



Les enjeux de la communication politique dans la société médiatisée

Interview à Jacques Gerstlé
(Paris, le 29 avril 2009)

par Jole Morgante

JACQUES GERSTLE. Docteur d'Etat en science politique; Professeur agrégé des Universités, il enseigne à Paris 1; il est directeur du DESS Communication politique et sociale, membre du Centre de Recherches politiques de la Sorbonne (CRPS).

Son domaine d'enseignement et de recherche est la sociologie politique en étudiant spécialement la communication politique, l'opinion publique et les sondages, les comportements politiques

Thèmes de travail actuels : action et opinions publiques, dimension cognitive des conduites politiques, espace public et démocratie représentative.

Parmi ses publications:

"L'information et la sensibilité des électeurs à la conjoncture" *Revue Française de Science Politique*. 46 (5), p.731-752, 1996;

"La persuasion de l'actualité télévisée" *Politix*, (37), *Télévision et Politique*, p.81-96, 1997;
Les effets d'information en politique. Paris, L'Harmattan, 2001;

"Les campagnes présidentielles depuis 1965" in P. Bréchon (éd.) *Les Elections Présidentielles en France. Quarante ans d'histoire Politique*, Paris, La Documentation Française, 2002 p. 73-108;

"Une fenêtre d'opportunité électorale" in P. Perrineau, C. Ysmal, (éds.). *Le vote de tous les refus. Les élections présidentielle et législatives de 2002*, Paris, Presses de SciencesPo, 2003, p. 29-52;

La communication politique, Paris, Armand Colin, 2008 (deuxième édition).

Mme Morgante : *Le rapport entre critique des États Unis et réflexion française: autonomie ou simple reprise?*

M. Gerstlé : La réflexion ouverte par l'ouvrage *La communication politique* résulte d'une observation de la vie politique française étalée sur près de 40 ans si on veut bien



considérer qu'elle s'ouvre avec l'étude consacrée à la campagne pour l'élection présidentielle de 1974 entre V. Giscard d'Estaing et F. Mitterrand. Cette observation a été nourrie des apports théoriques et empiriques réalisés tout au long de la période écoulée aux Etats-Unis et ailleurs. Mais il faut bien le reconnaître les études américaines et anglo-saxonnes, d'une manière plus générale, constituent le socle de cette observation. Les études américaines en particulier ont bénéficié d'une prime à l'ancienneté, si l'on peut dire, en vertu de l'antériorité des questions pratiques posées par la communication politique dans ce pays, disons à partir de 1952 quand la télévision couvre la totalité du territoire national américain. Cela correspond à la campagne présidentielle de Dwight Eisenhower qui fut le premier à utiliser massivement la télévision dans un but électoral. Cette "avance" qui a des raisons technologiques se traduit dans l'équipement des ménages en téléviseurs dont l'accomplissement précède l'équipement européen d'une dizaine d'années environ. On comprend pourquoi la recherche américaine dispose alors d'un intérêt soutenu pour la communication dans la mesure où des segments sociaux entiers (le marché par la voie de la publicité, mais aussi la politique et la culture d'une manière générale) vont être concernés par ces développements. Dès lors que ces recherches sont entreprises et aboutissent à des résultats, certes contradictoires parfois mais authentiques, on ne peut plus les ignorer. La recherche américaine disposant d'une capacité d'investissement financier autant qu'intellectuel considérable, elle a pu produire l'essentiel du matériel empirique sur lequel se fondent aujourd'hui les connaissances en communication.

