

LA COMMUNICATION POLITIQUE

Méthodes et techniques de persuasion

Alain Coulon

a_coulon@club-internet.fr

Résumé : Cet article expose les bases d'une communication politique en recherche d'efficacité. Cette communication repose sur une habile composition du discours, sur la maîtrise du débat ; elle s'appuie sur des techniques destinées à monopoliser l'attention de l'auditoire et sur les opportunités offertes par les nouveaux médias numériques.

Mots-clés : Communication politique, rhétorique, logos, pathos, ethos, élection, débat, Twitter



***La communication est le moteur des régimes démocratiques.
Pour gouverner, il faut être élu. Et pour se faire élire, il faut persuader l'électeur,
en touchant sa fibre sensible, tout en captant sa bienveillance.
Pour faire prévaloir ses positions auprès de ses pairs - tant à la tribune qu'au
sein des commissions - l'élu doit peaufiner ses arguments.
Le discours est l'outil de prédilection du politique.
Sa composition est un puzzle qui combine la raison, l'émotion et le charisme
dans une construction rigoureuse, de l'introduction à la conclusion.
Pour capter l'attention de l'auditoire, les acteurs politiques émaillent, souvent,
leurs exposés les plus ardues de figures de style, susceptibles, parfois, d'élever
une déclaration politique au rang d'une œuvre littéraire.***

DÉFINITIONS

La politique

Manière de conduire les affaires qui concernent une communauté.

La communication politique



La communication politique exploite les règles de la communication pour promouvoir les positions des acteurs de la vie politique.

En démocratie, une communication efficace est indispensable :

- pour favoriser l'élection du candidat ;
- pour promouvoir ses propositions au sein des instances décisionnaires ;
- pour maintenir le soutien populaire pendant l'exercice de son mandat ;
- pour affronter, à son profit, des débats contradictoires.

Les éléments de langage

Un élément de langage est une formule - préétablie en concertation au sein d'un groupement - que chaque locuteur doit placer dans ses discours.

Les éléments de langage assurent une cohérence entre les différents locuteurs de ce groupement ; le martèlement vise à augmenter l'efficacité du message ainsi véhiculé.

Le discours et la rhétorique



Le discours est un épisode oratoire émis par un locuteur et destiné à persuader ses interlocuteurs.

La rhétorique, art de l'action du discours sur la pensée, recouvre plusieurs aspects présentés succinctement dans le paragraphe suivant.

LA PRODUCTION DU DISCOURS

Pour délivrer un discours efficace, il faut combiner habilement tous ses composants :

- ses dimensions : logiques, émotionnelles et affectives ;
- ses phases : de la création à l'exposé ;
- ses styles adaptés aux auditoires ;
- et quelques figures de style.



Les trois dimensions

Pour atteindre son but, le discours joue sur trois leviers :

- le « logos » - Convaincre en s'efforçant de prouver la pertinence et la vraisemblance de son discours par des arguments logiques ;
- le « pathos » - Sensibiliser en soulevant l'émotion du récepteur par l'évocation de valeurs morales, de passions, de craintes, d'espairs ;
- l'« éthos » - Se faire aimer de l'auditoire en forçant la sympathie, par un comportement personnel exemplaire : sincérité, probité, proximité.

Les cinq phases

La construction du discours se déroule en cinq phases :

- son invention : recherche et sélection des thèmes ;
- sa structure : disposition et enchaînement des arguments ;
- sa mise en forme littéraire : introduction de quelques figures de style ;
- sa mémorisation : mémoire assistée de procédés mnémotechniques ;
- sa déclamation : prononciation renforcée par une gestuelle appropriée (communication non verbale).

Les trois styles

Chaque élément du discours demande à être traité dans un style, adapté au profil de l'auditoire :

- noble (grave) destiné à émouvoir ;
- simple (factuel) destiné à informer et à expliquer ;
- agréable (anecdotique, voire humoristique) destiné à mobiliser l'attention.

