

La communication politique

JACQUES GERSTLÉ
CHRISTOPHE PIAR

La communication politique

4^e édition

ARMAND COLIN

Illustration de couverture : © Alice Donovan Rouse – Unsplash

Cartographie : Carl Voyer

Mise en page : PCA

<p>Le pictogramme qui figure ci-contre mérite une explication. Son objet est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit, particulièrement dans le domaine de l'édition technique et universitaire, le développement massif du photocopillage.</p> <p>Le Code de la propriété intellectuelle du 1^{er} juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique</p>		<p>d'enseignement supérieur, provoquant une baisse brutale des achats de livres et de revues, au point que la possibilité même pour les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée.</p> <p>Nous rappelons donc que toute reproduction, partielle ou totale, de la présente publication est interdite sans autorisation de l'auteur, de son éditeur ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris).</p>
--	--	--

© Armand Colin, 2016, 2020

Armand Colin est une marque de
Dunod Éditeur, 11 rue Paul Bert, 92240 Malakoff

ISBN : 978-2-200-62784-3

www.armand-colin.com

Le Code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, 2° et 3° a), d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » (art. L. 122-4).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

Introduction

L'HISTOIRE ET LA SOCIOLOGIE de la science montrent que les objets de connaissance ont souvent des destins curieux. La communication politique rentre assurément dans la classe des trajectoires étranges. Voilà un objet d'étude considéré comme illégitime, trivial, voire inexistant il y a quarante ans, qui stimule aujourd'hui une curiosité manifeste même si elle est davantage suscitée par un engouement pour la communication que par les vicissitudes de la politique. Paradoxalement, on parle volontiers aujourd'hui de crise de la représentation politique, de désenchantement démocratique, de désordre électoral ou d'antipolitisme alors que l'emprise, l'explosion, la révolution, voire la notion de culte, sont associées à la communication. Même s'il existe une sociologie critique vivace de la communication, il faudrait bien sûr s'interroger sur le point de savoir s'il existe une corrélation négative entre ces deux séries de phénomènes et si elle constitue un signal de causalité. Quoi qu'il en soit, aujourd'hui, la communication intéresse tout le monde. Il suffit de constater quelques signes sociaux de sa reconnaissance.

En France, l'institutionnalisation au sommet de l'État en est certainement un dont la visibilité est incontestable. C'est avec l'alternance de 1981 qu'apparaît un ministère de la Communication dirigé pendant cinq ans par Georges Fillioud et depuis, rares sont les périodes où ne figure pas au gouvernement un département ministériel en charge de la communication. Mais la société, elle aussi, accomplit une conversion à cet égard. La communication explose ainsi dans les filières d'enseignement, dans les rubriques des journaux quotidiens, dans l'avènement d'une presse spécialisée, dans la création de postes et de structures dédiés à sa gestion dans les secteurs privé et public. Certains n'hésitent pas à affirmer que la révolution des technologies de la communication des xx^e et xxi^e siècles sera d'une amplitude comparable à la révolution industrielle du xix^e siècle, la société post-industrielle devenant une société informationnelle ou société de communication. Les économistes, comme Marc Porat, enregistrent déjà ces transformations lorsqu'ils proposent de substituer à la classique partition en trois secteurs de Colin Clark la dichotomie des productions matérielles et immatérielles. La proportion de la population active et la part de la production dégagée dans les secondes attestent, entre autres, que des changements profonds affectent les sociétés technologiquement avancées. Or, si les médias changent les formes de socialité (travail, enseignement, transactions, etc.) en favorisant l'éclosion d'une télé-socialité, d'une socialité à distance, problématique, comment pourrait-on penser que la relation politique échappe à ces bouleversements (Coleman *et al.*, 2015) ?

Communiquer, c'est mettre en commun, et la cité est le lieu par excellence de la réunion des hommes. La cité comme unité politique est rendue possible par l'usage de la parole et son pouvoir de pacification de la relation sociale. D'emblée, chez les premiers théoriciens politiques et dans l'invention pratique

de la politique, la place du discours est fondamentale. Chez Aristote, l'homme est doublement défini comme un animal social et comme un animal doué d'une capacité langagière, c'est-à-dire symbolique. Ces propriétés essentielles reçoivent leur concrétisation institutionnelle dans des règles centrales du fonctionnement de la cité qui encouragent la participation aux affaires publiques. Chaque citoyen a en effet un droit égal de prendre la parole (*iségoria*) dans l'Assemblée du peuple où il s'engage, par ailleurs, à parler librement (*parrhésia*). La condamnation à mort ou à l'exil est la manière la plus efficace d'éliminer l'indésirable. « La communication orale était ainsi supprimée, et rien d'autre n'importait vraiment » écrit Moses Finley dans *L'invention de la politique* (1983). On comprend donc à quel point la communication politique constitue un problème d'ordre pratique, universel et permanent. Mais elle constitue aussi pour ceux qui veulent l'étudier un problème théorique dont les limites sont difficiles à cerner parce que la communication moderne est caractérisée par l'ubiquité et que la politique n'est pas assignée à résidence dans un site social fermé. À cela s'ajoute qu'il est toujours possible de décrire les relations sociales et politiques en recourant de façon métaphorique aux concepts des théories de la communication puisqu'il paraît impossible de penser le lien social hors de la communication.

La communication politique se présente donc comme un ensemble disparate de théories et de techniques, mais elle désigne aussi des pratiques directement politiques. Elle inspire, en effet, des stratégies et des conduites qui varient selon les positions de pouvoir occupées et les situations vécues par les acteurs concrets de la vie politique.

Pour tenter d'intégrer ces aspects multiples de la communication artificiellement dissociés, nous avons décidé de regrouper dans une première partie le substrat théorique des analyses et le phénomène de « modernisation » technique de l'espace public politique, et d'introduire une présentation et une réflexion sur les effets de la communication politique souvent mis en cause. La deuxième partie sera quant à elle organisée à partir de la classique distinction entre conquête du pouvoir et exercice du pouvoir. Il apparaît aujourd'hui indispensable d'y développer un ensemble d'éléments relatifs à la participation des citoyens qui animent de plus en plus la communication politique par le bas. Car à travers l'information spontanée, les multiples formes que prend l'action collective et tous les efforts entrepris localement ou à partir d'une mise en œuvre de la technologie ou encore par l'institutionnalisation de la délibération, ce qui est en jeu c'est la capacité des citoyens à prendre la parole et à intervenir activement dans la distribution démocratisée du pouvoir. Pour terminer, nous évoquerons dans une troisième partie la révolution du numérique et son impact sur les phénomènes politiques.

