

2014

Communication et discours politique

Amina ERRADI

Faculté des Lettres et des Sciences Humaines, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc, oumabed@gmail.com

Follow this and additional works at: <https://digitalcommons.aaru.edu.jo/dirassat>



Part of the [Social Influence and Political Communication Commons](#)

Recommended Citation

ERRADI, Amina (2014) "Communication et discours politique," *Dirassat*: Vol. 17 : No. 17 , Article 5.
Available at: <https://digitalcommons.aaru.edu.jo/dirassat/vol17/iss17/5>

This Article is brought to you for free and open access by Arab Journals Platform. It has been accepted for inclusion in *Dirassat* by an authorized editor. The journal is hosted on [Digital Commons](#), an Elsevier platform. For more information, please contact rakan@aar.edu.jo, marah@aar.edu.jo, u.murad@aar.edu.jo.

Communication & discours politique

Amina ERRADI

Faculté des Lettres et des Sciences Humaines
Université Ibn Zohr-Agadir

Parler de la politique aujourd'hui comme d'un concept unifié paraît une tâche impossible. Le mot revêt autant d'acceptations différentes. Sa définition est aussi un enjeu de la politique telle que le citoyen d'un état démocratique doit la pratiquer quotidiennement. Il ne s'agit pas de choisir une définition intemporelle et neutre de la politique mais de montrer que la politique obéit à des règles propres auxquelles chacun de nous doit se conformer en tant que citoyen d'un état démocratique. La politique peut être définie comme suit : la gestion de la vie d'une collectivité et sa défense, en un mot, l'art de gouverner des citoyens regroupés. Elle est ainsi pouvoir et principe d'organisation.

En tant que pouvoir, elle paraît ne devoir obéir à d'autre règle que celle de la conservation du pouvoir par ceux qui le détiennent mais elle est paradoxalement précaire puisque aucun pouvoir ne peut être certain de demeurer indéfiniment. Elle est aussi soumise à la critique de ceux qui n'y perçoivent que force, indifférence aux fins et mépris de l'homme. En tant que principe d'organisation, elle peut être qualifiée en fonction de l'ordre qu'elle vise à instituer dans un corps social au sein duquel elle s'établit dans la durée et se ramifie pour ainsi dire. Toutefois, on lui reproche son expansionnisme et on lui oppose, voire lui soumette, d'autres règles (religieuses, morales, scientifiques).

Cependant, il n'y a pas d'organisation sans système, donc sans signes par où passent les reconnaissances et les représentations grâce auxquelles le social s'érige une cohérence. Il n'y a pas non plus, d'organisation sans son double permanent et contraire, l'ensemble des forces de dispersion, de dérégulation, de mise en cause des pouvoirs ou des codes organisateurs. Cette mise en cause passe elle aussi par les signes, souvent les mêmes signes, porteurs à leurs envers de négativité. Il s'agit donc de « prendre la parole », et de ce fait, occuper les canaux de communication, priorité de la politique dont le champ ne cesse de s'élargir.

Dans le domaine politique, la communication a fait des pas de géant au point que l'on résume la situation par cette formule pour le moins inquiétante : « gouverner, c'est communiquer ».

En tant que vecteur de normes et de valeurs, la communication est un enjeu stratégique de mobilité et d'agglutination des forces sociales ; et en tant que système de va-et-vient, de collecte, de traitement, d'évaluation, de validation et d'exploitation de l'information, la communication s'avère au centre des équilibres de tout pouvoir car elle permet une prise de décision informée et intelligente. Communiquer devient alors la capacité à s'entourer des précautions et des atouts nécessaires à toute prise de décision conséquente et responsable. Gérer la communication peut ainsi être résumé à se doter de moyens susceptibles d'informer d'une part, sur la position de soi-même dans un réseau donné et d'autre part, de s'informer sur la position de l'autre, de leurs attitudes et de leurs intentions vis-à-vis d'eux-mêmes et de soi.

Le Maroc, de par la nature de son régime politique et de son histoire mouvementée, est arrivé tard à la communication, vu qu'il est resté à l'écart des grands progrès techniques et scientifiques ayant propulsé le reste du monde occidental, dès le 18^{ème} siècle, au devant de la scène mondiale.

