

Masters ICPM et CPI

Communication publique et politique

Introduction à la communication politique

B. Lafon

Détail du plan :

I. La consubstantialité communication – politique

- A. Archéologie : l' « empire rhétorique »
- B. Regards socio-anthropologiques sur le pouvoir et l'Etat
- C. La communication et la sphère publique

II. Les sources des pratiques professionnelles en communication politique

- A. Genèse de l'opinion publique et des sondages
- B. La sociologie fonctionnaliste : des pratiques aux analyses de CP
- C. Critiques de la CP ou concurrence politique ?

III. Une sociologie de la communication politique

- A. La communication politique : typologies ?
- B. Le rôle des médias
- C. Marketing et communication politique, publique et territoriale

C. La communication et la sphère publique

La communication politique
=
Processus fondamental de constitution de
la sphère publique

2 parties :

1. Le discours politique
2. La sphère publique

1. Le discours politique

2 auteurs :

Charaudeau P., *Le discours politique, les masques du pouvoir*, Paris, Vuibert, 2005.

Le Bart C., *Le discours politique*, Paris, PUF, Que sais-je ? 1998.

Pour Patrick Charaudeau :

« il n'y a pas de politique sans discours politique. »

- Le discours donne du sens à l'action.
- Le langage est un outil d'argumentation, de légitimation.

Le discours politique a 3 réalités :

- système de pensées
- actes de communication
- commentaires

- Discours comme système de pensées :

Renvoie aux références idéologiques du discours, à des notions propres à des systèmes de valeurs.

→ marché, Etat providence, privatisation, défense des services publics...

- Discours comme actes de communication :

Tout ce qui permet de convaincre, d'obtenir l'adhésion, de sensibiliser.

But : rendre visible la représentation politique et chercher le consensus : stratégies au service des systèmes de pensée.

→ meetings, blogs, déclaration TV, manifestations...

- Discours en tant que commentaires :

Le discours politique n'est pas lié
uniquement aux acteurs de la vie politique.

→ journalistes, éditorialistes,
citoyens...

L'analyse du discours de type linguistique

(par exemple : S. Bonnafous, D. Mayaffre,
D. Maingueneau, P. Marchand...)

a fortement marqué l'étude du discours
politique.

Mais :
champ peu ouvert sur la sociologie de la
communication politique.

Hors sciences du langage, d'autres auteurs
ont abordé la question du discours
politique :

- En sociologie, P. Bourdieu, par exemple
dans *Ce que parler veut dire* (cf. partie
précédente).
- En science politique, Christian Le Bart,
notamment dans *Le discours politique*

C. Le Bart

S'intéresse entre autres aux invariants du discours politique (quelle que soit l'idéologie sous-jacente).

Ce sont des éléments structurants :

- le politique est sacré, ce qui soutient la notion de représentativité
- Foi dans la « mission politique ».

Sacralité du politique :

mise en avant de la légitimité de la représentation et foi en la capacité des élus à agir sur le monde social.

→ Tous les acteurs ont donc intérêt à faire exister la vie politique comme une action légitime

Objectifs essentiels du discours politique :

- autonomiser le champ politique
- valoriser l'action politique,

pour faire exister le politique et le champ politique.

→ implications à prendre en compte pour l'analyse d'un discours politique.

NB :

le terme de champ a été défini par P. Bourdieu en 1980 dans *Questions de sociologie*. espace social autonome qui a des intérêts, des règles de fonctionnement, des stratégies, des enjeux, des acteurs spécifiques. Les acteurs d'un champ vont user de ressources (symboliques et financières, qui sont inégalement distribuées) et de stratégies de domination.

Le discours politique légitime l'ordre politique « en nouant les fils d'une intrigue à quatre temps :

- 1/ la réalité sociale est transparente;
- 2/ l'autorité politique est légitime;
- 3/ elle maîtrise les phénomènes sociaux;
- 4/ l'addition des citoyens forme une communauté. »

Cf. Le Bart, 1998, pp. 70-71

« Patrons obligés du discours politique, ces quatre propositions révèlent en creux l'indicible, et probablement l'impensable politique : je ne comprends rien; je n'ai aucun droit à gouverner; je ne peux rien faire pour vous; vous n'êtes qu'une addition d'individus différents. »

Le Bart, 1998, p. 71.

Conséquence :

Oubli des invariants par les acteurs politiques mal perçu.

Ex. : Lionel Jospin, Premier ministre, en 1999 : « Il ne faut pas tout attendre de l'Etat. Je ne crois pas que l'on puisse administrer l'économie... »

Autres procédés du discours politique :

- Valorisation des électeurs : ils ont toujours raison et font toujours le bon choix.

- Ancrage des actions politiques dans un espace précis : notion de « sur le terrain » très présente (stratégies de légitimation-notabilisation).

2. La sphère publique

HABERMAS (Jürgen), L'espace public, Paris, Payot, 1993, 1^{ère} éd. 1962.

Sous-titre : *Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*

Philosophe allemand à l'origine du concept de « Publicité » : usage public de la raison.

→ La communication doit être au service de la démocratie.

Rappels sur l'Espace public :

Apparition en Europe au 18ème siècle d'une sphère publique, constituée des médias, du Parlement, etc.

Espaces de discussion qui ont pour objectif de mettre fin à la culture du secret propre au régime monarchique.

Domaines où s'exerce la Publicité :

- La justice : jugements rendus publics, lisibles par chacun.
- La critique littéraire et artistique : naissance d'un public qui peut exprimer ses goûts et ses opinions.

Cette nouvelle théorie (par opposition aux théories rhétoriques classiques) insiste sur :

- les médias et leur rôle.
- l'opinion publique (critique rationnelle du pouvoir).
- la dénaturation de l'EP

3 Principales critiques adressées à Habermas :

1/ Habermas a idéalisé l'espace public tel qu'il était au 18ème siècle : surestimation de la participation politique des citoyens, de la rationalité des débats.

2/ Le passage de l'âge d'or du 18ème siècle à la situation actuelle fait l'impasse sur la seconde moitié du 19ème siècle et les rapports du peuple avec le politique (rôle de l'éducation, du suffrage universel...).

3/ vision trop marquée de la puissance des médias (vision a-sociologique ?).

Louis Quéré remet en cause la vision d'Habermas (revue *Quaderni*, n°18, 1992).

Distinction entre :

- la scène publique
- la sphère publique.

Ce qui est public n'implique pas forcément qu'il y ait débat.

exemple : le musée est un lieu public mais au sein duquel ne sont pas développés des échanges et des confrontations.

La sphère publique au contraire est un espace d'échanges et de confrontations : médiation entre l'Etat et la vie civile.