Prendre en considération ces recherches et leurs résultats majeurs ne signifie pas pour autant s'aligner sans réflexion sur les résultats obtenus. Si je prends un exemple assez récent avec la mise en évidence de la fonction d'agenda des médias, en 1972 par McCombs et Shaw, les chercheurs européens semblent beaucoup plus réticents que les américains pour en accepter l'effectivité. L'idée qu'un effet d'agenda puisse exister fait ainsi l'objet d'une double interprétation. L'une plus mécaniste de la part des américains qui n'hésitent pas à y voir l'impact des médias parvenant à conformer l'ensemble des enjeux dont a conscience l'opinion publique. L'autre beaucoup plus prudente de la part des européens qui ont tendance à n'y voir qu'un effet de captation et d'orientation de l'attention publique, ce qui n'est pas la même chose vous en conviendrez.

Dès lors, l'utilisation des résultats obtenus par la recherche américaine nous sert souvent à élaborer des hypothèses, mais ces hypothèses pour autant ne sont pas toujours validées par les résultats obtenus sur un autre terrain. Bien sûr, cela ne signifie pas non plus une totale dépendance sur le plan théorique par rapport aux principaux concepts et paradigmes américains. La sociologie critique fortement inspirée par P. Bourdieu est un exemple parlant et très vivant dans la science politique française pour être opposée à l'empirisme positiviste qui règne sans partage sur la recherche américaine. De même que la recherche historique sur le développement des médias a pu se constituer de façon autonome. D'une manière générale, je crois utile de ne rejeter a priori aucune contribution théorique au débat sur la communication politique et son avenir, tant il me paraît ouvert et relativement indécidable.



Mme Morgante : *La conception délibérative de la communication politique permet-elle d'envisager une correction des mécanismes communicatifs entre hommes politiques et médias?*

M. Gerstlé : La conception délibérative est profondément normative. Elle relève d'une appréhension philosophique du problème tel que l'ont posé les premiers penseurs du politique : quel est le régime le meilleur pour la communauté humaine ? La réponse à cette question implique donc de lever l'ambiguïté qui s'attache au terme "envisager". S'agit-il de "considérer" ou d'"anticiper"? Considérer la correction des mécanismes communicatifs est au principe même de la réflexion normative d'inspiration philosophique. Lorsque J. Habermas pense la communication libérée de toute contrainte et recherche dans la pragmatique universelle les conditions de cette libération il "considère" cette correction inévitablement. Sa réflexion est inspirée par une définition kantienne de la démocratie comme exercice public de la raison. Est-ce que pour autant on peut affirmer qu'il l'anticipe? La réponse est ici affaire de jugement sur la séparation entre le théorique et le pratique.

On peut penser que considérer un objet comme valide suffit à lui donner une existence au moins conceptuelle qui suffirait à l'introduire dans l'ordre des choses de la vie pratique. Mais on peut aussi ne pas s'en contenter et rechercher les conditions pratiques de cette correction. C'est sur cette distinction que s'est développée depuis une dizaine d'années la réflexion sur la "démocratie délibérative" avec un clivage entre les approches théoriques et philosophiques d'une part et les recherches plus sociologiques et pratiques d'autre part. Même si les secondes se sont montrées pour l'instant moins encourageantes que les premières on ne peut révoquer en doute leur utilité. Par exemple, les travaux sur les sondages délibératifs, les questionnaires de choix, les jurys de citoyens, les budgets participatifs, le débat public sont autant de pistes à défricher pour perfectionner les procédures démocratiques insatisfaisantes que la démocratie représentative organise.

On constate avec ces exemples, que ce n'est pas seulement la relation "hommes politiques/médias" qui est en cause, mais bien l'ensemble des mécanismes communicationnels à l'œuvre dans la société. Ces mécanismes affectent les trois niveaux essentiels du processus de communication entre les êtres humains: le niveau pragmatique avec la relation entre émetteur et récepteur, le niveau symbolique avec les signes et les représentations qui alimentent les messages et le niveau structurel qui concerne l'infrastructure technique utilisée. L'une des difficultés de la communication politique (CP) actuelle est de sortir le sens commun de la définition de la CP comme étant principalement une affaire de technologie. C'est une des erreurs fondamentales à laquelle nous invitent tous les promoteurs de nouvelles technologies en y voyant le salut de l'humanité tels les Toffler et autres Naisbitt, voire, aujourd'hui, les thuriféraires d'internet. Ils ne font alors qu'alimenter le mythe de la "société de communication" dans laquelle plus on se parlerait plus on se comprendrait. Ce mythe repose sur quelques piliers fondamentaux : 1)- l'opulence communicationnelle à laquelle on serait parvenu