Cet intérêt tardif mais croissant pour la communication politique pourrait s'expliquer en grande partie par les pressions sociales, économiques et politiques qui s'opposent de plus en plus à la réalisation des besoins essentiels des individus et des groupes que par l'évolution des technologies de l'information.

L'arrivée sur scène d'une presse plus ou moins indépendante, le foisonnement des partis politiques et des ONG, la multiplication et la diversification des formes et des genres des publications à caractère politique, économique et culturel, ont cassé la polarité de l'espace de la communication politique. La polarisation des médias en organes gouvernementaux, radio, télévision et une certaine presse écrite, avait réduit l'expression de la différence à un niveau rudimentaire et primaire de la confrontation.

I) La communication politique :

Le terme de « communication politique » est complexe, il est utilisé pour faire référence :

- Au discours politique en général,
- Aux stratégies et techniques d'échange des messages afférents à la chose publique,
- Aux diverses approches de recrutement et d'argumentation conjoncturelle,
- Aux médias et aux usages auxquels ils sont destinés,
- Aux différentes instrumentations de collecte de données, d'observation et de veille relatives à toutes les consultations électorales.

La communication assure la médiation, rapproche les représentations, crée et/ou renforce la cohésion, l'adhésion et perpétue les engagements. En d'autres termes, la communication politique a une triple fonction. Elle identifie les réseaux d'influence, les groupes de pression, les attitudes, les tendances, les comportements et les manifestations du pouvoir politique.

Ensuite, elle analyse, interprète et explique les manifestations du pouvoir et les rapports entre les structures, les organisations et les discours qu'elle a identifiés. Enfin, elle agit sur les réalités politiques en faisant les promotions d'une alternative ou d'un ensemble d'alternatives. Bref, elle agit pour cultiver la loyauté et s'assurer des votes.

Pour s'acquitter de ses missions, la communication doit répondre aux questions relatives à la manière dont les électeurs prennent leurs décisions dans différents types d'élections, aux questions portant sur l'impact de chaque média (radio, télévision, Internet, etc.) au sein une population donnée. Elle doit aussi répondre aux questions afférentes aux effets de la publication des résultats des sondages d'opinion sur les comportements politiques et des mises en scène visuelles de l'information sur la réalité et sur le comportement des gens.

La communication politique est un processus dynamique de va-et-vient par lequel est mis en place un projet de rapport entre des personnes et des institutions consentantes dans l'objectif d'assurer à chaque partie du rapport une maîtrise égale de l'influence du pouvoir décisionnel. D'où la nécessité de l'écoute, de l'échange, de communication de projets et de choix sans ambiguïté, de l'analyse du discours de chaque partie par l'autre afin de bien comprendre et donc, relativiser ses attentes, ses questionnements, ses intérêts et d'exprimer les siens. A défaut de quoi, la confusion s'installe, les interprétations se feront sur la base d'éléments incertains d'où le risque des approximations, des généralisations, des platitudes et du vide.

Dans cette optique, la communication est conditionnée par l'échange nécessaire de l'information que détient chacune des parties et sa mise à disposition dans les meilleurs délais, à travers les formes qui lui sont les plus et les mieux accessibles pour la prise des décisions qui s'y rapportent, à défaut d'une transmission en temps réel. A terme, le processus aura assuré à chacun des conditions optimales de décision et de choix.

1) Les problèmes de la communication politique :

a) Le syndrome de la « prédation politique » :

La prédation politique est un concept qui renvoie aux phénomènes par lesquels des structures, des organisations, des institutions, des concepts, des personnes, etc., disparaissent de la circulation politique sous l'effet d'une action qui récupère les territoires qu'ils occupent en partage ou seuls. Cette prédation peut aussi se faire en introduisant des déséquilibres de l'écosystème dans lequel évolue une entité politique et en vulnérabilisant les conditions de sa fiabilité. Elle peut aussi se faire par l'agression et la liquidation physique. Par exemple, plusieurs observateurs ont cru voir dans l'insistance par laquelle le président américain G.W.Bush tient à battre et à déloger du pouvoir Saddam Hussein et ce, malgré les recommandations de retenue des alliés, le syndrome d'une prédation politique.

