

Leçon 2 : Quelle est la portée de la définition retenue ?

Dans la précédente leçon, nous avons relevé que fondé la définition de la communication politique sur l'idée d'un processus d'échange des discours politiques, entre un nombre de plus en plus grand d'acteurs politiques, confère à celle-ci un caractère trop extensive. Une telle définition aurait certes l'avantage de prendre en compte les deux grandes caractéristiques de la politique moderne contemporaine à savoir : l'élargissement de la sphère politique avec l'accroissement du nombre des problèmes et des acteurs entrant dans le champ politique, et la place croissante accordée à la communication, avec le poids des médias et de l'opinion publique au travers des sondages. Mais avons-nous mentionné avec emphase, ce caractère extensif inhérent à la spécificité de la communication politique. C'est pourquoi nous lui avons finalement préféré la définition suivante : la communication politique est **«l'espace où s'échangent les discours contradictoires des trois acteurs qui ont la légitimité à s'exprimer publiquement sur la politique et qui sont les hommes politiques, les journalistes et l'opinion publique au travers des sondages »**.

L'objectif de cette leçon est de montrer que ce choix n'est pas arbitraire. Il est fondé, globalement sur l'idée que la communication politique est un lieu d'affrontement des discours qui portent sur la politique et dont l'enjeu est la maîtrise de l'interprétation politique d'une situation. Spécifiquement, notre choix présente au moins cinq avantages clés qui informent sur la densité de la communication politique entendu comme objet scientifique.

a) Notre définition élargit la perspective traditionnelle.

La plupart des travaux étudient l'influence des médias ou des sondages, ou celle des hommes politiques, parfois les relations deux à deux, mais très rarement les relations entre les trois. Ici, c'est l'interaction entre la politique, l'information, la communication qui est constitutive de la communication politique, celle-ci étant définie moins comme un espace de « communication » que comme un espace de « confrontation » de points de vue contradictoires. C'est pour cela qu'elle ne comprend qu'un nombre limité d'acteurs, ceux qui ont légitimité à s'exprimer, et qu'elle est consubstantielle à une logique d'interaction. C'est aussi en ce sens qu'elle est différente de ce que l'on appelle le débat politique, fort important en démocratie, mais qui réunit le discours des acteurs politiques au sens strict. Il y a en outre dans l'idée de communication politique, celle du heurt de plusieurs légitimités et la sanction que représente l'horizon de l'élection par rapport auquel s'ordonnent les discours. Cette double contrainte lui donne un statut différent de celui du débat politique.

b) Elle souligne l'originalité de la communication politique

L'originalité de la communication politique repose dans l'idée de gestion des trois dimensions contradictoires et complémentaires de la démocratie de masse, la politique, l'information et la communication. La démocratie de masse est en effet inséparable de ces trois caractéristiques : l'élargissement du poids de la politique avec le nombre plus grand des problèmes traités au plan politique et le plus grand nombre d'acteurs impliqués avec le suffrage universel égalitaire ; l'existence de médias de masse pour informer le grand nombre grâce notamment à la radio et à la télévision ; la nécessité de connaître l'état de l'opinion publique dans ses revendications et ses

