

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

B. La sociologie fonctionnaliste : des pratiques aux analyses de CP

3 points :

1. Les origines de la Communication Politique comme discipline
2. La rupture opérée par Lazarsfeld
3. Les origines de la communication politique comme discipline en France.

KATZ (Elihu), « La recherche en communication depuis Lazarsfeld », *Hermès* n° 4, « Le nouvel espace public », Ed. CNRS, 1989, pp. 77-91.

LAZAR (Judith), « Quand les nouvelles étaient une forme de connaissance. Souvenir insolite d'Ezra Park », *Géographie Économie Société*, 2006/4 - Vol. 8, pp. 489-498.

MERCIER (Arnaud), « La communication politique en France : un champ de recherche qui doit encore s'imposer », *L'Année sociologique*, 2001/2 - Vol.51, pp. 355 à 363.

PROULX (Serge), « les recherches nord-américaines sur la communication : l'institutionnalisation d'un champ d'étude », *L'Année sociologique*, vol. 51 2001/2, pp. 467-485.

1. Les origines de la Communication
Politique comme discipline

Début dans le cadre de l'école de Chicago
autour de 1910 :

interrogation sur la communication et le
journalisme.

Robert Ezra Park (1864-
1944), ancien
journaliste puis
sociologue, conçoit la
presse moderne
comme une entreprise
où le rédacteur en chef
correspond au
philosophe de l'époque
antique.



Refus de considérer le journal comme une
marchandise servant uniquement de
support publicitaire.

→ institution au service des autres
(comparaison au chemin de fer ou à la
poste).

→ La démocratie a besoin de la presse en
vue de créer l'indispensable opinion
publique.

Un « bon » journal doit fournir les nouvelles qui intéressent la plupart des individus : le tri effectué parmi les informations prend une extrême importance.

Cf. théorie de l'agenda setting de McCombs et Shaw (1972)

Park s'intéresse au rôle de la presse dans le processus d'assimilation des immigrants.

Mise en évidence de son rôle positif dans l'intégration des immigrants (cette presse sert de guide dans la culture nouvelle).

→ Sociologie de Park a une ambition sociale, voire politique : aider à résoudre les problèmes.

Dans la lignée de Park, certains auteurs vont être à la base d'une *Mass communication research* aux USA :

Contexte particulier de l'utilisation massive de la propagande et de la censure pendant la première guerre mondiale.

Rappel de S. Proulx :

« une semaine après la Déclaration de guerre des États-Unis (6 avril 1917), le président américain Woodrow Wilson avait créé le Committee on Public Information (CPI), aussi connu sous l'appellation du Creel Committee. Ce Comité constitua en quelque sorte le premier « ministère américain de la propagande » ».

Emergence du premier modèle théorique :

modèle des "effets puissants" de Harold D. LASSWELL, politologue (1902-1978).



Lasswell écrit *Propaganda technique in World War I* (1927).

Analyse des moyens mis en œuvre par les gouvernements pour manipuler les masses.



La question est de savoir quelle peut être l'utilisation de ces techniques en temps de paix ("gestion publique des opinions").

Lasswell ne diabolise pas la propagande :

simple outil des régimes démocratiques qui sert à susciter l'adhésion des masses.

Modèle des effets puissants :
L'impact est considéré comme identique chez tous les individus.

Médias tout-puissants face à l'opinion qui obéit aux messages qu'elle reçoit :

- Pavlov : réflexe conditionné.
- Influence du behaviorisme.

Lasswell développe également le paradigme fonctionnaliste en communication et impose une organisation de la recherche en communication

1948 : qui ? dit quoi ? par quel canal ? A qui ? et avec quel effet ?

Conséquence :

Les analyses porteront surtout sur les effets et le contenu, ce qui explique le succès de ces théories auprès des acteurs politiques.

→ naissance du marketing politique et du métier de communicant.

« L'attention aux effets des médias sur les récepteurs, l'évaluation constante, à des fins pratiques, des changements qui s'opèrent dans leurs connaissances, leurs comportements, leurs attitudes, leurs émotions, leurs opinions et leurs actes, sont soumises à l'exigence de résultats formulée par des commanditaires soucieux de chiffrer l'efficacité d'une campagne d'information gouvernementale, d'une campagne de publicité ou d'une opération de relations publiques des entreprises et, dans le contexte de l'entrée en guerre, des actions de propagande des armées ».

Mattelart (Armand et Michèle), *Histoire des théories de la communication*, La Découverte, 1995, p. 21

Environnement politique favorable :

- lancement du *New Deal* de Roosevelt et financement des études sur l'opinion.
- Invention des sondages d'opinion (cf. partie précédente)
- Développement des publications : revue *Public Opinion Quarterly* lancée en 1937 et en lien avec l'American Association for Public Opinion Research (AAPOR).



2. La rupture opérée par Lazarsfeld

« Schisme de Columbia » selon Armand et Michèle Mattelart.

C'est en opposition à Chicago que naît la principale école de sociologie de la communication, à l'université de Columbia.

Paul Lazarsfeld (1901-1976), issu de l'école de Francfort, et Robert Merton s'éloignent de Lasswell à propos des communications de masse. Ils remettent en cause la puissance des médias.



1941 : Création d'un laboratoire, le "Bureau of applied social research".

Les enquêtes commandées à ce laboratoire seront à la base des études de Lazarsfeld (Princeton radio research par exemple, commandée par CBS).

Lazarsfeld construit des études fondées sur l'usage de panels et une forte quantification.
Analyse des audiences et indicateurs statistiques sur les effets.