PREMIÈRE PARTIE

La communication politique : définitions et incertitudes

Des conceptions théoriques contrastées

NI LA COMMUNICATION, NI LA POLITIQUE ne se laissent aisément enfermer dans des définitions parfaitement étanches. L'élasticité conceptuelle qui les caractérise a causé bien des tourments à ceux qui ont cherché à les penser. C'est notamment le cas pour la politique, qui sous ce jour convoque toute l'histoire de la pensée politique et sociale et les exercices innombrables de repérage du politique. Pour illustrer cette polysémie de la communication politique, nous allons d'emblée présenter quatre conceptions, qui ne prétendent pas à l'exhaustivité même si elles couvrent un large spectre de représentations du phénomène.

Pour mieux comprendre la communication politique, il nous paraît en effet nécessaire de montrer comment politique et communication s'articulent non pas pour produire un phénomène isolable mais pour, au contraire, s'imbriquer continuellement et de façon diffuse, ce qui autorise le travail du politique dans la société, ou comme le dirait Pierre Rosanvallon, le travail de la société sur elle-même (*Le sacre du citoyen*, 1992). La mise en sens, la mise en scène et la mise en forme de la société telles que les conceptualise Claude Lefort seraient en effet impossibles sans la communication pour remédier à « l'indétermination du politique » (*Essai sur le politique*, 1986). Ainsi, c'est en rendant saillants certains problèmes que des citoyens font advenir à la conscience publique des situations indésirables. C'est en attribuant aux autorités publiques la responsabilité de leur prise en charge que des groupes essaient de faire entrer ces problèmes sur l'agenda politique. Et c'est en élaborant des propositions, des projets de règlement des problèmes que les forces politiques arrivent à s'affronter, à s'opposer ou bien à coopérer pour trouver une voie commune vers des décisions, des politiques publiques et, au total, une action publique dotée de légitimité.

L'appréhension intellectuelle de cet objet flou passe, tout d'abord, par la distinction de différentes conceptions concurrentes de la communication politique avant de montrer en quoi politique et communication sont largement consubstantielles parce que liées par des phénomènes tels que la publicisation, la politisation et la polarisation. Ensuite, nous concentrerons l'attention sur les propriétés du processus de communication et les différentes approches théoriques qu'il a suscitées.

Un objet flou

Quatre conceptions de la communication

Sans nécessairement adhérer au déterminisme technologique de Mac Luhan (« Le message, c'est le médium » in *Message et message*, 1968), il faut considérer l'idée que les médias modifient les conditions de déroulement du jeu politique. Mais partant de cette transformation induite par la diffusion de l'innovation technologique, on a souvent très rapidement construit un discours fragile sur la communication politique assimilée à une technique innovante. Rien n'est pourtant plus douteux que cette réduction qui fait passer pour un instrument neuf ce que l'homme a pensé depuis bien longtemps comme une question et une condition de sa participation à la cité. Le développement de la publicité commerciale, du marketing et des relations publiques, le recours aux techniques d'enquêtes comme les sondages et les analyses qualitatives, la diffusion massive des messages politiques par les médias ont concouru à faire émerger une industrie politique à laquelle on assimile aujourd'hui trop facilement la communication politique.

Une conception instrumentale et réductrice s'installe, bien que rarement explicitée, qui repose pour l'essentiel sur une vision où la communication politique est constituée par l'ensemble des techniques et procédés dont disposent les acteurs politiques, le plus souvent les gouvernants, pour séduire, gérer et circonvenir l'opinion. Cette représentation aujourd'hui dominante mutilé la communication tout autant que la politique, notamment parce qu'elle les dissocie. Elle projette une conception technique de la première sur une conception manipulateur de la seconde. C'est donc une conception technocratique du problème de la communication politique principalement considérée comme habileté à gérer une image. Dans cette logique réductrice, renouant avec les premières analyses (Charlot, 1970), certains vont même jusqu'à assimiler communication et marketing politique et à considérer la « nouvelle communication politique » comme le produit de trois techniques : la télévision, les sondages et la publicité (Cayrol, 1986). Cette assimilation est secondairement « adoucie » par une critique de leurs rapports et des dérives qu'ils peuvent occasionner (Cayrol, 1997). C'est à cette acception instrumentale de la communication politique que se rattache également Philippe Riutort (2007), certes pour mieux la critiquer, lorsqu'il la définit comme « l'ensemble des actions conduites par des professionnels de la communication agissant pour le compte des professionnels de la politique et à destination des gouvernés¹ ».

Ce qui est probablement juste dans cette simplification, c'est que la communication politique comme objet de discours à la mode doit beaucoup à ces techniques et à la fascination qu'elles exercent aussi bien sur les hommes politiques que sur le grand public. Dans cette perspective, la communication politique gravite autour de l'« expertise » dans l'utilisation des outils, plus particulièrement dans le couplage de techniques d'observation sociale et de techniques de promotion

1. La conception instrumentale, sans être dominante, inspire encore largement Aldrin et Hubé (2017), notamment à travers l'analyse des pratiques professionnalisées.

et de diffusion pour asseoir la domination des gouvernants sur les gouvernés. S'il n'est pas douteux que de telles formes de communication existent, leur prétention à épuiser la question doit néanmoins être contestée.

À cette conception strictement instrumentale, s'oppose une vision œcuménique de la communication politique définie comme « un processus interactif concernant la transmission de l'information entre les acteurs politiques, les médias d'information et le public » (Norris, 2000). On est ici très proche d'une représentation d'influence systémique où dominent le fonctionnalisme et les idées de circulation sans entraves de la communication et d'absence de rapports de force entre les protagonistes. Cela explique sans doute la proximité avec la définition que donnait, il y a déjà près de cinquante ans, un précurseur en France tel Jean-Marie Cotteret (1973) pour qui il s'agissait de « l'échange d'informations entre gouvernants et gouvernés par des canaux de transmission structurés ou informels ». Au moins, dans ce cas, la première dichotomie avait le mérite de ne point éluder le rapport de domination. L'inconvénient, toutefois, tenait premièrement à cette notion d'échange qui semblait impliquer une communication plus symétrique que complémentaire, et donc ne pas faire grand cas des disparités de toute nature qui contraignent certains plus que d'autres dans cet exercice. Autrement dit, dans la conception œcuménique tout se passe comme si l'égalité présidait à l'accomplissement des échanges communicationnels avec de surcroît une indétermination conceptuelle forte, chez les deux auteurs précédents, quant à la nature de l'information transmise.