réactions à l'action des hommes politiques. L'originalité et l'intérêt de la communication politique est d'être ce lieu d'expression et d'affrontement des légitimités constitutives et contradictoires, de la démocratie de masse. C'est en ce sens qu'elle est une réalité nouvelle, tant au plan fonctionnel que théorique. Les trois légitimités constitutives de la communication politique ne sont pas apparues ensemble, c'est la politique et l'information qui se sont développées d'abord à partir du XVIII^e siècle, la bataille pour le suffrage universel étant inséparable de celle pour la liberté de l'expression et de l'information. Par contre, l'opinion publique et la communication sont beaucoup plus récentes. Pourquoi rapprocher communication et opinion publique ? D'abord parce qu'il n'y a pas de démocratie de masse sans prise en compte de l'opinion publique et que celle-ci est inséparable d'un processus communicationnel tant dans sa constitution que dans son expression. En effet, l'opinion publique n'existe pas en soi, mais résulte d'un processus social permanent de construction/déconstruction, lié à la manière dont certains thèmes émergent ou non dans le domaine social et politique et sont l'objet d'un intérêt politique. C'est pourquoi, elle est inséparable d'une interaction sociale qui en quelque sorte la constitue. Mais par ailleurs, elle n'existe, ne prend sens, qu'au travers de la communication des sondages qui en sont le porte-voix et qui lui assurent sa publicité dans l'espace public, sans laquelle elle « n'existe pas ». Historiquement, c'est donc la logique de l'opinion publique et de la communication qui est la plus récente, mais aujourd'hui les trois caractéristiques sont inséparables. La différence entre la légitimité de la politique qui est liée à l'élection et celle de l'information qui est liée à une valeur indispensable au système démocratique est claire pour tout le monde. Par contre la différence de légitimité qui existe entre les médias et les sondages requiert une précision, tant chacun a parfois tendance à considérer information et communication comme quasiment synonymes. La légitimité de l'information des médias repose sur le droit à l'information et à la critique qui est indépendant des techniques de communication, même si celles-ci ont eu progressivement une échelle de diffusion de plus en plus vaste, en passant du journal à la radio puis à la télévision. Mais les techniques de communication ne sont qu'un moyen, certes essentiel, puisque ce sont elles qui assurent la transmission de « l'information », mais second du point de vue de la théorie de la démocratie, puisqu'il existe de très nombreux pays où la presse, la radio, la télévision existent sans qu'il y ait pour autant une quelconque liberté de l'information. Le droit à l'information est premier d'un point de vue théorique, même si aujourd'hui la communication lui assure un écho sans commune mesure avec ce à quoi pensaient les pères fondateurs de la démocratie américaine et même française. Par contre, pour l'opinion publique la communication est une valeur essentielle, nécessaire autant pour son « existence » que pour son exposition. C'est en cela que la communication politique assure la cohabitation entre ces trois logiques dont chacune constitue une partie de la légitimité démocratique. Les intellectuels peuvent faire partie de la communication politique car ils ont autorité à s'exprimer publiquement sur la politique à partir d'une logique de la connaissance. Une longue tradition de l'intervention des intellectuels existe depuis que ce terme est né à l'occasion de l'affaire Dreyfus. Mais il n'en sera pas fait mention explicitement ici car leur espace naturel d'expression est l'espace public et non la communication politique, sauf exception notamment en temps de crises où ils peuvent intervenir dans la communication politique. Par contre, les experts, techniciens, technocrates qui jouent un rôle décisif dans l'administration, le fonctionnement de l'État et donc dans la politique ne font pas explicitement partie de la communication politique. Non que leur intervention ne soit pas politique, mais parce qu'ils n'ont pas vocation à s'exprimer, comme ils le veulent quand ils le veulent sur les dossiers politiques. Ce

statut de « partenaire silencieux » ne simplifie pas la question réelle de leur rôle et de leur influence dans la communication politique et plus largement dans l'espace public. Car au travers des décisions, notes et rapports semi-publics, ils influencent directement le discours des acteurs politiques. Mais leur statut leur interdit de s'exprimer librement publiquement. Ils ne le font publiquement que de manière précise et technique. Cette définition restrictive de la communication politique limitée à l'échange du discours des trois acteurs autorisés à s'exprimer sur tous les domaines de la politique permet de comprendre ce qui la distingue d'un autre espace d'échange fondamental à la démocratie, mais beaucoup plus vaste qu'est l'espace public. Celui-ci est consubstantiel à l'existence de la démocratie. Son principe d'organisation est lié à la liberté d'expression et s'il contient les thèmes politiques il en contient bien d'autres puisqu'il est d'abord le lieu d'expression et d'échange de tout ce qui concerne la chose publique. La formule « rendre public » exprime bien la dimension de publicité au sens strict qui accompagne la référence à l'espace public. On rend public ce que l'on veut communiquer à l'espace public, ce qui caractérise bien l'espace public: un espace ouvert où s'expriment tous ceux qui s'autorisent à parler publiquement, donc à assurer une certaine publicité et médiation à leur discours. Ce sont d'ailleurs les contraintes liées à la démocratie de masse qui ont obligé à délimiter un espace beaucoup plus restreint, celui de la communication politique. L'espace public est plus large, ouvert par principe à tous ceux qui s'autorisent à s'y exprimer publiquement et dépasse donc largement le champ de la communication politique. Il n'est pas sanctionné par l'élection. Les techniciens, technocrates et les experts, s'expriment dans l'espace public comme d'ailleurs les intellectuels dont l'adresse est plus large que celle des techniciens. En réalité, si tout le monde, n'a pas accès à l'espace public, ceux qui d'une manière ou d'une autre peuvent s'y exprimer, en partie ou totalement, sont nombreux. Il n'y a donc pas de recouvrement de la communication politique et de l'espace public. La communication politique est plus limitée et plus contrainte que l'espace public. Si les débats politiques concernent d'abord les échanges entre hommes politiques, la communication politique vise les échanges entre hommes politiques, journalistes, et opinion publique par l'intermédiaire des sondages et l'espace public est le plus large des trois, accueillant tout discours qui s'exprime publiquement.

c) Elle rappelle que tous les discours politiques du moment ne sont pas dans la communication politique.