Construction d'un nouveau paradigme : modèle des effets limités.

Entre émetteur et récepteur il y a des intermédiaires : ce fait est déjà mis en évidence, notamment en psychologie.

Kurt Lewin (1890-1947) avait travaillé sur les dynamiques de groupe et introduit dès les années 1930 la notion de *gatekeeper* (leader d'opinion informel), souvent attribuée à Lazarsfeld.

Lazarsfeld s'intéresse aux élections et à leurs mécanismes ("The people choice" 1944 avec Gaudet et Berelson, "Personal influence", 1955 avec Katz) :

- Remise en cause de l'impact des médias sur le vote.
- Importance du groupe primaire et des leaders d'opinion à l'intérieur de ces groupes primaires (*Two step flow*).

Elihu Katz (1926-) ira encore plus loin dans la relativisation du pouvoir des médias :

on n'est pas sûr du rôle des mass media dans le *two step flow* ; pour lui, les leaders d'opinion sont centraux dans les processus de décision électorale



Elihu KATZ résumera dans un article de 1987 l'histoire des « disciplines de la recherche en communication » (sous entendu : communication politique) comme une « série ininterrompue de discussions des thèses de Lazarsfeld ».

Cet article détaille les évolutions des recherches sur la communication politique, que S. Proulx résume en ces termes :

« Parmi les travaux des années 1965-1990, trois courants de recherches sont ainsi restés fidèles au « paradigme des effets limités » : le courant dit des « usages et gratifications » (Uses and Gratifications) ; les études sur la diffusion de l'innovation à travers les réseaux de relations interpersonnelles (tradition inaugurée par les travaux de Everett Rogers) ; les travaux liés à la théorie de l'écart de connaissance (Knowledge Gap). Par ailleurs, trois autres courants illustrent au contraire la thèse d'effets directs et puissants des médias. Il s'agit respectivement du courant de recherches sur la mise en agenda (Agenda-setting), des recherches historiques sur les impacts sociaux des technologies de communication et de la tradition de travaux liés à la théorie de l'incubation culturelle des téléspectateurs (Cultivation Analysis) ».

3. Les origines de la communication politique comme discipline en France

La discipline « communication politique » est un objet marginal de la science politique dans un premier temps.

Les auteurs français s'intéressant à la communication politique dans les années 1960-1970 restent proches du paradigme nord américain des effets limités.

Cf. deux articles dans la *Revue française de Science politique* (cités par O. Baisnée) :

1^{er} article de René REMOND (1963) :
« Télévision et comportement électoral ».
Analyse de corrélation entre détention d'appareils récepteurs de TV et vote OUI au Référendum de 1962 : pas d'influence mécanique de la télévision sur le vote.

2^{ème} article de Guy MICHELAT (1964) :
« Télévision : Moyen d'information et comportement électoral ».
Guy MICHELAT utilise les données d'un sondage réalisé au lendemain du référendum de 1962 (Prise en compte de tous les moyens d'information en possession de l'électeur).

Les résultats des chercheurs français sont parallèles à ceux des Américains :

→ effets limités de la télévision et des autres médias.

Les chercheurs français ignorent pourtant Lazarsfeld ou ne veulent pas le citer dans leurs conclusions

J-M. Cotteret , *Gouvernants et gouvernés* (1973, PUF) :
1^{er} ouvrage français sur la communication politique selon O. Baisnée, qui met en avant :
• l'institutionnalisation de la communication comme domaine de savoir (champ d'étude)
• mais aussi comme domaine de pratiques et de techniques.

Au milieu des années 70, la communication politique était quasi inconnue en France

≠

Etats-Unis : la CP fait partie intégrante de la pratique universitaire (cf. Lazarsfeld).

1976 : J-M. Cotteret va refonder un 3^{ème} cycle de Paris I Sorbonne en l'orientant sur la thématique « Communication politique et sociale ».

→ première formation universitaire marquante dans le domaine de la communication politique.

1988 : 1^{er} labo CNRS sur la communication politique, dirigé par Dominique Wolton, et dont la revue *Hermès* lancée aussi en 1988 est consacrée à la communication.

A sciences Po Paris, R. Cayrol prend part au développement des enseignements à la fois disciplinaires et pratiques de communication politique.

Depuis, les études se sont multipliées et diversifiées, comme le montre A. Mercier :

« Il est facile d'identifier plusieurs spécialistes patentés de ces questions, puisque ce domaine de recherche comporte plusieurs terrains et thèmes d'études. Sur les questions de communication politique en général, les travaux de S. Albouy, R. Cayrol, P. Champagne, J.-M. Cotterêt, J. Gerstlé, P. Maarek, E. Neveu, L. Sfez sont bien connus en Europe. Des nouveaux venus dans la discipline sont apparus : L. Blondiaux, G. Derville, D. Georgakakis, C. Le Bart, B. Le Grignou, J.-B. Legavre, A. Mercier, J. Sémelin... Vu la relative faiblesse du nombre des politologues, le champ est également largement couvert par des sociologues et des spécialistes des sciences de l'information, notamment : J. Bourdon, D. Dayan, J.-P. Esquenazi, J.-M. Ferry, L. Gervereau, J. Mouchon, P. Musso, I. Pailliant, J.-F. Tétu, D. Wolton ainsi que de nouveaux venus comme M. Coulomb-Gully, É. Dacheux, É. Maigret, L. Monnoyer, N. Pélissier... »