grâce à la multiplication des médias. On confond alors l'aspect quantitatif et l'aspect qualitatif. Or si les médias se copient les uns les autres dans une "circularité de l'information", il n'y a pas de gain mais seulement de la reproduction à l'identique d'une information clonée. 2)- L'interactivité croissante des médias en usage. L'évidence du constat ne doit pas écarter l'idée qu'il s'agit plutôt d'une interaction "parasociale" que sociale au sens plein du terme qui implique une interconnaissance entre les protagonistes. 3)- L'hyperchoix auquel conduirait cette multiplication des médias conduirait à la satisfaction générale des besoins de communications. Là encore, le présumé est fort d'une démassification, d'une désindustrialisation de la communication de masse permettant l'adaptation des médias au besoin de chacun. 4)- L'égalité d'accès aux produits de la culture résulterait inévitablement de ce processus d'opulence interactive dans l'hyperchoix. Le paysan des Abruzzes aurait donc les mêmes chances d'être exposé à un opéra de Wagner que l'intellectuel bourgeois milanais. On voit bien le caractère très hypothétique de cette conjecture. 5)- Enfin la société se structurerait de moins en moins de façon hiérarchique et de plus en plus de façon réticulaire c'est-à-dire en réseau. Même si se sont développées les structures sociales à caractère horizontal, on ne peut considérer pour demain le remplacement des structures verticales dans toutes les organisations complexes. Tels sont les principaux pièges d'une conception trop technologique de la communication politique.

Mme Morgante: *Le rôle des médias: y a-t-il encore une marge d'autonomie communicationnelle du politique?*

M. Gerstlé: *C'est devenu une tarte à la crème que de parler de la médiatisation du champ politique. Et pourtant cette évolution n'est en rien "naturelle" et il faut restituer les étapes de ce processus pour mieux en comprendre la signification. Le rôle des médias s'est-il développé au point de menacer l'autonomie communicationnelle du politique ?*

Je ne le crois pas, bien que des signes de montée en puissance abondent dans le sens de la médiocratie. Par ailleurs, parler d'autonomie communicationnelle n'est-ce pas déjà renoncer à l'autonomie tout court du politique dans la société ? Le politique, pour parler comme Claude Lefort ou Pierre Rosanvallon, c'est le travail de la société sur elle-même. Pour effectuer ce travail la société met en sens et met en scène les rapports sociaux par différents processus que la science politique a bien identifiés. Le processus de publicisation correspond au travail d'émergence de problèmes par un ou des groupes sociaux qui cherchent à les faire reconnaître comme légitimes. La politisation, c'est le processus de reconnaissance de la légitimité de la demande et l'attribution de son traitement à une autorité publique quelconque. La polarisation, c'est l'apparition de "projets mutuellement exclusifs", pour parler comme Samuel Finer, pour régler le problème publicisé et politisé. La polarisation va donc faire émerger des propositions divergentes de solutions (des programmes politiques par exemple qui vont articuler et agréger les demandes).