Il est en effet douteux que les acteurs concernés n'échangent que de l'information. On sait que d'autres biens symboliques sont en cause comme les images, les représentations, les préférences, etc. Un degré est franchi toutefois dans cette même logique, avec l'insistance sur la notion d'échange. Dans un livre qui se présente comme « le premier manuel avancé de communication politique en français » et qui a pour ambition de présenter un « état des savoirs, enjeux et perspectives » (Gingras, 2003), on trouve pour seule définition explicite que la communication politique est « la gestion du pouvoir fondé sur l'échange » ou bien « l'étude de l'espace public où s'exercent les dynamiques du pouvoir sous toutes ses formes ». On reste alors très proche de Dominique Wolton (1989) qui assimile la communication politique à « 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 ». Ici est présumé, sous la notion d'échange, qu'intervient une authentique réactivité des acteurs les uns aux autres. Or, on sait que cette réactivité est pour le moins imparfaite. Elle peut être contingente, stratégiquement anticipée ou bien carrément simulée lorsqu'il s'agit des autorités officielles¹. On ne voit donc guère de raison de restreindre la légitimité à cette triple catégorie d'acteurs en éliminant tous les autres.

C'est à Jay G. Blumler (1990) qu'on doit la conception compétitive de la communication politique: c'est « une compétition pour influencer et contrôler, grâce aux principaux médias, les perceptions publiques des événements politiques

1. GERSTLÉ J., 2003, « Introduction : démocratie représentative, réactivité politique et imputabilité », *Revue française de science politique*, vol. 53, n° 6, p. 851-858.

majeurs et des enjeux». Ainsi, on passe ici de l'échange indéterminé à la lutte explicite pour le contrôle des représentations collectives, les médias faisant une entrée spectaculaire dans le processus. Cette définition présente, en outre, le mérite de souligner le rôle central du cognitif et du symbolique dans les processus politiques et donc de rapprocher conflit ou coopération d'une part et construction du sens d'autre part en insistant sur l'intrusion des médias dans cette interaction.

La conception délibérative enfin, que certains tels Benjamin Barber (1998) n'hésitent pas à marier avec la fascination technologique, fait partiellement retour sur la révolution intellectuelle grecque du v^e siècle avant J.-C. : la communication et la politique sont consubstantielles¹. C'est dans la discussion, dans le débat collectif que se trouvent les conditions d'une démocratie élargie où l'inclusion des citoyens, en nombre grandissant (lorsque tombent les critères de genre, de nationalité, d'âge, par exemple) permet la formation d'un authentique espace public. Inspiré par une théorie normative de la démocratie, Joshua Cohen (1989) explique que «la notion de démocratie délibérative s'enracine dans l'idéal intuitif d'une association démocratique dans laquelle la justification des termes et des conditions de l'association procède d'une argumentation et d'un raisonnement public de citoyens égaux. Les citoyens, dans un tel ordre, partagent un engagement commun vis-à-vis de la résolution des problèmes de choix collectifs à travers un raisonnement public, et considèrent leurs institutions de base légitimes dans la mesure où elles établissent un cadre favorable à une délibération publique libre».

L'interface politique-communication

La communication politique est un objet d'étude difficile à saisir parce qu'elle prend appui sur des concepts eux-mêmes déjà surchargés de sens et dont les relations ne peuvent être que problématiques et les manifestations multidimensionnelles. Ce que l'on appelle aujourd'hui communication politique est un domaine aux contours très incertains selon qu'on le considère comme un ensemble de théories, de techniques ou de pratiques. C'est d'abord un savoir caractérisé par l'interdisciplinarité et la diversité des approches tenant à la transversalité des problèmes posés. La sociologie, la linguistique, la sémiotique, l'anthropologie, le droit, l'histoire, la psychosociologie, la philosophie sont autant de sites d'analyse de la communication politique que la science politique doit s'efforcer d'intégrer à ses propres interrogations en faisant face aux différents paradigmes qui s'y affrontent. Mais la communication politique s'entend ensuite comme procédé. Elle s'apparente alors à une boîte à outils autorisant tous les bricolages, de la rhétorique à base de langage naturel au marketing direct des campagnes high-tech (Selnow, 1994; Howard, 2004; Chadwick *et al.*, 2009). Or, le recours croissant à ces techniques s'accompagne d'une transformation de l'espace public et de ses règles du jeu.

La notion de communication politique telle qu'on la trouve employée dans le discours politique, journalistique et scientifique d'aujourd'hui est extrêmement

1. GERSTLÉ J., 1987, «La communication et la dualité publique/privé», *Revue française de science politique*, vol. 37, n° 5, p. 659-674.

confuse. Faut-il vraiment s'étonner que le sens de l'expression « communication politique » soit incertain tant les termes qui la composent sont polysémiques ? La communication est un concept caractérisé par la surcharge de sens, dans le langage ordinaire et dans des disciplines différentes, aggravée par un succès de mode qui tend à multiplier les emplois du terme et lui donne un tour quelque peu magique. L'étymologie latine *communicare* renvoie à deux significations principales, partager et transmettre ou établir une relation, qui se perpétuent dans l'ambiguïté moderne. Nombreux sont les sociologues à considérer le caractère fondamental de la communication dans l'établissement du lien social quelle que soit par ailleurs leur obédience théorique. Des penseurs contemporains aussi éloignés que Jürgen Habermas et Niklas Luhmann s'accordent à voir dans la communication le concept clé de leur réflexion théorique. L'un recherche les conditions de possibilité du consensus rationnel en élaborant une théorie de l'activité communicationnelle, tandis que l'autre reconnaît que « sans communication, il n'est pas de relations humaines. D'où l'impossibilité, pour une théorie de la communication, de se limiter à l'étude de certains aspects de la vie sociale. Elle ne saurait se borner à l'analyse d'un certain nombre de techniques de communication, même si, dans la société d'aujourd'hui, ces techniques et leurs incidences, en raison de leur nouveauté, retiennent tout particulièrement l'attention » (Luhmann, 1981).