Les figures de style

Le locuteur dispose d'un large éventail de figures de style pour rompre la monotonie d'un développement trop technique ou trop moral. Il doit, cependant, faire preuve d'originalité pour ne pas tomber dans les lieux communs : poncifs, platitudes, banalités et autres clichés.

Les analogies

Comparaison	Créer une ressemblance	La terre est bleue comme une orange.
Métaphore	Comparer au sens figuré	Une pluie d'impôts.
Allégorie	Symboliser une abstraction	La Liberté guidant le peuple.

Les substitutions

Métonymie	Remplacer un mot par un terme logiquement proche	Le « perchoir » de l'Assemblée. Aller à la « soupe ».
Synecdoque	Désigner une partie par le tout	La France a battu le Brésil 3 à 0.
Périphrase	Remplacer un mot par une expression	La langue de Shakespeare.

Les insistances et les atténuations

Hyperbole	Exagérer	Ce sac pèse une tonne.
Euphémisme	Minimiser	Untel nous a quittés.
Litote	Dire moins pour suggérer plus	Ce n'est pas de refus.

Les oppositions

Antithèse	Opposer deux termes	Qui aime bien, châtie bien.
Oxymore	Lier deux termes antagonistes	Un silence assourdissant.
Antiphrase	Exprimer ironiquement une idée contraire à la réalité	Nous sommes dans de beaux draps (lorsqu'on est en situation critique).
Chiasme	Opposer deux phrases qui utilisent les mêmes termes	Il faut manger pour vivre et non pas vivre pour manger.
Zeugma	Juxtaposer, dans une construction grammaticalement correcte, deux termes sémantiquement éloignés	Il s'est invité chez nous, le ventre et les mains vides. Mieux vaut être saisi par le froid que par un huissier.
Paradoxe	Idée contraire à l'opinion commune	Les premiers seront les derniers.

Les répétitions

Anaphore	Commencer chaque phrase par les mêmes termes	Moi, président...
Épiphore	Terminer chaque phrase par les mêmes termes	...avec deux croissants (Fernand Raynaud)
Symploque	Commencer et terminer chaque phrase par les mêmes termes	On nous dit que... mais rien n'est écrit !

Les ruptures

Ellipse	Supprimer des mots dans une phrase	Froid ? Moi, jamais !
Aposiopèse	Arrêt du discours pour laisser l'auditoire le soin de la terminer	« Je vous ai compris » (de Gaulle) « Et alors ? » (François Fillon)

Les mélodies

Assonance	Répétition d'un même son de voyelle	Les sanglots longs des violons
Allitération	Répétition d'un même son de consonne	La guerre de Sécession a cessé.
Paronomase	Rapprochement de mots dont les prononciations sont voisines	« La hargne, la grogne, la rogne » C'est bon, c'est bio.

Cette liste n'est évidemment pas exhaustive. Vous pouvez vous entraîner à ajouter d'autres figures de style et leur donner des appellations savantes.

LA LANGUE DE BOIS¹

Définition

Art de discourir :

- avec aisance et complaisance ;
- sans exprimer aucune opinion personnelle, ni prendre aucun engagement ;
- mais en feignant de répondre aux attentes de ses interlocuteurs.

Un outil : le « pipotron »

Technique éprouvée de génération d'expressions clinquantes mais creuses, le « pipotron » est constitué d'un tableau d'une vingtaine de lignes.

- La première colonne contient des verbes ;
- la seconde des substantifs ;
- la troisième des adjectifs ;
- la quatrième des déterminatifs.

Ces termes valorisants et volontairement abstraits sont exempts de mots déstabilisants (problèmes, échecs, retards, efforts). Il suffit de puiser un terme dans chaque colonne et d'apprécier la fluidité lénifiante de la phrase ainsi constituée.

Voici quelques exemples :

- Rétablir la dimension conviviale de notre projet.
- Garantir l'efficacité ergonomique de notre dispositif.
- Approfondir la synergie structurante de notre stratégie.
- Etc.

¹ « Les ressorts de la langue de bois » - Les Chroniques de l'ADELI n°1 de juin 1991.

