

Jeunesse et communication politique

**Allesandro Simoneschi, Vizepräsident der
Eidgenössischen Kommission für Kinder- und Jugendfragen**

Séminaire du 8 novembre 2007

de la Conférence suisse de l'information dans les administrations publiques

Winterthur

1. Communication politique : définition et but

La communication politique est cette branche de la communication qui permet d'instaurer un flux d'information réciproque entre, d'un côté, l'autorité publique - dans ses différentes fonctions (administration, gouvernement, parlement) et à différentes échelles de l'état fédéral – ainsi que d'autres acteurs, par ex. les partis politiques, les associations ou les lobbies et, d'un autre, la population au sujet des valeurs, des programmes et des projets qui font l'objet du débat et de l'action politique. D'un point de vue des administrations publiques, le but d'une communication politique efficace est :

- i) Evidement et en premier lieu d'informer la population sur ses activités
- ii) De dialoguer avec la population et d'augmenter la confiance réciproque
- iii) De favoriser la participation politique

2. Communication politique attentive aux jeunes

Il est fort louable que la Conférence suisse de l'information dans les administrations publiques ait promu ce séminaire car il est absolument pertinent de considérer de façon attentive la communication politique en faveur des jeunes générations.

Différents motifs sont à la base de cette affirmation et je vous en citerai quelques uns qui me paraissent particulièrement intéressants :

- i) L'utilisation assez assidue des nouveaux moyens de communication (sms, blog, chat, email, ecc) ;
- ii) L'écart tout à fait normal dans le langage existant entre les jeunes et les moins jeunes et l'incompréhension qui en dérive ;
- iii) L'incidence toujours plus importante des aspects culturels (ethniques mais aussi de différentes formes de cultures sociales et artistiques) ;
- iv) L'intérêt accru des jeunes pour la politique au sens large mais pas pour les institutions, les partis politiques et les associations trop rigidelement organisées ;
- v) La nécessité de maintenir et consolider un dialogue positif et constructif avec les nouvelles générations ainsi que de favoriser la participation politique en évitant l'exclusion sociale.

3. Difficultés de la communication politique actuelle des administrations publiques adaptée aux jeunes

Les administrations publiques de ce pays manifestent une grande peine dans la communication avec la population et, en particulier, avec les jeunes. Elles ont certainement fait un effort important dans les dernières décennies, en créant des bureaux d'informations (au Tessin « Infogiovani »), des brochures informatives et des sites internet y relatifs. Ces moyens n'ont généralement pas récolté les fruits espérés et n'ont pas éveillé un intérêt particulier.

En effet, pour communiquer efficacement il faut avoir un message et le contenu de ce message doit avoir une force propre. Il doit c'est-à-dire disposer d'une propre capacité de conviction. Trop fréquemment le contenu de celui-ci est subordonné à des considérations de forme ou de choix du moyen de communication. Pour les jeunes le contenu du message communiqué s'avère encore plus important car outre au contenu, le message doit être perçu comme crédible. La crédibilité d'un message dépend beaucoup des modalités de définition de celui-ci.

Si la communication politique des collectivités publiques veut également véhiculer des messages crédibles pour les jeunes, les pouvoirs publics doivent changer

le paradigme de leur action dans ce domaine et innover radicalement. En particulier, il est nécessaire d'ouvrir les portes de la *res publica* et de déterminer de façon participative tant le contenu du message que les modalités de communication de celui-ci.

La méthode participative ne peut certainement pas résoudre tous les problèmes en ce domaine mais elle peut contribuer activement à la détermination d'une nouvelle culture de la communication dont les *keys words* sont participation, transparence et confiance. Un exemple de communication participative qui pourrait être appliquée, par exemple, à la politique de jeunesse, est celui des publiforum.

Il est donc nécessaire de considérer la communication politique avec les jeunes comme un défi mais également comme une chance. Un défi car une nouvelle communication politique pour la jeunesse et également une communication politique avec la jeunesse et cela implique inévitablement un changement du *modus operandi* et une attention accrue. Une chance, car si cette nouvelle communication politique participative n'est pas mise en œuvre en tant que *Alibi Übung*, elle permettrait, avec d'autres mesures de renforcement de la participation politique, de nouer un dialogue constructif avec les jeunes au sujet tant des contenus que des modalités de la communication politique, de leur donner la possibilité de s'exprimer et de participer à la vie de la *res publica* communale, cantonale et fédérale.

Pour résumer, une communication politique pour et avec les jeunes présuppose une participation à la définition du contenu et, chose la plus importante, permet d'améliorer la confiance réciproque entre différentes générations.