

Philippe Riutort

Sociologie de la communication politique



La Découverte

9 bis, rue Abel-Hovelacque
75013 Paris

Remerciements. L'auteur tient à remercier Françoise Dreyfus, Nicolas Hubé, Pierre Leroux et Érik Neveu pour leurs remarques et commentaires critiques, et Pascal Combemale pour sa confiance.

Si vous désirez être tenu régulièrement informé des parutions de la collection « Repères », il vous suffit de vous abonner gratuitement à notre lettre d'information mensuelle par courriel, à partir de notre site <http://www.collectionreperes.com>, où vous retrouverez l'ensemble de notre catalogue. Vous pouvez, à défaut, envoyer vos nom et adresse aux Éditions La Découverte (9 bis, rue Abel-Hovelacque, 75013 Paris), pour demander à recevoir gratuitement par la poste notre bulletin trimestriel *À La Découverte*.

ISBN : 978-2-7071-4861-2



Ce logo a pour objet d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir du livre, tout particulièrement dans le domaine des sciences humaines et sociales, le développement massif du photocopillage. Nous rappelons donc qu'en application des articles L. 122-10 à L. 122-12 du code de la propriété intellectuelle, toute photocopie à usage collectif, intégrale ou partielle, du présent ouvrage est interdite sans autorisation du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris). Toute autre forme de reproduction, intégrale ou partielle, est également interdite sans autorisation de l'éditeur.

© Éditions La Découverte, Paris, 2007.

Introduction

Le titre de ce « Repères » mérite une petite explication. Il accrédite l'idée *a priori* discutable que la sociologie se serait pleinement saisie de l'objet « communication politique » et l'aurait investi à partir des questionnements à l'œuvre dans la discipline. Le statut de marginalité longtemps conféré à la « communication » ainsi qu'aux médias, particulièrement en France, explique que, à de trop rares exceptions [Balle et Padioleau, 1973]*, la sociologie ait pu se délester de ce sujet trivial [Beaud, 2000], investi par d'autres disciplines comme les sciences de l'information et de la communication naissantes. L'objet « communication » ne semble, en outre, guère éclairant tant il est marqué par un flou sémantique et théorique qui risque fort de conduire l'analyste à « accompagner » le phénomène au lieu de tenter d'en rendre compte. La somme impressionnante des écrits tant catastrophistes qu'enchantés consacrés aux médias depuis l'apparition de la presse moderne pourrait suffire à justifier cette crainte initiale. L'un des points de départ théoriques les plus stimulants a pu consister à se défaire de la fascination comme de la répulsion suscitées — deux travers parfaitement symétriques répandus dans les milieux intellectuels — par la « communication » sur la vie sociale en prenant au sérieux les mythologies indigènes (pour un texte fondateur, Bourdieu et Passeron [1963], et son « actualisation », Neveu et Rieffel [1991]).

* Les références entre crochets renvoient à la bibliographie en fin d'ouvrage.

Un objet sous-investi

La méfiance initiale éprouvée par les *Homo academicus* envers l'objet « communication » est accrue par le parfum d'exotisme dégagé par l'expression « communication politique », qui semble posséder le pouvoir de concentrer en deux mots l'ensemble des maléfices liés à l'apparition d'une démocratie dévoyée par les sortilèges du marketing, des sondages et des petites phrases politiques (*sound bites*). La science politique française a ainsi prudemment négligé la « communication politique », même si de rares études novatrices pouvaient inviter à s'intéresser, à partir des années 1980, au langage politique et à ses rapports avec l'idéologie [Bon, 1985]. Au même moment, un bilan consacré aux relations entre « médias et politique » en était réduit, faute de travaux existants, à proposer une synthèse des classiques anglo-saxons, complétée par quelques vigoureux essayistes hexagonaux [Balle, 1985]. Ce long silence a brusquement laissé place à un véritable engouement pour la « communication politique », hissée au rang d'objet majeur de la discipline, en raison du volume de cours consacré à ce domaine [Legavre, 1998]. Cette soudaine bonne fortune s'explique, dans un premier temps, davantage par la « demande sociale » — en raison de l'intérêt suscité par un sujet « dans le vent » et les débouchés professionnels escomptés — que par de réelles avancées théoriques [Darras, 2004]. Ce constat (pessimiste) gagne cependant à être relativisé aujourd'hui : l'attrait croissant de chercheurs, notamment issus de la science politique, a pu être observé pour les divers phénomènes relevant de la « communication politique » (les effets produits par les campagnes électorales, le poids des sondages dans le jeu politique, les relations unissant professionnels des médias et de la politique...) à partir de la fin des années 1980, ce dont témoigne l'apparition de manuels lors de la décennie suivante, encore largement inspirés des nombreux travaux anglo-saxons qui constituent, depuis déjà un bon demi-siècle, une sous-discipline assez largement autonomisée [Gerstlé, 1992]. Cet intérêt a conduit un plus grand nombre de chercheurs, portés au travail empirique, à étudier la nouvelle division du travail politique en y intégrant l'univers de la communication (pour deux synthèses, Neveu [1998], Riutort [2007]), même si les comptes rendus recensant les acquis

continuent de souligner avec raison la dimension *work in progress* de ce champ d'études et son (perpétuel) besoin de reconnaissance [Mercier, 2001].