La politique est donc aussi faite de convoitise et d'ambition. Les motivations politiques des individus ne sont ni toutes ni toujours faites d'altruisme, de générosité et d'idéaux. Elles peuvent être orientées par des passions et des poursuites égoïstes. La communication politique ne peut ignorer cette réalité car elle en fait partie puisqu'elle se fait aussi par le comportement et la pratique politiques. En effet, un parti politique qui éclate à l'approche de chaque échéance électorale et qui perd des militants parce qu'ils n'ont pas été reconduits dans une liste électorale ou maintenus dans un poste administratif est un parti qui donne de lui une image d'une organisation faite d'individualités autonomes, chacune suivant son propre intérêt et non l'intérêt général.

Que la politique soit à portée nationale ou étrangère, toutes les astuces sont bonnes pour lever une personne contre une autre, un groupe contre un autre, voire à faire prendre les armes les uns contre les autres.

b) Les contraintes de communication politique :

La communication politique agit de deux manières : une manière directe en faisant intervenir les médias, la presse et toutes les publications ainsi que les meetings, le porte-à-porte, les banderoles, les tracts, etc. Une manière indirecte en faisant la promotion par des apports sociaux, économiques et culturels.

Cependant, cette tentative de mobilisation de la communication politique est confrontée à des questions relatives aux fonctions tant de la politique qu'à celles de la communication elle-même. La longue expérience des politiciens qui ont enfoncé les marocains dans des cycles de violence et de négation de leurs droits, dans la pauvreté, l'analphabétisme et l'endettement ainsi que l'expérience des campagnes de communication qui accompagnèrent cette politique ont fini par développer chez les marocains une méfiance et une prudence extrêmes en matière de politique en communication.

Cette méfiance a été accrue par le double discours politique concernant des thèmes associés à la religion ou à la langue. Le discours relatif au contrôle des débits d'alcool par des personnes qui en consomment en public et l'interdiction de la vente d'alcool aux nationaux musulmans, ou

encore le discours relatif à l'arabisation du système éducatif alors que des enfants sont mis dans des écoles des missions étrangères. C'est la seule quête du pouvoir qui contraint le politicien de soutenir une politique à laquelle il ne croit de toute évidence pas.

2) Communication et politique :

Dans toute communication, qu'elle soit à caractère politique ou non, la confiance, la fiabilité et la validité sont essentielles. En effet, sans confiance, ni la personne ni l'organisation politique ne seront écoutées, encore moins suivies. La communication politique fait la description, l'analyse et la critique d'une réalité à laquelle elle propose des alternatives. Au cas où ces alternatives seraient jugées irréalisables par une population cible ou ne seront pas mises en place une fois le temps venu, le capital confiance investi initialement s'érode et est soit réorienté vers un autre dépositaire ou la politique entière est délaissée.

Pour que la communication politique puisse reproduire une politique, elle doit répondre à des conditions de fiabilité et de confiance. Par ailleurs, la difficulté de maintenir un équilibre du capital confiance réside aussi en la dynamique de la politique elle-même et la constance des valeurs qui la motivent. La communication politique doit prendre en compte les limites des stratégies de communication, la disponibilité des moyens dont le temps et la possibilité de faire accéder les populations concernées à cette communication et finalement, la validation des objectifs à atteindre par cette même population.

L'un des objectifs de la politique est de créer et de faire la promotion d'un système de représentation culturelle et social suffisamment puissant pour mobiliser les populations et les convaincre en plus d'y adhérer, à intégrer aussi l'action de transformation des autres modèles sociaux et systèmes de représentations que l'alternance politique propose.