Est-ce que les médias affectent ce triple travail social pour régler un problème collectif ? Oui, à l'évidence : en mettant des ressources à la disposition des acteurs pour publiciser, c'est-à-dire diffuser l'intérêt de la cause ou de la demande, pour politiser la demande c'est-à-dire pour la faire reconnaître comme étant d'intérêt public et pour polariser c'est-à-dire exprimer des différences à propos des modes de règlement du problème. L'observation des campagnes électorales met en évidence que les médias ne parviennent que très rarement à imposer un enjeu sur l'agenda électoral sans l'accord des forces politiques en compétition. Même si les candidats sont obligés aujourd'hui de faire des efforts pour se mettre à la disposition des médias, il n'en reste pas moins que ces derniers n'ont apparemment encore qu'un pouvoir limité d'élaboration de l'agenda politique. Les périodes de la vie politique routinisée permettent peut-être aux médias de peser davantage sur le déroulement de la vie politique en organisant une certaine volatilité de l'information politique qui va peser secondairement sur les popularités des acteurs. Il y a là encore des recherches importantes à mener pour mesurer l'importance de cet impact.

Mme Morgante : *Le contrôle par le langage: quel type de contrôle est-il exercé aujourd'hui? Par la distinction de modèles communicationnels ou par l'utilisation d'instruments rhétoriques?*

M. Gerstlé : Le contrôle de la communication politique par le langage renvoie à la dimension symbolique que j'évoquais précédemment. C'est un niveau décisif dans la mesure où ce qui est en cause, c'est bien la construction du sens dans la société. En adoptant une perspective interactionniste symbolique on peut dire que le contrôle social passe par le contrôle symbolique comme le soutient le théorème de W.I. Thomas : "Quand les hommes définissent des situations comme réelles, elles sont réelles dans leurs conséquences". En d'autres termes, la définition subjective des situations à des conséquences objectives. On voit très bien les implications en conjoncture électorale de ce principe. La campagne électorale se présente comme un processus d'interaction entre des interprétations stratégiquement orientées de la situation politique. L'interprétation, c'est-à-dire l'attribution du sens, passe par la mise en mots ou en texte selon la perspective méthodologique utilisée. La lexicologie est ainsi utile au déchiffrement des stratégies de discours, la sémiotique à l'analyse de leur intertextualité, comme dirait Roland Barthes.

Les stratégies de discours reposent sur le choix du vocabulaire avec ses connotations et son épaisseur historique, mais aussi sur les choix énonciatifs opérés par le locuteur. On peut ainsi imaginer un discours sur le même objet mis en forme selon quatre modalités différentes combinant le registre lexical et le registre énonciatif : un discours à vocabulaire affectif (nationalisation, chômage, racisme,...) exprimé sur un mode énonciatif à forte implication personnelle (discours polémique, car la prise de position implique l'existence d'un avis contraire : je, me, moi, mon,...) ; un discours à vocabulaire affectif exprimé sur un mode énonciatif distant (discours didactique, "il est nécessaire de...") ; un discours à vocabulaire technocratique (extension du secteur



public, main d'œuvre disponible, distance culturelle,...) associé à une forte implication personnelle ou à une distance didactique. La rhétorique reprend ici tous ses droits.

Mme Morgante : *Le rôle du public: a-t-il des moyens pour exprimer son autonomie?*

M. Gerstlé : C'est une authentique question de science politique qui renvoie à toute la théorie de la démocratie avec l'opposition entre les monistes et les pluralistes, ceux qui pensent que le pouvoir est détenu par une élite monopolistique et ceux qui pensent au contraire qu'il y a de la compétition entre groupes sociaux pour l'acquisition des positions de pouvoir. Se développe aujourd'hui la critique de la démocratie représentative qui laisserait de côté une partie croissante du public désintéressé par le politique et abandonnant les urnes. C'est ce qu'on appelle la crise de la représentation politique que la démocratie délibérative (cf. plus haut) veut pallier en redonnant la parole au peuple. L'idée se développe qu'à côté d'une compétence politique de type cognitif (fondée sur la connaissance des structures, des faits, des organisations politiques) l'individu est caractérisé par une compétence civique davantage fondée sur des pratiques (prise de parole, compétences techniques pour les discussions sur internet, organisation de réunions, capacité à fabriquer une affiche, etc...). D'une manière plus générale, la compétence civique serait la capacité à maîtriser les codes et pratiques nécessaires à l'expression de ses préférences en démocratie. (Pour une application de cette approche au budget participatif du 11^{ème} arrondissement de Rome voir l'article de Julien Talpin, "Eléments pour une approche pragmatiste de la compétence civique", *Revue Française de Science Politique*, à paraître).