Deux points sont ici fondamentaux auxquels nous souscrivons entièrement : tout d'abord, les aspects techniques ne sont qu'une dimension du processus de communication (*cf.* plus bas, les dimensions de la communication). Ensuite, ce n'est pas de la communication mais bien de la politique qu'il faut partir pour comprendre les processus de communication politique. Luhmann n'hésite pas à prédire que « le rapport entre communication et société apparaîtra non seulement comme le sujet d'une étude spécifique de la communication, mais comme le thème central de toute théorie de la société ». Quant à Anthony Giddens (1989), il écrit : « Je considère que mes idées impliquent la centralité des études de communication dans la science sociale dans son ensemble. L'étude de la communication est absolument centrale pour la théorie sociale et pour la science sociale. » Avant eux, l'anthropologue Claude Lévi-Strauss illustre que la communication est l'objet même des sciences sociales en rapprochant l'échange des biens, des femmes et des messages. Pour lui, le langage est autant une condition qu'un produit et qu'une partie de la culture. Au début du xx^e siècle, Charles Cooley entend déjà par communication « le mécanisme par lequel les relations humaines existent et se développent » (*Social Organisation*, 1909).

Aux États-Unis, on considère certains auteurs comme des « pères fondateurs » des sciences de la communication (Rogers, 1994). Il s'agit de Paul Lazarsfeld, Kurt Lewin, Carl Hovland et Harold D. Lasswell, c'est-à-dire un sociologue, deux psychosociologues et un politiste, mais chacun a profondément marqué l'étude de la communication politique. Le premier s'est particulièrement consacré à l'étude des moyens de communication de masse et de leurs effets, notamment en situation électorale. Le deuxième a centré son attention sur les problèmes de communication dans les groupes. Le troisième s'est spécialisé de manière expérimentale dans l'étude de la « nouvelle rhétorique » de la persuasion. Quant à Harold D. Lasswell, on lui doit, entre autres, l'impulsion des études de propagande et des

techniques d'analyse de contenu des messages. Mais il est plus connu encore pour son approche de la communication comme somme de facteurs : « Qui dit quoi ? À qui ? Par quel canal ? Et avec quels effets ? », qui n'est pas sans rappeler le titre de l'un de ses ouvrages princeps, *Politics: Who Gets What, When and How?* (1936). On constate que les préoccupations scientifiques de ces quatre chercheurs clés sont toutes en intersection avec la communication politique.

La communication imprègne donc toute l'activité politique dans la mesure où presque tous les comportements de ce type impliquent un recours à une forme quelconque de communication. Mais une deuxième difficulté surgit, déjà pointée par un précurseur comme Richard Fagen (1966). Même lorsque cela n'est pas particulièrement évident, on peut décrire de nombreux aspects de la vie politique en termes de communication. Il s'agit alors d'une utilisation métaphorique de la communication comme procédé d'analyse du politique. Tout est en ce cas justifiable d'une approche de communication : le système politique, l'activité gouvernementale, le fonctionnement des partis politiques, les mouvements sociaux, les groupes d'intérêt, etc.

Publicisation, politisation et polarisation

Mais qu'entendre alors par politique ? Pour penser la communication politique, deux approches principales sont à distinguer. Une approche dissocie communication et politique et donne au premier concept la priorité pour comprendre le processus de la communication politique. L'autre approche insiste à l'inverse sur la consubstantialité de la politique et de la communication. Or, il paraît souhaitable de corriger la propension actuelle à expliquer le politique par la communication même si les techniques de communication connaissent un essor sans précédent. En effet, toute communication humaine présente une dimension sociale. Selon les auteurs, elle est assimilée à la simple transmission de signes ou à leur échange ou bien encore au partage du sens qui en résulte. Elle présuppose l'existence d'un « autre » avec lequel on inaugure une relation dont la teneur politique dépendra d'une forme comprise entre la coopération et le conflit et d'une substance contingente selon les enjeux de la situation. Par ailleurs, il est aisé de constater que la politique sans communication serait impossible, puisque la société elle-même sans communication est impensable. Or, le politique est foncièrement d'ordre collectif par opposition à l'économique, par exemple.

Pour mieux comprendre l'articulation du politique à la communication, examinons comment le triptyque publicisation-politisation-polarisation révèle leur consubstantialité. Le politique implique le social et la communication est, premièrement, un prérequis du lien social. Par ailleurs, tout groupe ou unité politique se trouve tôt ou tard confronté à des situations à décider, des situations où une ligne d'action commune s'impose, une « *policy* » comme on dit en anglais. Mais les problèmes ne proviennent pas d'une génération spontanée : ils sont construits publiquement. La publicisation d'un problème, c'est précisément le processus par lequel l'unité sociale concernée reconnaît son existence en tant que problème, en tant qu'écart par rapport à une situation désirable. Autrement dit, la publicisation

d'un problème c'est son installation dans l'agenda public du groupe qui passe par l'exercice d'activités de communication (conversation, discussion, réunion, manifestation, etc.) par lesquelles le groupe des « entrepreneurs » originels fait connaître et admettre le caractère problématique de la situation existante, par exemple l'absence d'un équipement collectif.

Ce que nous nommons politisation, de façon peu orthodoxe il est vrai, c'est le travail qui consiste à affecter à une autorité publique la prise en charge du problème ainsi publiquement reconnu. Politiser une situation, c'est donc faire admettre que le règlement du problème revient à l'autorité publique quelle qu'elle soit, c'est la reconnaissance de la responsabilité du traitement de la question concernée. Bref, c'est la construction de ce que la langue anglaise nomme l'« *accountability* ». Ce principe central de la démocratie représentative suppose, lui aussi, un travail de communication où s'investissent à divers titres des groupes intéressés au sens matériel du terme et des groupes attentifs au sens civique du terme qui viennent s'agréger aux entrepreneurs originels.

Enfin, la polarisation signale que des « projets mutuellement exclusifs », selon l'expression de Samuel Finer (*Comparative Government*, 1970), se sont solidifiés et prétendent porter le règlement adapté à la situation problématique. La polarisation ajoute à l'articulation et à l'agrégation des demandes l'idée d'un affrontement entre *policies* portées par des groupes antagonistes. On le voit, la communication, prérequis du lien social indispensable à l'unité politique, vient servir la publicisation, la politisation et la polarisation par l'expression qu'elle permet de l'insatisfaction, par le transfert de responsabilité qu'elle autorise, par la formation de programmes d'action alternatifs et finalement par la réduction pacifique de la tension dans la politique démocratique. La communication agnostique libère le conflit alors que la communication coopérative rend possible l'intégration du groupe. Elle joue dès lors un rôle central dans la dialectique de l'accord et du désaccord comme tension constitutive du politique. En construisant les problèmes publics, en les politisant, en les polarisant et en facilitant leur réduction, la communication vient pallier l'indétermination fondamentale du politique, jamais assigné à résidence dans un quelconque périmètre de la société.