La communication politique doit donc inscrire son action aussi bien dans le cadre de ces systèmes de représentation sociale et culturelle que dans l'effort de mettre à la disposition du politicien un argumentaire recevable et crédible d'au moins une tranche de population et de la convaincre de se joindre à l'action et aux objectifs du politicien. Effectivement, le

choix d'un type de support imprimé et non un autre, d'une manifestation donnée et non un événement d'un autre type, donne des informations sur l'attitude du communicateur, sa manière de concevoir l'autre, sa disponibilité, ses capacités intellectuelles et ses positionnements vis-à-vis des centres du pouvoir.

a) La finalité de la communication en politique :

La finalité de toute communication en politique est de gagner des voix pour ensuite les maintenir et les mener au bout d'un processus, car ce sont ces voix qui servent à se faire accéder au pouvoir et à s'y maintenir. Pour récupérer ces voix, l'homme politique doit les échanger contre des valeurs significatives qui sont faites de promesses, de garanties et d'illusions.

Pour séduire son interlocuteur, le politicien sait adapter son attitude à celle de l'autre ; il peut aussi changer ses sentiments, ses comportements ou ses opinions selon les personnes ou les situations.

Les intérêts peuvent être différents, sinon opposés, mais les bons sentiments et les bonnes intentions plaisent tellement et permettent d'obtenir ce que l'on veut, au moins pendant un moment. L'homme politique sait ce qui est bon pour l'électeur (citoyen) et il l'affirme avec tant d'assurance que beaucoup se laissent séduire par ce genre de magicien qui ne veut que leur bien. Ainsi, il fait des promesses concernant un changement au mieux et des garanties que l'acquis sera maintenu.

Une autre valeur significative contre laquelle l'échange des voix doit être fait est celle de la peur et de l'appréhension. En effet, la communication politique a toujours une qualité prémonitoire par laquelle les craintes et les angoisses sont identifiées, explorées et justifiées d'une part et d'autre part, les inquiétudes de l'avenir et donc de l'inconnu qu'il recèle, sont apaisées. La communication politique trafique dans la peur et se sert de l'espoir des autres qu'elle arrive à avoir du répondant.

II) Les supports de la communication politique :

Variant du traditionnel crieur public, au pamphlet volant et aux différentes formes de la rencontre télévisuelle, les supports classiques de la communication politique sont de plus en plus animés et directs. Étant écrits, sonores ou visuels, ils font tous appel aux mêmes passions et aux mêmes sentiments. Ils ont pour but d'isoler la cible pendant un temps déterminé pour pouvoir lui administrer des informations ou l'impliquer dans une situation donnée afin de le convaincre et de lui soutirer un engagement.

Le temps de lecture, d'écoute ou de vision est un instant durant lequel la personne est dans un état de passivité, de soumission et donc de vulnérabilité. Les supports écrits mobilisent l'attention par les gros titres, les images s'imposent à l'œil et donc à la mémoire, et finissent ainsi par évoquer des sensations et des souvenirs et éveiller des attitudes. Ce n'est qu'à la fin de la communication que la conscience critique et les mécanismes d'autodéfense se déclenchent. Toutefois, quel que soit le degré de l'éveil, d'expertise et de vigilance d'une personne, elle ne peut qu'absorber la dose des informations qu'on lui a communiquées. La réaction qui suit dépend de son degré d'immunité.

Toutefois, la communication politique tend à accommoder la réalité aux objectifs à atteindre. Ce manquement très fréquent à la déontologie se traduit par l'abus de confiance exprimé par le mensonge pur et simple, l'invention ou la dissimulation de l'information, le trucage frauduleux d'une image ou d'un commentaire relevant de réalités différentes.

La vitesse par laquelle les médias font circuler l'information, l'image et les commentaires ne laisse à personne, encore moins l'individu moyen, la latitude d'expliquer et de comprendre les phénomènes tant politiques, sociaux et culturels qui sont à leur tour de moins au moins expliqués et compris. Ils sont vus et oubliés par décision des médias.

Cependant, ce monopole exercé par les hommes politiques sur l'espace médiatique commence à perdre de son pouvoir et à tomber en désuétude. En effet, depuis l'avènement de la télévision par satellite et de l'Internet, les articles censurés, les photos insolites et les rapports accablants des

organismes internationaux sont à la portée de tous au bout d'un zap ou d'un click.