Une perspective sociologique

La perspective analytique dont se réclame cet ouvrage — comme la majeure partie des travaux de science politique consacrés à cet objet — est donc la sociologie. Cet élément mérite d'être précisé dans la mesure où la communication politique suscite aujourd'hui, en raison de son succès, mais également des découpages disciplinaires, l'attention des spécialistes des sciences du langage, prioritairement attachés à l'analyse du discours [Charaudeau, 2005], des historiens intéressés par le passage de la « propagande » à la « communication » [Delporte, 2006], voire de philosophes désireux de se pencher, à partir de leur discussion d'Habermas, notamment celui de l'*agir communicationnel*, sur les conditions de possibilité d'avènement d'une communication « idéale », affranchie de déterminations hétéronomes [Ferry, 1994]. Si une perspective sociologique ne peut ignorer — sans courir le risque de fractionner son objet — les propriétés formelles du discours, si toute analyse des processus sociaux comporte nécessairement une dimension historique indispensable pour éclairer les mutations contemporaines, si l'aspect normatif n'est jamais totalement évacué tant les discours sur la « démocratie », les périls comme les promesses de la « communication » abondent, cet ouvrage défend une approche sociologique de la communication politique. En quoi peut-elle consister ? À privilégier l'étude des relations sociales concrètes reliant les titulaires des fonctions politiques (les « gouvernants »¹) aux divers professionnels de la communication ainsi qu'à l'ensemble des groupes sociaux sur lesquels ils sont censés exercer leur autorité par divers moyens et, parmi eux, le maintien de l'ordre symbolique.

1. Pour des raisons de lisibilité, les guillemets qui se justifiaient pourtant pleinement lors de l'emploi d'oppositions aussi sommaires que « gouvernants » et « gouvernés » ne seront désormais plus utilisés.

Le chapitre I est ainsi consacré aux métamorphoses de la communication politique en liaison étroite avec l'évolution des formes de représentation politique dont elle est l'une des émanations. Contrairement à de nombreuses approches « médiacentrées » [Schlesinger, 1992] datant l'acte de naissance de la communication politique de l'apparition des médias dits « de masse », il est permis d'affirmer que la « communication politique » a toujours existé, puisqu'elle recouvre l'ensemble des actions entreprises par les gouvernants et leurs soutiens afin de légitimer leur action. Autrement dit, l'évocation de contextes sociohistoriques fort divers n'obéit pas à une quête d'exotisme mais s'efforce d'éclairer en creux et analogiquement les pratiques politiques contemporaines.

Le chapitre II vise à décrire les raisons de l'apparition de la « communication politique » en tant que domaine de savoir et sous-discipline dans le contexte anglo-saxon et à présenter les cadres théoriques qui ont présidé à l'essor des principaux travaux fondateurs jusqu'à leurs prolongements contemporains. Le poids considérable exercé depuis la première moitié du XX^e siècle par le secteur de la communication aux États-Unis, joint à celui du marketing, de l'industrie des sondages et des médias « de masse », aide à comprendre les transformations en cours de l'activité politique, son recours croissant à divers « experts » en communication ainsi que l'intérêt manifesté, assez tôt, par les sciences sociales pour cet objet.

Le chapitre III aborde la question de l'émergence et de la consécration des professionnels de la communication politique dans les systèmes politiques contemporains afin d'éclairer les savoirs et savoir-faire de cet univers en voie d'autonomisation. Il s'agit de s'interroger sur les logiques pratiques mises en œuvre par ces spécialistes qui investissent progressivement le monde politique de l'intérieur (le développement des services de communication dans les grandes organisations, notamment publiques) et celui de l'extérieur (les activités de conseil, des sondeurs aux publicitaires en passant par les *media trainers*...).

Le dernier chapitre se penche sur les transformations de l'espace public et notamment du champ politique à l'« ère » de la communication politique. L'impératif communicationnel, qui tend désormais à se diffuser à l'ensemble des institutions et organisations politiques, saisit également les mouvements sociaux et

les groupes d'intérêt et fait figure d'obligation difficilement contournable. Il semble, dès lors, inévitable de se demander quels sont les effets perceptibles de l'extension progressive de la communication politique sur le fonctionnement de l'espace public et l'exercice du métier politique.

La communication politique semble ainsi représenter un phénomène bien trop important pour en laisser le monopole — et les usages sociaux qui l'accompagnent — aux seuls « communicateurs » dont les rationalisations pratiques tiennent encore trop souvent lieu d'analyse.