LES DÉBATS



La panoplie de l'acteur politique ne serait pas complète si elle ne comportait quelques outils destinés aux joutes oratoires avec ses adversaires².

Les débats abandonnent la stricte ordonnance d'un discours construit.

La priorité est à l'improvisation feinte (l'acteur puise, dans un carquois préalablement garni, la bonne flèche et la décoche au bon moment).

Loin de mettre en avant ses propres idées, il faut déstabiliser l'adversaire quitte à abuser de la plus flagrante mauvaise foi.

Les arguments se limitent, le plus souvent, à des sophismes destinés à détruire l'adversaire.

Les sophismes

Karim El Hadj, journaliste au Monde, a analysé les principaux sophismes relevés au cours des récentes campagnes, qu'il a désignées.

Ad hominem	S'en prendre à la fonction, au statut, aux déclarations, aux actions de son adversaire. Évoquer ses erreurs passées, ses relations devenues douteuses. « Vous êtes l'homme du passif ! »
Ad personam	S'en prendre nommément à la personne. « Vous avez de très réelles qualités mais pas celles de l'impartialité et de la justice dans la conduite de l'État ».
Non sequitur	Faire un lien entre deux propositions qui n'en ont pas. « 100 % des gagnants avaient joué ! Qu'attendez-vous pour gagner ? »
Homme de paille	Marquer son adversaire comme serviteur d'intérêts privés. « Vous avez travaillé pour la société X. Vous êtes le valet du CAC 40 ».
Pente glissante	Le doigt dans l'engrenage. Si l'on admet ceci, on peut admettre cela. Si l'on admet le paquet neutre pour les cigarettes, on imposera la bouteille neutre pour les crus de nos terroirs.
Iipse dixit Argument d'autorité	Prendre comme caution une personnalité mythique Invoquer ce qu'a dit, ce que ferait le Général de Gaulle, un demi-siècle après sa disparition.
Ad populum	Faire parler le peuple... à son insu. « Les Français pensent que... » « Les Français savent très bien que... » « Mes électeurs me disent que... »

² À noter que les concurrents de l'autre camp sont des adversaires critiquables par des propos publics. En revanche, les concurrents de son propre camp sont des ennemis, cibles de manœuvres discrètes plus radicales.

QUELQUES CITATIONS



Les observateurs de la vie politique (journalistes, commentateurs, adversaires et autres politologues) sont friands de petites phrases, d'autant plus percutantes qu'elles sont extraites de leur contexte.

Répercutées par la presse, ces petites phrases éclipsent les idées émises par le discours.

Les citations politiques authentiques

« La parole a été donnée à l'homme pour déguiser sa pensée. »
Talleyrand

« En politique, ce qui est cru devient plus important que ce qui est vrai. »
Talleyrand

« Les promesses n'engagent que ceux qui les écoutent. »
Henri Queuille, repris par Charles Pasqua

« Il n'est pas de problème dont une absence de solution ne finisse par venir à bout. »
Henri Queuille

« La politique n'est pas l'art de résoudre les problèmes, mais de faire taire ceux qui les posent. »
Henri Queuille

« Il est indispensable de distiller un peu de vérité pour faire passer un gros mensonge. »
Edgar Faure

« Lorsqu'un problème est difficile, il faut toujours recourir à une solution compliquée. »
Edgar Faure

« Vous avez juridiquement tort parce que vous êtes politiquement minoritaires. »
Saint-Just – repris par André Laignel

« Nous, on n'a pas d'immunité ouvrière. »
Philippe Poutou

Autres citations

Vos arguments n'ont de valeur que pour la discussion.

L'absence de doute, c'est la mort de la pensée.

Plus le singe monte haut, plus il montre son derrière.

Quand le maître montre la lune, l'élève regarde le doigt.

Occupez-vous de mes amis, mes ennemis je m'en charge.

Si vous aimez ce que vous faites, vous ne travaillerez jamais.

Un Consultant c'est quelqu'un qui vous prend votre montre pour vous vendre l'heure.

Si vous savez faire la différence entre un bon Conseil et un mauvais Conseil, vous n'avez pas besoin de Conseil.