1. Les médias de la communication politique :

Reconnue comme industrie et reconnue aussi pour l'influence qu'elle peut avoir sur les représentations des gens, leurs attitudes et leurs décisions, la communication politique doit répondre à des lois et à des réglementations spéciales.

En tant qu'industrie, la communication est obligée d'avoir des stratégies de marketing, de faire des investissements, de faire de la concurrence pour augmenter ses parts de marché, d'agir sur sa clientèle pour mieux maîtriser le comportement de consommation et pour dégager des bénéfices. En tant qu'instrument d'influence du comportement social et politique, la communication doit respecter une certaine éthique, une déontologie et s'astreindre des habitudes faisant le consensus de la classe politique. Cette dualité du caractère de la communication lui confère une flexibilité dans ses approches, et de larges attitudes dans ses objectifs et dans ses mécanismes d'intervention.

Toutefois, les médias de la communication politique les plus en vue doivent opérer sous de multiples contraintes. Le journal, par exemple, doit satisfaire les exigences du lectorat et des annonceurs et répondre à la demande du politicien qui veut en faire un instrument pour ses divers objectifs. Quand le taux de vente enregistre des baisses, le journal doit résoudre le paradoxe pour minimiser l'effet de la concurrence et éviter de perdre ses lecteurs car cette perte de public se traduit par la fuite des sponsors et implique la diminution de la capacité du journal à atteindre ses objectifs politiques. La communication politique peut aussi se faire hors média, c'est-à-dire, par le comportement quotidien et symbolique. Un homme politique qui adopte une certaine tenue vestimentaire ou une certaine attitude, transmet un choix et invite à un comportement donné.

Les médias auxquels la communication politique a recours ont développé des approches pour servir l'intérêt du politique. Pour cela, la communication a mis en scène des stratégies pour justifier certains faits qu'elle ne peut taire afin de les rendre recevables, voire acceptables par

le public. Ainsi, non seulement l'image et le langage peuvent reformuler la réalité pour en présenter une image inexacte, mais ils pourront la présenter à travers des perspectives qui feront adhérer le public.

Le politicien qui cherche à légitimer ses actes, surtout les plus violents et aliénants, a recours à la morale, à un sens de légalité, à la nécessité de ses actes pour le bien être ou l'intérêt général, voire aussi à diaboliser la partie adverse qu'elle soit une personne, un gouvernement, une tendance politique ou un état. Par exemple, suite à plusieurs attentats terroristes, l'Occident voit dans les pays musulmans et par extension arabe, des états hostiles à leur hégémonie.

La politique, étant toujours la proposition d'alternatives, doit s'assurer d'une part, des ouvertures qu'elle promet, et d'autre part, de la pertinence et de la faisabilité des espoirs qu'elle fait naître ; car les procédures, une fois lancées, ne peuvent être interrompues dans la mesure où l'action sur le réel des gens les transforme d'une manière ou d'une autre et perturbe des habitudes et des mentalités.

III) Le discours politique :

1. Qu'est-ce que le discours politique ?

Le terme « discours politique » a une présence universelle dans les recherches sur le domaine politique ainsi que dans les débats quotidiens. Dans le contexte de notre investigation sur le discours politique, nous retenons un sens spécial pour la compréhension de ce type de discours : le discours politique est une forme de la discursivité par l'intermédiaire de laquelle un certain locuteur (individu, groupe, parti, etc.) poursuit l'obtention du pouvoir dans la lutte politique contre d'autres individus, groupes ou partis.

Cette définition, indubitablement approximative, met en évidence la dimension pragmatique du discours politique, souvent associé à un discours de pouvoir. Le discours politique est profondément lié au pouvoir, et de plus, il est l'un des plus importants instruments que les forces politiques ont à leur disposition pour leur accession au pouvoir. Mais, sans doute, les acteurs politiques sont bien intéressés par les mécanismes qui assurent l'accession au pouvoir. A cet égard, le

problème de la légitimité du pouvoir est une préoccupation fondamentale. « *Le discours n'est pas seulement ce qui traduit les luttes, mais ce par quoi on lutte, ce pour quoi on lutte, le pouvoir dont on cherche à s'emparer* ». ¹

Donc, l'acte de légitimation du pouvoir pour un groupe politique est le résultat d'une activité discursive d'une grande amplitude, déroulée sous des formes diverses, avec des intentions différentes et en usant de canaux de communication très diversifiés. D'où cette préoccupation obsessionnelle des groupes politiques pour chercher des formes de discours capables d'avoir un impact profond et tout à fait persuasif sur l'auditoire.

