

« C'est le système qui produit l'abstention ! »

Par Philippe Guibert*

(Marianne 2, 14 mars 2010)

Philippe Guibert, consultant, analyse le phénomène et donne trois raisons à la hausse de l'abstention : l'« affaiblissement durable du FN, la perte d'influence de Nicolas Sarkozy et la désorientation profonde du système médiatique ». Mais, plus encore, c'est le repli sur soi du monde politico-médiatique qui est en cause.

Un Français sur deux, peu ou prou, va s'abstenir au 1er tour des régionales. Une douzaine de points de plus qu'en mars 2004. Mais plus aussi qu'en mars 98, précédent record dans la catégorie régionale. Nous franchissons un nouveau seuil dans la montée de l'abstention, que les dernières municipales et européennes avaient déjà signalé. Pourquoi ? Parce que le système politico-médiatique non seulement s'accommode de l'abstention, mais en vérité, il en produit.

Au delà du caractère peu identifié et incarné des compétences régionales, du moment de notre cycle électoral, il y a trois causes de fond à cette poussée abstentionniste : l'affaiblissement durable du FN, la perte d'influence de Nicolas Sarkozy et la désorientation profonde du système médiatique. Les trois sont consécutifs et liés entre eux, ils fabriquent de l'abstention, sans que la gauche ne parvienne – ou ne veuille ? – enrayer cette logique.

SARKOZY, FACTEUR DE (DÉ)MOBILISATION

Le FN et Jean-Marie Le Pen ont jadis constitué le principal pôle de mobilisation électorale dans ce pays. Pôle attractif, pour ceux qui trouvaient dans ce vote, notamment dans les milieux populaires, un moyen de se réaffirmer face à des choix imposés – sur l'immigration, l'économie, l'Europe.

Pôle répulsif, pour beaucoup, au nom des droits de l'Homme et de l'antiracisme. Le 21 avril 2002 a constitué un point de basculement, dont le FN n'est jamais remis. Ce n'est pas à son retour que l'on assistera le 14 mars, mais à son retrait, comparé à mars 2004. Il n'est plus le moyen de protester qu'il fut, ni la raison de se mobiliser qu'il a été, premier tour de la présidentielle 2007 incluse.

Depuis presque 8 ans, N. Sarkozy a succédé à JM Le Pen comme pôle central de mobilisation de la vie politique française. En inventant dès après 2002 une nouvelle façon d'agir et de parler pour la télévision. En lançant les débats qui clivent. En définissant le plus souvent leurs termes. Sa victoire en 2007 en est l'aboutissement.

Après deux premières années de soubresauts, c'est à une étonnante évanescence sarkozienne que l'on assiste depuis l'automne dernier : perte de la maîtrise de l'agenda médiatique, difficulté à reprendre l'initiative politique. Le débat sur l'« identité nationale » en est l'illustration. Perçu comme une manœuvre de diversion, il n'a pas passionné ceux qu'il devait mobiliser et en a heurté bien d'autres.

Conséquence, le président et sa capacité de mobilisation ne sont plus au service du débat politique. Dès lors, pour une droite contrainte de faire l'impasse sur ces élections, une faible participation n'est pas vraiment dérangeante, au contraire... Elle permet de relativiser la portée du résultat et les quelques efforts de la dernière semaine visent seulement à rassurer le noyau dur des fidèles.

BOULES PUANTES

Troisième facteur d'abstention, les médias télévisuels et leur traitement de la politique comme de cette campagne. Avec un N. Sarkozy en sourdine et sans ressorts, le système médiatique est comme désorienté, privé de cette boussole omniprésente qu'il s'est habitué à suivre, séduit ou critique, depuis l'après 2002.

En son absence, les choix de l'audiovisuel aboutissent à fabriquer de la démobilisation et à dépolitiser tout ce qui pourrait susciter de la passion, de l'intérêt, de la raison politiques. Car l'image/son structure plus que jamais notre système d'informations, d'émotions et de réflexions, internet bien compris. 70% des Français continuent de regarder un JT, presque tous les jours.

Ni Total, ni Philips, ni la violence scolaire n'ont été couverts par les 20 Heures comme autres choses que des « faits divers », bien dissociés de la campagne régionale. Ni les retraites, ni la désindustrialisation, ni la stagnation des salaires, pour ne citer que ces modestes sujets, n'ont eu l'honneur d'être les enjeux de cette campagne. Le médiateur de la République explique-t-il que 15 millions de Français ont beaucoup de mal à boucler leurs fins de mois ? Peu de commentaires politiques, à peine quelques reprises médiatiques.

Parlons plutôt, journalistes et politiques à parité, de Villepin, puis de Frêche et recommençons encore avec Ali Soumaré. Depuis l'automne et l'éclipse sarkozienne, ce sont les « affaires » qui scandent ce qui reste de dispute nationale. Les interviews télé et radio des principaux chefs de parti, dans la dernière semaine, ont confirmé la déconnexion : pas d'enjeu principal, pas de controverse en rapport avec la vie des Français, simplement un commentaire des sondages et de l'avenir politique de chacun.

Quant à organiser des débats à heure de grande écoute sur des régionales, vous plaisantez, l'audience ne serait pas bonne... La boucle de la démobilisation est bouclée et autojustifiée. Tout se passe comme si l'essentiel de la vie du pays, dans cette période pourtant exceptionnelle en enjeux, avaient peu à voir avec le débat politique ni avec la campagne régionale, et ne pouvait donner lieu à un débat médiatique de grande audience.

ECHEC DE L'OPPOSITION

L'opposition dans tout ça ? Elle n'a pas – encore ? - de leader qui ait pris le relais médiatique de N. Sarkozy. Son succès annoncé aux régionales reposera sur une « mobilisation différentielle » : tous les sondages le montrent, la volonté de sanctionner le pouvoir, chez ceux qui vont aller voter, est bien supérieure à celle de le soutenir. Et comme les bilans des présidents sortants n'ont pas donné prise à la critique de l'électorat de droite ou des publics locaux, l'abstention n'empêchera pas le succès.

Voilà à peine plus d'un an, la gauche ne jurait que par la campagne d'Obama. Le futur président avait réalisé le meilleur score d'un candidat démocrate depuis les années 60, grâce à la mobilisation d'abstentionnistes, en liant de façon très innovante réseau social, recrutement de militants et porte à porte ciblé.

On dit que cette méthode est « expérimentée » par le PS dans quelques banlieues, en vue peut être, mais il faut y réfléchir, de s'en inspirer pour la présidentielle. Quelle audace... La « méthode Obama » déclencherait une révolution profonde dans le militantisme politique, pas seulement au PS : elle suppose de passer plus de temps sur le terrain, au contact des « gens », au détriment des réunions internes...

De s'y prendre à l'avance aussi, après une soigneuse étude du dit terrain, avant le dernier mois de campagne. Or la dynamique de la mobilisation différentielle se dessine depuis l'automne et s'est amplifiée début janvier...

Ce ne sont pas les Français qui se désintéressent de la politique, c'est la politique médiatisée qui ne s'est pas intéressée à eux. Ce n'est pas la dépolitisation des Français qui menace notre démocratie, c'est le repli du système politico-médiatique sur son nombril, sa course aux postes, ses compétitions internes. A la préférence des acteurs pour leurs problèmes, les Français répondent, de plus en plus, par une préférence pour l'abstention.

* Philippe Guibert est auteur de *La Téléprésidente* et coauteur du *Descenseur social* (Fondation Jean-Jaurès/Plon). Il est également enseignant au CELSA, consultant.