La politique ne se définit pas par un ensemble de secteurs ou de problèmes définitivement isolables dans la société puisque n'importe quelle question dans la société peut devenir politique à un moment donné. La politique se nourrit en effet d'enjeux économiques, sociaux, culturels, religieux, ethniques, linguistiques, etc. L'activité politique concerne donc l'émergence des problèmes collectifs, la révélation des demandes adressées aux autorités publiques, l'élaboration de projets de solution, le conflit entre ces projets et son mode de règlement. Dans chacun de ces processus se trouve impliquée la communication. Sa contribution à l'activité politique est omniprésente qu'il s'agisse de la socialisation et de la participation, de l'élaboration de l'agenda, de la mobilisation ou de la négociation. En particulier, la communication est fondamentale dans le mécanisme de détermination des politiques publiques. Au total, dans les régimes démocratiques, c'est grâce à elle qu'est censé advenir le passage d'une situation où des projets mutuellement exclusifs sont en conflit à une situation où un règlement est censé s'imposer à tous.

Un processus multidimensionnel

L'acceptation des définitions concurrentes de la communication conditionne les contours de la communication politique, qui s'en trouvent modifiés. Car si la communication désigne toute interaction sociale ou si elle ne désigne que l'interaction symbolique, c'est-à-dire celle qui utilise des signes codés, la définition de la communication politique s'en trouve affectée. Dans le premier cas, sont acceptables toutes les analyses métaphoriques de la politique en termes de communication. Dans le second cas, ne sont recevables que les définitions fondées sur l'analyse des pratiques symboliques. On va donc s'attacher à examiner les différentes dimensions du processus de communication. Trois dimensions peuvent être retenues comme fondamentales pour la communication politique dont l'importance varie selon les approches théoriques : la dimension symbolique, la dimension pragmatique et la dimension structurelle.

La dimension symbolique

Dans une large mesure, l'activité politique repose sur l'utilisation du langage. Qu'on veuille persuader ou convaincre, négocier ou menacer, le recours au langage se présente comme une alternative à la violence physique. Comme l'écrit Jacques Ellul, « la violence est toujours une incrédulité dans la possibilité des mots ». Le Parlement n'est-il pas ce lieu institutionnel où l'on parle pour traiter des affaires publiques ? La politique est donc, certes, un univers de forces mais aussi un univers de signes qui ont une efficacité sociale et pas seulement cognitive ou expressive. Le langage et sa réalisation en discours permettent de trouver l'accord, le compromis. Il a donc une vertu pacificatrice dans les relations sociales.

Mais le discours sert aussi le conflit, la stratégie, la manipulation, la domination. Les signes sont donc aussi des armes, des ressources dans le combat politique. Non seulement par la possibilité qu'ils offrent d'agresser directement un adversaire, mais aussi parce qu'ils portent en eux des représentations du monde, des perceptions de la réalité sociale et physique comme l'hypothèse du relativisme linguistique des ethnologues l'a mis en évidence. Un code linguistique est davantage qu'un stock de mots et un répertoire de règles pour les assembler de façon acceptable. C'est également un système de significations, une grille d'appréhension de soi, des autres et de l'environnement. Sa mise en œuvre dans le discours entretient avec le pouvoir un rapport que Michel Foucault, dans son ouvrage *L'Ordre du discours* (1970), décrit sans équivoque : « Le discours n'est pas simplement ce qui traduit les luttes ou les systèmes de domination, mais ce pour quoi, ce par quoi on lutte, le pouvoir dont on cherche à s'emparer. » Tous les groupes exercent sur leurs membres une police discursive qui assure l'intégration sociale mais aussi qui exclut ceux qui ne respectent pas les procédures par lesquelles « la production du discours est à la fois contrôlée, sélectionnée, organisée et redistribuée ».

Le langage ne peut être réputé neutre pour une troisième raison que résume Pierre Bourdieu : « Il suffit de recenser le nombre d'univers où le bon usage de la langue constitue le droit d'entrée tacite pour apercevoir que le pouvoir sur la langue est sans doute l'une des dimensions les plus importantes du pouvoir. »

Il ajoute par ailleurs qu'«il est légitime de traiter les rapports sociaux – et les rapports de domination eux-mêmes – comme des interactions symboliques, c'est-à-dire comme des rapports de communication impliquant la connaissance et la reconnaissance, on doit se garder d'oublier que les rapports de communication par excellence que sont les échanges linguistiques sont aussi des rapports de pouvoir symbolique où s'actualisent les rapports de force entre les locuteurs ou leurs groupes respectifs» (2001). On note qu'il est ici très proche des préoccupations d'Habermas concernant la pragmatique universelle et la distribution socialement homogène des actes de langage dans la société. En d'autres termes, les ressources linguistiques sont inégalement distribuées dans la société et la maîtrise affichée d'un code est un facteur de distinction. Les sociolinguistes comme Basil Bernstein (*Langage et classes sociales*, 1975) montrent le rapport entre la division de la société et la division du langage. Les politistes comme Daniel Gaxie (*Le cens caché*, 1978) insistent sur les handicaps culturels à la participation politique. Les inégalités d'accès à la connaissance, et le langage en est une condition, se prolongent ainsi dans les inégalités d'acquisition de la compétence politique et donc de la performance politique, c'est-à-dire de la chance d'exercer du pouvoir.

Pour produire le sens de leur expérience, les hommes se servent de symboles. Symboliser, c'est représenter le réel et établir un rapport de signification entre des choses. Pour ce faire, l'être humain dispose du langage mais aussi des rites et des mythes. La communication politique, comme les autres formes de communication humaine, utilise les signes qui sont disponibles dans les codes. Un code est un stock de signes et un répertoire de règles pour les combiner de façon acceptable pour les membres d'une communauté linguistique. Les signes, par exemple les mots, sont sélectionnés dans le stock et agencés conformément aux règles pour produire des énoncés ou des messages. Les travaux sur le langage politique ont mis en évidence les possibilités stratégiques qu'il offre à ces différents niveaux de fonctionnement. La stratégie des symboles suppose des choix entre la description et la condensation pour reprendre la distinction d'Edward Sapir. Les symboles condensés se caractérisent par leur surcharge sémantique et leur pouvoir d'évocation, d'identification ou de projection. Ainsi, parler de *racisme* ou de *distance culturelle*, d'*avortement* ou d'*interruption volontaire de grossesse*, de *nationalisation* ou d'*extension du secteur public*, de *chômage* ou de *main-d'œuvre disponible*, de *réfugiés* ou de *migrants* n'est pas indifférent quant au travail de la connotation. Ces mots s'opposent par leur charge émotionnelle, comme le chaud au froid, dans une alternative, registre ordinaire *versus* registre technocratique.