« Le discours est l'arme de la domination et sa fonction est souvent de structurer le champ de bataille en positionnant discursivement les formes en présence, en attribuant aux uns et aux autres des places. Il crée un espace, homogène, qu'on pourrait dire spécialisé : l'espace du politique et de la lutte idéologique, champ de force épuré... ». ²

En d'autres termes, le discours politique cherche à identifier des personnes ou des formations politiques, des aspirations, des manières de satisfaire un ensemble de besoins et à convaincre que les candidats et les projets qu'il propose sont cohérents avec les représentations des populations et peuvent satisfaire leurs attentes.

Toutefois, la communication politique sera elle aussi différenciée en terme de choix de ses canaux, des secteurs socio-professionnels et économiques, de ses motivations et de ses objectifs sur lesquels elle porte ; car autant la communication politique peut construire et renforcer l'image d'une personne ou d'une formation politique qu'elle peut aussi être mise en œuvre pour les détruire et vulnérabiliser leur position.

¹ M Foucault, **L'ordre du discours**, 1971, p 12 in MAINGUENEAU Dominique, **Les analyses du discours en France**, Langages N° 117, Mars 95, Larousse, Paris, p 12.

² MAINGUENEAU Dominique, **Les analyses du discours en France**, Langages N° 117, Mars 95, Larousse, Paris, p 13.

2. Pouvoir et discours politique :

a. Le caractère relationnel du pouvoir :

Grâce au lien entre pouvoir et discours politique, l'analyse du pouvoir peut nous renseigner sur le discours politique et également sur ses transformations permanentes.

La science politique définit le pouvoir comme suit : « l'habilité de A à déterminer B à faire quelque chose qu'il ne fait pas habituellement ». En cette qualité, le pouvoir est donc une relation et celle-ci s'installe entre trois éléments : le *porteur* du pouvoir (un individu A qui est légitimé pour exercer un acte de pouvoir sur un autre), le *destinataire* du pouvoir (un individu B sur lequel s'exerce un acte de pouvoir) et le *domaine* du pouvoir (le « découpage » de la vie quotidienne où se manifeste la relation entre le porteur et le destinataire). Par exemple, le président d'un parti politique est le porteur du pouvoir, tous les membres de ce parti sont les destinataires de ses actes de pouvoir et évidemment, l'activité politique est le domaine de la relation de pouvoir.

Cette authentique relation de pouvoir ne peut être que si seulement si tous les trois éléments qui assurent l'ordre structurel de cette relation sont présents simultanément. Le porteur de pouvoir est nécessaire parce qu'il exerce les actes de pouvoir sur tous les autres. Les destinataires du pouvoir sont nécessaires parce qu'autrement l'objet sur lequel on pourrait exercer les actes de pouvoir n'existerait pas. Cependant, un porteur de pouvoir peut être légitimé pour tous les domaines car la relation de pouvoir a en vue un domaine qui engage et le porteur et le destinataire de pouvoir ; le porteur étant légitimé en tant que tel pour ses destinataires.

En outre, on peut analyser cette relation de pouvoir selon les propriétés suivantes :

- **La réflexivité** : appliquée à la relation de pouvoir, cette propriété permet de voir si le porteur du pouvoir peut être en même temps le destinataire du pouvoir.
- Si cette substitution était possible, alors cela signifierait que le chef donne les ordres pour lui-même et c'est toujours lui qui doit les

exécuter, chose qui n'est pas possible car le porteur peut exécuter des actions sans se donner à lui-même. Ce qui amène à conclure que la relation de pouvoir est *irréflexive*, c'est-à-dire, que le porteur du pouvoir ne peut jamais être en même temps le destinataire du pouvoir en prenant en considération bien sûr, de l'unité du domaine et de l'unité de la structure hiérarchique du pouvoir.