Mme Morgante : *De quelle manière l'Internet va modifier les rapports de force entre médias et hommes politiques face au rôle de tiers du public?*

M. Gerstlé : Je ne crois pas beaucoup à l'option internet pour bouleverser les rapports politiques entre les êtres humains. Pour plusieurs raisons. D'abord, la fracture numérique existe bel et bien encore, quoiqu'on en pense, au niveau mondial avec des taux de pénétration très contrastés (Amérique du nord, 68,6%) versus Afrique (2,6%), en 2006, comme au niveau national. Si un peu plus de la moitié des Français est aujourd'hui connecté à Internet, il en reste quand même une autre moitié pour ne pas l'être. Ensuite, parce qu'on sait très bien que les innovations technologiques se diffusent très bien en priorité chez les individus socialement favorisés et que dans l'immédiat ce n'est pas par ce canal là que les défavorisés vont reprendre la parole.

Enfin et plus fondamentalement, il y a me semble-t-il une contradiction entre le constat d'un reflux du politique universellement constaté et la démarche active qu'implique la recherche d'information politique pour un internaute. On ne peut faire confiance à un internaute individuel pour spontanément se lancer de façon éperdue dans la recherche d'une information qu'il ne désire pas authentiquement obtenir. Ou alors, il faut renoncer au diagnostic d'une crise de la représentation politique. Ce que va favoriser le développement d'internet ce sont les mobilisations sociales ou politiques en



mal d'organisation parce que les forums et moteurs de recherche allègent les coûts de coordination et accroissent la vitesse de réaction des groupes concernés.

Jole Morgante est professeur de Cultura Francese à l'Università degli Studi di Milano. Spécialiste du XVII^e siècle, elle étudie les mécanismes de variation des textes et les procédés de l'écriture libertine; son intérêt pour l'analyse du discours s'applique aussi aux problèmes de la communication de la société contemporaine, en France.

Parmi ses publications:

- Morgante J., 2008, "La Passion : un enjeu cognitif entre idéal de la maîtrise et méfiance", p. 15-110 in *Passions françaises passions des Français* sous la direction de J. Morgante avec la collaboration d'Alessandra Grossi, Cuem, Milano.
- Morgante J., 2008, "Du côté du Lignon et près de la fontaine : variations et convergences narratives dans l'*Astrée*", p. 51-62 in *Lire l'Astrée. La fabrique de l'oeuvre. Hybridations et contrepoints*, sous la direction de D. Denis, Presses de la Sorbonne, Paris.
- Morgante J., 2008, "Finir l'*Astrée*: variabilité et achèvement", p. 1-20 in *Le Règne d'Astrée* <http://www.astree.paris-sorbonne.fr/articles.php>
- Morgante J., "Les points de référence historique, les noyaux conceptuels", in *La nation. Identités entre mémoire et représentation*, sous la direction de J. Morgante, Milano, Cuem, 2007, p. 1-84.
- Morgante J., 2005, "L'érotisme des Contes de La Fontaine. Un plaisir hasardeux", *Revue d'Etudes Culturelles*, n°1, *Erotisme et ordre moral*, p. 133-146.
- Morgante J., 2001, "La réécriture de la première partie du *Francion* : techniques d'écriture libertine", *Littératures Classiques*, n° 41, *Charles Sorel : "Histoire comique de Francion"*, p. 13-30.
- Morgante J., 1996, *Il libertinismo dissimulato: l' "Histoire Comique de Francion" di Charles Sorel*, Schena, Fasano.

jole.morgante@unimi.it