La stratégie d'énonciation permet aux locuteurs individuels ou collectifs d'accomplir des actes de langage contrôlés, de prendre plus ou moins en charge leurs énoncés (distance) et de les tendre vers l'auditoire (tension) pour produire des messages d'implication, d'interpellation ou d'association. La didactique et la polémique sont deux options rhétoriques actualisables dans le discours politique, de même que les choix entre les contenus posés et présupposés. Les stratégies argumentatives jouent sur toutes les opérations logico-discursives pour construire des schématisations acceptables, c'est-à-dire des représentations de l'objet du

discours mais aussi des images des interlocuteurs (Grize, 1982). L'utilisation stratégique des normes de communication (normes situationnelles, discursives, conversationnelles) révèle aussi la façon dont les interlocuteurs interprètent leurs rôles de communication pour se qualifier et disqualifier leur adversaire.

Le langage et sa mise en discours sont souvent considérés comme le « patron » de toutes les pratiques signifiantes. La sémiologie s'est appliquée au domaine des images fixes (photos, affiches) ou animées (cinéma, télévision) pour démontrer leurs mécanismes et leur efficacité symbolique. Les technologies de la communication ouvrent, à cet égard, de nouvelles voies notamment avec la vidéo-culture. La musique, la peinture, la littérature et toutes les formes d'expression artistiques attestent que le « texte politique » peut prendre des formes multiples. Hors de la « culture cultivée », le message politique peut être véhiculé selon des modalités plus ou moins organisées par toutes sortes de supports : chansons, slogans, banderoles, bannières, graffitis, tags, gadgets, bandes dessinées... La force de l'humour populaire des histoires et blagues en fait souvent un vecteur puissant des stéréotypes sociaux, raciaux et nationaux, mais aussi un instrument non négligeable de dérision des régimes politiques. La communication politique passe aussi par les rites dont les anthropologues comme Georges Balandier ont montré l'universalité et les manifestations typiques comme les rites consensuels et rites d'affrontements (Abélès, 1989). L'élection, qui assure une forme de communication entre gouvernants et gouvernés, ne s'interprète-t-elle pas comme un acte rituel de participation (Bon, 1991a) ?

L'étude des pratiques de communication rapportées aux positions de pouvoir nous donnera l'occasion de revenir largement sur la pragmatique de la communication politique. Mais d'ores et déjà, on peut mentionner quelques types de discours politiques qui ont été étudiés et dont les propriétés ont été mises en évidence. Ainsi, par exemple, l'opposition entre le discours-bilan et le discours-appel dans les allocutions télévisées du général de Gaulle (Cotteret *et al.*, 1969). Autre distinction classique, celle qui oppose le discours didactique et le discours polémique. Le premier cale le discours politique sur le registre de l'évidence et de la naturalisation comme dans un énoncé scolaire du type « la terre est ronde ». Le second, au contraire, se caractérise par les nombreuses marques énonciatives de présence du locuteur dans son discours qui expriment la prise de position et donc la possibilité de la controverse ou de l'affrontement. On a ainsi pu opposer la rhétorique de Léon Blum et celle de Maurice Thorez. Grâce à l'utilisation du système pronominal d'un discours de débat électoral, nous avons aussi montré qu'on peut identifier des discours d'interpellation où le « vous » est central pour divers usages, des discours d'association où le « nous » prend sa place et des discours d'implication où le « je » règne en maître¹. Enfin, lors des campagnes électorales, le discours de confirmation réaffirme une identité partisane alors que le discours d'agrégation vise à mobiliser des indécis autour de soutiens assurés par le noyau des électeurs acquis (Cotteret *et al.*, 1976).

1. GERSTLÉ J., 1981, « Éristique électorale », p. 450-474, in COTTERET J.-M., GERSTLÉ J., AYACHE G., CASILE N., « Démocratie cathodique. L'élection présidentielle de 1981 et la télévision », *Les Cahiers de la communication*, vol. 1, n° 4-5.

La dimension pragmatique

La pragmatique désigne l'étude des pratiques de communication effectives. Par extension de la sémiologie, ou théorie des signes, qui fait l'étude de la relation entre les signes et leurs usagers, la pragmatique concerne davantage «la relation qui unit émetteur et récepteur en tant qu'elle est médiatisée par la communication» (Watzlawick *et al.*, 1972). Il est ici suggéré que la communication politique est utilisée pour interagir selon des modalités variables telles que, entre autres, persuader, convaincre, séduire, informer, commander, négocier, inviter à. Ce n'est pas le contenu du message ni la structure d'un système de communication qui sont ici en cause, mais bien la forme de la relation sociale qui s'établit à l'occasion de la communication.

La mise en œuvre de la communication peut être conçue à travers une représentation du politique défini comme un espace social de tension entre la coopération et le conflit. Lorsqu'elle travaille à la coopération des partenaires, la communication politique est une discussion orientée par le souci d'intercompréhension. Ainsi, la délibération est-elle l'examen collectif en vue d'une décision. Lorsqu'elle est finalisée par la volonté de domination des protagonistes, elle prend le visage de l'injonction ou de la manipulation. Le sens commun admet volontiers que «plus on se parle, mieux on se comprend». Ce postulat n'est certainement pas étranger au succès du discours médiaphilique et sert d'accompagnement à la diffusion des innovations technologiques pour cristalliser une idéologie de la communication (Erik Neveu, *Une société de communication?* 1994). Sous ce postulat se trouve néanmoins pointée la question du lien social et sa dimension politique, c'est-à-dire ici l'aptitude à vivre ensemble, à coopérer et à s'intégrer ou à s'opposer et se combattre.

Un axiome de Paul Watzlawick (1972) désigne très directement le caractère politique inexorable de toute relation sociale: «Tout échange de communication est symétrique ou complémentaire, selon qu'il se fonde sur l'égalité ou la différence.» La communication est donc politique dès qu'elle s'inscrit dans une tension entre la coopération et le conflit. L'idée de coopération est sous-jacente à l'étymologie du terme communication qui renvoie à la fois à une transmission et une mise en commun, un partage des significations. Le principe de coopération ou de l'intercompréhension est au cœur de la théorie sociale moderne. Les théoriciens des actes de langage comme Grice et les ethnométhodologues, par exemple, affirment l'existence d'un «principe de coopération» comme condition de possibilité de la communication et des systèmes d'échange en général (débat, entretien, cérémonie, rite, etc.). Quand on s'engage dans une conversation, on postule le partage d'un certain nombre d'éléments comme le code, l'intérêt ou le plaisir de l'interlocution, le respect d'un minimum de règles de communication relatives à la quantité, la qualité, la pertinence de l'information et à ses modalités d'expression. Ces règles concernent aussi le déroulement de l'interaction comme l'alternance dans les tours de parole et l'attention aux propos de l'interlocuteur.