- **La symétrie** : cette propriété nous permet de savoir si, dans une relation de pouvoir, les places du porteur et du destinataire peuvent être échangées ; autrement dit, si le chef de parti peut devenir subordonné et le subordonné chef de parti. Certes, la réponse est négative si bien sûr, on prend toujours en considération les deux restrictions citées plus haut à savoir le même domaine et le même acte de légitimation de pouvoir. On peut ainsi conclure que la relation du pouvoir est *asymétrique*, c'est-à-dire, le rapport entre les deux éléments est unidirectionnel (du porteur au destinataire) car le chef de parti reste le chef de parti pour toute la période pour laquelle il a été élu, donc, pour un acte de légitimation.
- **La transitivité** : la transitivité exprime la possibilité de transférer une relation : si A est en relation avec B, et B est en relation avec C, alors A est en relation avec C. Dans ces conditions, on dit qu'une relation est transitive. Selon la formulation « le chef de mon chef est mon chef » ou encore « le subordonné de mon subordonné est mon subordonné », il est facile à constater que la relation de pouvoir est *transitive*. Si le président du parti est le porteur du pouvoir par rapport au chef de département d'organisation et celui-ci est porteur de pouvoir par rapport à l'employé du département, alors le président du parti est porteur de pouvoir par rapport à l'employé du département.

a. La logique du pouvoir et le discours politique :

L'opinion commune est que, dans la lutte politique quotidienne, les conflits discursifs se déroulent au-delà de toute règle : l'improvisation et l'inspiration spontanées paraissent être les seules règles qui conduisent le discours politique. Cependant, au-delà de ce désordre de surface, il y a un ordre de profondeur qui s'explique par la nature relationnelle du pouvoir.

Du point de vue de la réflexivité, le pouvoir est une relation irréflexive : le porteur est une personne distincte par rapport au destinataire. Puisque le discours politique est et reste un discours lié au pouvoir, le caractère irréflexif du pouvoir a certaines conséquences sur la nature du discours politique. La première est que le discours politique est toujours un discours qui s'adresse à l'autre. Dans les débats politiques, personne ne parle pour lui-même parce qu'on ne peut gagner le pouvoir qu'à l'aide des autres. Par conséquent, les slogans très utilisés, surtout dans les discours politiques des campagnes électorales (« le pouvoir du peuple », « le pouvoir de tous », etc.) ne sont que des formules rhétoriques par l'intermédiaire desquelles la manipulation des foules est mise en pratique.

La deuxième conséquence est que le discours politique subit une polarisation extrême. Dans les débats politiques, nous n'avons que deux types de discours : le discours du porteur de pouvoir (qui poursuit un certain but tout à fait différent par rapport au discours des destinataires) et le discours des destinataires (qui est en discordance par rapport au premier).

Le fait qu'une relation de pouvoir soit asymétrique seulement pour un acte de légitimation montre une chose très importante pour une telle relation: les exigences de la symétrie expriment l'impératif du changement de la relation de pouvoir. L'asymétrie indique donc la tendance à la conservation de la relation de pouvoir mais seulement pour un acte de légitimation car au-delà de cet acte, la lutte pour le pouvoir est toujours ouverte. D'où une conséquence importante : le caractère profondément polémique du discours politique. Chaque destinataire a comme but (dans les actes de légitimation) d'obtenir une situation de porteur de pouvoir à différents niveaux de l'exercice du pouvoir.

Dans une société démocratique, il n'a d'autres instruments que le discours pour combattre son adversaire. Combattre l'adversaire signifie la réfutation argumentée de ses idées, de ses arguments, de ses faits. Comme l'adversaire lui-même en fait autant, la confrontation entre les

deux est la marque d'une polémique. La conséquence : la radicalisation maximale du discours politique.