Seuls y figurent ceux qui font l'objet de conflits et de polémiques. La communication politique est l'espace où s'affrontent les politiques contradictoires du moment, ce qui signifie que le contenu de cette communication politique varie dans le temps. Chacun voit bien comment les thèmes du chômage, de l'éducation, de l'immigration, de l'écologie, de l'indépendance nationale, de la régionalisation..., n'occupent pas la même place conflictuelle au long des années. Le contenu contradictoire de ce qui s'échange a deux sens. Au sens classique des positions politiques de gauche, de droite, conservatrices, progressistes... mais également au sens où les hommes politiques, journalistes, instituts de sondages expriment de par leur position dans la réalité et la légitimité de leur discours, une interprétation différente de la réalité politique.

d) Elle revalorise la politique par rapport à la communication

Elle montre en effet que communication et politique sont aujourd'hui intrinsèquement liés tout en conservant des différences radicales. La communication n'a pas « digéré » la politique car c'est plutôt la politique qui se joue aujourd'hui sur un mode communicationnel. Pourquoi la communication est-elle devenue en un demi-siècle un des problèmes essentiels ? Parce qu'elle est une conséquence de la démocratisation en ce sens que le suffrage universel et l'élévation du niveau de vie obligent à la prise en compte des aspirations d'un nombre de plus en plus grand de citoyens. Il n'est donc plus possible de gouverner sans « rétroviseur », c'est-à-dire en ignorant ce que souhaite l'opinion publique, et les sondages sont les rétroviseurs de l'opinion publique. La communication est donc indispensable au fonctionnement de la démocratie de masse dans le sens « descendant », du pouvoir politique à l'électorat par l'intermédiaire des médias, et « ascendant », de l'opinion publique aux hommes politiques, par l'intermédiaire des sondages. Il y a donc deux causes différentes à la place plus grande accordée à la communication. D'une part, la croissance des médias, liée au modèle démocratique et aux nécessités de fonctionnement de la société de masse, d'autre part, l'apparition d'une communication avec l'opinion publique par l'intermédiaire des sondages. C'est d'ailleurs cette croissance de la communication qui aboutit à une disjonction de la communication en deux sens différents, indispensables à maintenir pour le fonctionnement de la communication politique et de la démocratie de masse. Il y a d'une part une logique de l'information qui est fondamentalement celle de la presse et d'autre part une logique de la communication liée à l'opinion publique et aux sondages. Le tronc commun est connu, mais les différences sont de plus en plus grandes au fur et à mesure du développement de la démocratie de masse.

e) Elle montre que le public n'est pas absent de l'interaction entre les acteurs politiques.

La communication politique n'est pas seulement l'échange des discours de « la classe politique et médiatique », mais l'on y trouve également une présence réelle de l'opinion publique par l'intermédiaire des sondages. L'opinion publique est ainsi partie prenante, non seulement parce que les discours s'échangent devant elle, mais aussi parce que les sondages apportent des éléments d'information aux différents acteurs, modifiant en partie leurs discours. Certes, le public et le corps électoral ne sont pas équivalents à l'opinion publique et chacun fait la différence entre les deux tant d'un point de vue pratique que théorique, mais il n'empêche que dans la tradition démocratique, il est admis que l'opinion publique est une figure temporaire et imparfaite du corps électoral. Surtout lorsqu'il s'agit du domaine politique où l'on sait, en général, décoder les discours et les comportements électoraux. C'est le statut de l'opinion publique dans la théorie démocratique qui explique le succès des sondages puisqu'ils ont donné une voix à l'opinion publique, devenant ainsi les porte-paroles « partiels » de l'opinion publique et du corps électoral. Les sondages sont représentatifs de l'opinion publique et elle-même est en partie représentative des comportements électoraux. C'est cette double hypothèse liée à notre philosophie politique centrée sur le choix individuel qui permet de prendre en compte le point de vue du public. Ceci dit, l'opinion publique ne se réduit pas aux sondages. Il existe une longue tradition de travaux critiquant le caractère non représentatif des sondages et surtout visant à mettre en cause l'adéquation possible de l'opinion publique, en supposant que celle-ci existe, avec celle des sondages. En outre, sur le plan pratique, il

existe de très nombreuses expressions publiques qui ne passent pas par des sondages comme les mouvements d'opinion et surtout les mouvements sociaux. La communication politique a un caractère public dans un autre sens : se dérouler devant le public qui, par l'intermédiaire du vote, vient régulièrement en trancher les débats. La dimension visible de la communication politique constitue un principe essentiel de notre système politique où l'électorat, publiquement, décide. C'est ainsi que la communication politique apparaît comme la scène sur laquelle s'échangent les arguments, les pensées, les passions, à partir desquels les électeurs font leur choix. Elle est simultanément une instance de régulation où les élections donnent régulièrement la victoire à certains, relançant d'ailleurs immédiatement d'autres débats dont certains seront constitutifs de la communication politique suivante. Elle est finalement un ensemble de règles strictes permettant le fonctionnement de cet espace d'échanges de discours. A la limite, elle est un dispositif « neutre », comme la démocratie, c'est-à-dire un ensemble de procédures, — mais au rôle, en réalité, essentiel — sans lesquelles il n'est plus possible d'exercer la démocratie dans une société de masse dominée par l'opinion publique et les médias.