La dimension structurelle

Les aspects structurels de la communication, enfin, concernent les voies par lesquelles elle est acheminée. Il s'agit donc des canaux, réseaux et médias qui

permettent les flux de communication. En utilisant la métaphore informatique, on pourrait avancer que les aspects pragmatiques de la communication sont l'équivalent du logiciel, les aspects symboliques sont les données culturelles spécifiques à une communauté particulière alors que les aspects structurels désignent le matériel de traitement de l'information. On distingue généralement pour la communication politique entre les canaux institutionnels tels le Parlement ou l'administration, les canaux organisationnels tels les partis politiques et les autres forces organisées, les canaux médiatiques tels les organes d'information écrits, audiovisuels et numériques, et les canaux interpersonnels que constituent les groupes sociaux et les relations interindividuelles. Il convient ici d'être vigilant sur le concept de réseau (dans le sens non informatique du terme) car sa signification change selon son contexte d'utilisation.

Distinguons réseau social et réseau de communication. Le premier se définit par opposition à un appareil comme une organisation sociale non constituée, c'est-à-dire aux frontières floues, avec des acteurs faiblement spécialisés dans des rôles et des connexions aléatoires (Lemieux, 1999). Au contraire, le réseau de communication se définit comme une infrastructure, c'est-à-dire un ensemble de possibilités matérielles de communication, qui est différente de la structure de communication conçue comme étant l'ensemble des communications réellement échangées dans un groupe. Un réseau de communication détermine donc l'éventail des possibilités matérielles mais pas forcément la structure réelle de la communication. Comme le pointe Gaetan Tremblay¹, à l'intérieur d'un réseau, trois facteurs déterminent l'établissement d'une structure de communication : les ressources informationnelles inégalement distribuées, l'intérêt de l'échange pour les partenaires et la répartition du pouvoir en termes de contrôle de l'information (accessibilité, capacité de stockage, de rétention, de manipulation et capacité à utiliser l'information au moment opportun). Mais la communication peut être acheminée par un réseau physique ou bien un réseau social et donc une transmission strictement humaine, voire de façon mixte sur les deux modes.

La nature du réseau peut influencer le résultat du processus car si le réseau physique se caractérise davantage par l'infrastructure, par le signal et sa circulation, par la mise en accès et par ce que Jacques Ellul appelait « l'information structurelle », c'est-à-dire essentiellement univoque, le réseau social de communication a pour substrat la relation sociale, échange interpersonnel des symboles qui s'effectue dans une pragmatique et se nourrit « d'information existentielle ». Alors que le réseau physique est évalué pour sa fiabilité, le réseau social vaut pour la confiance que ses membres se portent et les conséquences qui s'attachent à ce sentiment. Considérons deux manifestations de la réticulation en politique : la question de l'influence sociale et l'impact du capital social sur la participation politique.

L'analyse de réseau permet, en effet, de reprendre à nouveaux frais la vieille question de l'influence personnelle ou sociale dans la formation et la transformation des préférences politiques qui était au cœur des préoccupations de Paul Lazarsfeld et Elihu Katz notamment dans les années 1940 et 1950. Leurs enquêtes,

1. TREMBLAY G., 1981, « Technologie de communication, démocratisation et régionalisation », *Les Cahiers de la communication*, n° 1, p. 3-17.

en particulier *The People's Choice*, avaient montré que la propagande électorale était inefficace du fait de l'interposition protectrice des groupes sociaux entre sources et cibles de la propagande. L'appartenance à des groupes sociaux conduisait l'électeur à suivre les normes de ces groupes en quelque sorte prescripteurs pour produire un vote reflet de sa position sociale. L'influence des leaders d'opinion reconnus par ces groupes consistait à décoder le message initial et à le recoder dans le langage du groupe en assurant ainsi un relais de la communication dans un processus à deux temps, le fameux « *two-step flow of communication* ». Le modèle d'explication de cette analyse de l'influence socio-politique reposait sur le principe de la cohésion sociale, où conformité et socialisation faisaient qu'alter et ego partageant les mêmes propriétés sociales étaient censés partager les mêmes valeurs.

Le modèle de Michigan a remplacé ce type d'explication du comportement électoral en mettant l'accent sur les attitudes proprement politiques telles que l'identification partisane, puis le modèle du choix rationnel a insisté sur l'utilité individuelle des acteurs agissant sur le marché politique qu'il s'agisse des électeurs ou des candidats. L'analyse de réseau permet aujourd'hui de reprendre à nouveaux frais le problème des effets contextuels sur le vote hors du modèle de la cohésion sociale. En effet, les acteurs ne sont plus discriminés par leur *Catnet*, mais par leur *Netness*, comme dirait Harrison White. Ce n'est plus la catégorie d'appartenance sociale qui les spécifie et les détermine mais le fait qu'ils occupent une position particulière, identique ou différente, dans une structure de relations dont l'examen relève précisément de l'analyse structurale de réseau. Dès lors, le principe de cohésion sociale s'efface au profit du principe de l'équivalence structurale. Ce ne sont plus les relations réciproques d'alter et d'ego qui conditionnent leur conduite mais leur profil relationnel équivalent ou non.

L'analyse du capital social et de son influence sur la participation politique représente une deuxième application de la notion de réseau en politique. C'est là un domaine immense où les particularités interprétatives sont nombreuses sur le lien entre réseau social et capital social. L'attestent quelques définitions provenant d'auteurs consacrés et représentatifs de paradigmes contrastés. James Coleman¹, qui est à l'origine de la relance du concept de capital social en s'appuyant sur Granovetter dans les années 1980, estime qu'il existe trois types de capital : physique, humain et social. Le capital social est caractérisé par trois éléments constitutifs : les obligations et attentes qui forgent la confiance, la capacité de la structure sociale à générer des flux d'information et les normes. Selon Robert Putnam², le capital social concerne trois aspects de la vie sociale qui facilitent l'action collective : les réseaux, les normes et la confiance. Pour Pierre Bourdieu (1980), le capital social est « l'ensemble des ressources actuelles ou potentielles qui sont liées à la possession d'un réseau durable de relations plus ou moins institutionnalisées, d'interconnaissance et d'inter-reconnaissance ; ou en d'autres termes, l'appartenance à un groupe ». Quant à Ronald Ingelhart (1997), il assimile le capital social à « une culture de la confiance et de la tolérance dans laquelle

1. COLEMAN J. S., 1990, *Foundations of Social Theory*, Cambridge, Mass, Harvard University Press.

2. PUTNAM R. D., 1993, *Making Democracy Work: Civic Tradition in Modern Italy*, Princeton, Princeton University Press.

des réseaux extensifs d'associations volontaires émergent». La notion de réseau constitue donc un facteur commun à ces définitions par ailleurs assez divergentes.

