroits, tellement d'invités politiques possibles qu'il faut pouvoir exister dans cette offre surdimensionnée. Et pour ce faire, on peut déplorer une espèce de prime à la bonne formule, qui n'est pas la meilleure amie de la parole politique, laquelle doit plutôt s'inscrire dans une réflexion à long terme. Parfois, un "slogan" peut être utile pour résumer une idée ; je pense à "fin du monde, fin du mois, même combat" qui a accompagné à la fois la prise de conscience de l'ur-



« Les réseaux sociaux sont aujourd'hui incontournables pour les politiques et ne pas y figurer reviendrait à refuser une partie de notre réalité », estime Loïc Ballarini.

gence climatique et le mouvement des gilets jaunes. Mais de tels slogans, on n'en trouve pas tous les quatre matins. Au contraire, on est davantage dans la recherche du buzz continu.

Les politiques sont-ils à blâmer pour autant ? Ne subissent-ils pas eux aussi les dérives de notre époque ?

« Pour les dédouaner, il convient de rappeler le fonctionnement des algorithmes sur les réseaux sociaux. Ceux-ci favorisent les sujets cliquants pour une meilleure exposition, contribuant ainsi aux comportements de cyber-harcèlement, aux colères, aux effets de meute. Mais les médias aussi entrent dans ce jeu risqué en participant à cette course au buzz. À des questions simples voire simplistes, ils attendent des réponses de nature à susciter de vives réactions. Et personne n'y gagne dans l'espace public où nous avons surtout besoin de parler, d'argumenter plutôt que de

se balancer à la figure des concepts mal définis comme le séparatisme, les violences policières ou encore l'islamophobie. Ce sont des sujets importants qui méritent mieux que le traitement qu'ils reçoivent aujourd'hui. »

Parlons de ce traitement : pour défendre la nécessité d'un reconfinement strict mais court, le maire de Metz, François Grosdidier, a pensé un temps participer à l'émission "Touche pas à mon poste" de Cyril Hanouna, vendredi dernier. Qu'est-ce que cela dit ?

« De son point de vue, il est sans doute question de faire entrer la politique partout où elle peut le faire, de la rendre visible du plus grand nombre. L'idée est parfaitement recevable et légitime mais il y a là une erreur de jugement. Ce type d'émission de télé a un mode de fonctionnement qui s'articule autour de raccourcis, du cynisme, de l'ironie, de la dérision, qui in-

terdit au contraire à la parole politique de s'exprimer. Ce n'est pas nouveau : Ardisson faisait déjà ça il y a plus de quinze ans. L' élu veut se sentir proche du peuple en y allant mais cette espèce de pensée prémâchée que diffusent ces émissions fait qu'il y est bien souvent laminé. De plus, Hanouna veut se présenter comme un incontournable de la vie citoyenne et politique mais il oublie qu'il ne propose que du divertissement et rien de plus. »

Répondre favorablement à la tentation aurait donc plutôt nuï à l'image de François Grosdidier et au message qu'il voulait véhiculer ?

« Je le pense. Une chaîne d'info en continu, oui ; un journal télévisé, oui. Mais être invité dans une telle émission qui ne brille que par sa vulgarisation, de la crise par exemple, n'aurait pas été pertinent. D'autant moins au regard du sérieux qu'il convient de montrer

dans la séquence politique qui est la sienne actuellement. »

Cette question du choix se pose-t-elle aussi sur les réseaux sociaux ? Qui dois-je ou puis-je être ?

« Tout à fait. Il n'y a pas de débat : les réseaux sont aujourd'hui incontournables pour les politiques et ne pas y figurer reviendrait à refuser une partie de notre réalité. En revanche, il leur appartient de définir quelles responsabilités ils doivent endosser dans l'espace public. Certains s'y ridiculisent en jouant au troll ou en versant dans "l'hyper-émotionnalité". C'est une profonde mécompréhension de ce qui se passe et ça témoigne d'un état d'esprit catastrophique. Mais il est possible aussi d'utiliser ces réseaux pour discuter, écouter, débattre, défendre ses idées sans entrer dans la surenchère verbale ou dans la réaction incontrôlée. Il s'agit bien de se créer une identité numérique. »

Quelle que soit cette identité, il apparaît que sur Facebook ou Twitter, la parole est totalement décomplexée.

Cela vaut-il aussi pour les élus ?

« Naturellement, on est là dans un espace beaucoup moins formel avec cette interrogation en filigrane : jusqu'où peux-tu te permettre d'aller dans l'informel avec tes administrés ? Il est clair que la règle du tutoiement en vigueur sur les réseaux n'est pas applicable pour les hommes et les femmes politiques. La clé est de savoir jouer avec les codes sans pour autant oublier que les élus représentent quelque chose, une forme d'autorité. Sur les réseaux, il convient de présenter un visage différent, sans se risquer au grand écart. Jean-Luc Mélenchon, lui, l'a bien compris sur TikTok où il conserve toute sa parole politique tout en l'exprimant en chanson. Tout est affaire d'équilibre en fait : ces nouveaux codes numériques, les élus doivent les intégrer sinon ils se grillent, se plantent et perdent beaucoup de leur crédibilité. »

Propos recueillis par Thomas Vuagnoux