Pourquoi faire « simple » quand on peut faire « compliqué ».

QUELQUES MÈMES

Défini par Richard Dawkins, le mème³ est une unité d'information contenue dans un cerveau et transmissible au sein d'une communauté.

La propagation s'effectue par imitation, plus ou moins consciente, au sein d'un groupe ; on parle de répliation.

En marche, éventuelle et lente, vers une propagation virale des idées, on observe les premières manifestations de ce phénomène qui ne touche actuellement que le vocabulaire (lequel constitue cependant le principal vecteur de la pensée).

Citons quelques expressions véhiculées par les locuteurs et largement répandues à tel point qu'elles ne nous choquent plus :

- Le « logiciel » qui tient désormais lieu de programme d'une organisation politique.
- La périphrase « qui sont les nôtres » au lieu de « nos ».
- L'adjectif « compliqué » qui caractérise tout obstacle.
- La formule creuse « C'est le moins qu'on puisse dire ».
- « Il est tout sauf » pour disculper un individu d'un quelconque défaut.
- Le terme « Juste » utilisé comme adverbe au lieu de « seulement ».
- Nous ne reviendrons pas sur le tic verbal « En fait »⁴ qui s'insinue pour combler un silence entre deux éléments de phrase.
- La référence à la « clarté » s'immisce dans toute déclaration défensive pour réfuter une accusation, généralement justifiée, de position équivoque.

L'USAGE DES NOUVELLES TECHNIQUES

Les personnalités politiques ont compris l'intérêt des nouveaux médias de communication.

Peu coûteux et extensifs, ces médias permettent de toucher instantanément une foultitude de destinataires grâce aux maillages des réseaux sociaux.

Twitter guide l'envoi de messages brefs (limités à 140 signes dans lesquels on peut intégrer des liens).

Le style, très vif, doit provoquer une émotion instantanée pour convaincre les destinataires de sa clairvoyance.

Mais n'aurait-il pas été opportun de relire attentivement le message⁵ joint ?

Une vérification géographique aurait évité de proférer cette bourde à la face du monde.



³ Premiers regards sur la mémétique – Lettre d'ADELI n° 67 – printemps 2007

⁴ L'enfaitamine – Lettre d'ADELI n° 70 – hiver 2008

⁵ Un homme tué à l'intérieur d'un commissariat à **PARIS**. Annonce que la menace terroriste est à son plus haut niveau. L'**ALLEMAGNE** est un bazar total de haute criminalité. SOYEZ INTELLIGENT !

LE MOT DE LA FIN

Les perspectives ouvertes par les nouveaux médias

L'usage des nouveaux médias numériques révolutionne l'acheminement des messages : création rapide sans modérateur intermédiaire, transmission instantanée, audience universelle.

Les acteurs politiques, adeptes de la modernité, s'emparent de ces nouveaux outils. Ils sont tenus de se plier à leurs contraintes. Chaque vecteur impose son format au contenant du message (la taille maximale du tweet, le style voire la langue anglaise si l'on veut augmenter la zone couverte).

La forme imposée au message n'influe-t-elle pas sur son fond ?

Le logos (rigoureux pour l'émetteur et exigeant pour le destinataire) et l'éthos (peu perceptible par voie numérique) s'estompent pour laisser toute la place au pathos (facile à glisser dans une communication courte et incisive).

Communicants et gestionnaires

Certes, la maîtrise de la communication politique est nécessaire à l'accès et à l'accomplissement d'une fonction électorale au service d'une société.

Mais est-elle suffisante pour remplir convenablement une mission sollicitée auprès de ses concitoyens ?

Certains commentateurs en doutaient au siècle dernier.

« La politique est l'art de se servir des hommes en leur faisant croire qu'on les sert. »
Louis Dumur (1863-1933)

Winston Churchill

Pour clore, usons d'un « argument d'autorité » en laissant la parole à un grand homme d'État qui savait aussi maîtriser sa communication.

« La démocratie est le pire des régimes,
à l'exception de tous les autres, déjà essayés dans le passé. »