Putnam en fait l'utilisation la plus directement proche de l'analyse macropolitique. Pour lui, il existe un lien entre le développement du capital social que traduit l'intensité de la vie dans la société civile et les performances institutionnelles garantes de l'efficacité démocratique. L'érosion du capital social aux États-Unis constituerait par conséquent une menace pour le système politique tout entier (Putnam, 2000). Huckfeldt et Sprague (1995) ont mené des travaux micro-politiques aux États-Unis qui montrent, entre autres, que le capital social représente un facteur de participation politique autonome, et dont les effets sont spécifiques par rapport au capital humain. Le capital social produit des relations sociales d'interdépendance et d'interaction à travers les réseaux sociaux et trois dimensions sont reconnues comme efficaces : la taille du réseau, la fréquence des interactions et le degré de compétence politique des participants pèsent sur l'engagement politique de ces derniers.

L'analyse de réseau renouvelle l'analyse des voies de l'influence sociale et politique par la brèche de «l'équivalence structurale», et met en évidence l'effectivité du capital social. Certes, la littérature concernant le capital social a également développé un versant critique et Putnam a suscité une réaction, toutes choses égales par ailleurs, comparable à celle qu'a connue Habermas. Espace public et capital social n'en restent pas moins des concepts qui ont fait progresser la réflexion sur les aspects macro-structurels de la vie démocratique et ses aspects micro-structures comme la réalité et l'intensité de la participation et de l'engagement. Suffisamment de manifestations du réseau dans la société industrielle avancée ont une pertinence pour ne pas renoncer à ce concept au motif que le processus d'érosion dont il devrait témoigner ne se produit pas de façon universelle (Hamidi *et al.*, 2003). Les réseaux de mobilisation, les réseaux de politiques publiques, les réseaux de clientélisme, les réseaux civiques, les réseaux associatifs ou partisans constituent autant de formes d'activité politique fondée sur le réticulaire non physique mais social et témoignent de son ubiquité¹.

Par exemple, les sociologues de l'action publique ont depuis une vingtaine d'années opéré un recours spectaculaire à la notion de réseau. Cette référence est considérée comme une alternative aux modèles pluraliste et néo-corporatiste et comme un outil descriptif d'un État fragmenté entre hiérarchie et marché (Le Galès *et al.*, 1995). La méthodologie sous-jacente n'a pas grand-chose à voir avec l'analyse structurale précédemment évoquée, mais l'emprunt a une portée heuristique certaine puisqu'il permet de forger une définition et de construire une typologie. Ainsi, pour Patrick Le Galès et ses collègues : « Dans un environnement complexe, les réseaux sont le résultat de la coopération plus ou moins stable, non hiérarchique, entre des organisations qui se connaissent et se reconnaissent, négocient, échangent des ressources et peuvent partager des normes et des intérêts ». À côté des communautés de politique publique, on trouve donc des réseaux professionnels, des réseaux intergouvernementaux, des réseaux producteurs, des

1. GERSTLÉ J., 2003, « Réseaux de communication, réseaux sociaux et réseaux politiques », in MUSSO P. (dir.), *Critique des réseaux*, Paris, PUF.

réseaux d'idées ou thématiques auxquels on pourrait associer, pour leur proximité d'inspiration réticulaire, les communautés épistémiques de Peter Haas et les coalitions de cause de Paul Sabatier. Ce qui fait écrire à Pierre Lascoumes (1996) que « l'ordinaire de l'action publique est en grande partie une lutte sourde et continue des réseaux en place pour leur repositionnement face aux enjeux sociaux ».

Soulignons que les trois dimensions de la communication que nous venons d'évoquer (pragmatique, symbolique et structurelle) ne doivent pas être considérées comme exclusives l'une de l'autre mais qu'elles se révèlent plus ou moins pertinentes selon les objets de recherche. Rejoignant Gadi Wolfsfeld (2011), on reconnaîtra qu'au total la communication politique, c'est donc d'abord et avant tout de la politique. Nous la définissons comme l'ensemble des efforts s'appuyant sur des ressources structurelles, symboliques et pragmatiques pour mobiliser des soutiens et faire prévaloir une définition de la situation qui est censée contribuer au règlement d'un problème collectif et/ou bien rendre efficaces les préférences de l'acteur, c'est-à-dire son pouvoir. Il s'agit donc de tous les efforts de communication accomplis par ceux qui cherchent à faire adhérer à leur vision du monde, soit en l'imposant par la propagande, soit en la rendant acceptable par la discussion (négociation, délibération, etc.).

Un champ théorique concurrentiel

La communication politique représente aujourd'hui un domaine de connaissance où se reflète parfaitement la concurrence des principaux paradigmes de la pensée politique et des sciences sociales. Comportement, système, interaction et dialogue permettent d'étiqueter des logiques d'analyse de la communication politique.

L'approche comportementaliste

En 1948, Lasswell énonce sa question « Qui dit quoi, à qui, par quel canal et avec quels effets ? » pour décrire une action de communication. La logique est celle de « la théorie mathématique de la communication » proposée en 1949 par Shannon et Weaver. La communication, d'abord, est conçue comme une somme de facteurs : l'émetteur, le message, le récepteur, le code, le canal et la situation. Elle est, ensuite, conçue comme un processus linéaire qui est la transmission de l'information contenue dans le message depuis l'émetteur vers le récepteur. Elle est, enfin, caractérisée par son effet sur le destinataire. À partir de cette conception, c'est sur le mode empirique que la recherche, principalement américaine, s'est développée pour constituer un domaine scientifique en voie d'émergence qui prend appui sur quatre problématiques principales d'après le bilan qu'en dresse en 1977 Dan Nimmo¹ : la propagande, les études électorales, les effets de la communication de masse ainsi que les relations entre la presse, l'opinion et les autorités publiques.

1. NIMMO D., 1977, "Political Communication. Theory and Research: An Overview", in RUBEN B. D. (ed.), *Communication Yearbook I*, New Brunswick, Transaction Books: 441-452.