La transitivité de la relation de pouvoir constitue le fondement logique de la hiérarchisation du pouvoir. Les relations de pouvoir sont des relations de degré. Elles établissent certaines hiérarchies, certains niveaux de la gestion du pouvoir. En fonction de ces niveaux, on peut déterminer la position de chaque participant à une relation de pouvoir. Cette hiérarchisation a pour conséquence la stratification du discours politique en fonction de niveau auquel est situé le porteur de pouvoir. Le discours politique du chef de parti est construit d'une certaine façon et il est tout à fait différent du discours d'un membre quelconque du parti.

La transitivité est le fondement logique de la délégation du pouvoir : un porteur de pouvoir situé à un niveau supérieur de la hiérarchie du pouvoir renonce à une série de ses prérogatives en faveur d'un porteur de pouvoir situé à un niveau inférieur. La délégation du pouvoir a certaines limites pour le déroulement du discours politique : le discours du subordonné est maintenu dans les cadres référentiels du discours de son chef ; cela parce que le chef est celui qui trace les lignes directrices de la politique du parti.

IV) La culture du texte et sa dimension linguistique en communication politique

1) La culture du texte

Le texte est l'épine dorsale de toute communication. Il la structure et l'oriente. En effet, le texte construit un ensemble de conventions pour concilier sa spécificité aux exigences externes sociales, cognitive, psychologique, rhétorique et pragmatique du discours d'une communauté donnée.

La culture du texte est la stratégie par laquelle l'esthétique et le contenu entrent en compétition et se complètent pour en fin de compte maintenir un certain impact sur le destinataire. Le texte fait ainsi usage d'un ensemble d'artifices et de subterfuges pour tromper le lecteur, le soustraire à son insu à ses propres valeurs et pour lui présenter la

situation ou le programme dans des perspectives qu'il contestait avant le processus de lecture.

*« Les textes en savent plus que leurs lecteurs : les interpréter nous modifie, non seulement comme une conséquence liée aux gestes par lesquels nous les disposons dans un réseau de rapports inédits, mais aussi parce que les textes sont des productions de type symbolique, qui demandent de leurs récepteurs des activités de réponse particulières. [...] les textes sont des mises en représentation des choses du monde, de la société ou de la pensée [...] les problèmes de communication et de signification sont subordonnés à ceux que posent les configurations opérées par les textes ou, à travers eux, par les sujets, qu'ils soient des agents sociaux collectifs, des producteurs de savoir ou les récepteurs de textes publicitaires ».*¹

Sur ce, un texte peut construire un système de confiance par lequel le lecteur est récompensé et donc satisfait ; mais très souvent, ce système sous-tend des stratégies d'usurpation et de supercherie tant cognitives qu'émotives. *« En matière politique, [...] les mots sont des occurrences, c'est-à-dire, des gestes et des objets mis en place. Leur présence, et plus encore, leur co-présence dans tel discours et à tel moment du texte ou de l'histoire n'a aucune innocence ni aucune gratuité »*². Autrement dit, le texte peut altérer la réalité en la présentant sous différentes perspectives et points de vue, en faisant parler les témoins avant les événements ou en faisant l'analyse avant l'avènement des faits.

Le texte déjoue donc la conscience du lecteur pour retenir son imagination et la maintenir dans le parcours prévue par elle ; il demeure dans l'imaginaire du lecteur, prévoit et anticipe ses questions, répond à ses objections et s'efforce de lui interdire de découvrir les vraies motivations du texte.

¹ MOLINO Jean, **L'interprétation des textes**, Ed Minuit, Paris, 1989, p 3 - 4.

² TOURNIER Michel, **La lexicométrie socio-politique**, in le courrier du CNRS, N° 65, Mai-Juillet, 1986, p 25.

On constate que le texte politique

« est soumis aux conflits idéologiques, tiré à hue par les uns, à dia par les autres, obéissant aux fluctuations de la partie la plus changeante de l'histoire. Il paraît ballotté sans cesse, livré aux distorsions rarement innocentes de ceux qui s'en servent ».

Le texte est donc un système d'unités (psychologique, lexicale, rhétorique, syntaxique, cognitive, conceptuelle, pragmatique ou autrement fondées) qu'il s'agira chaque fois de redécouvrir. Et pour redécouvrir cette unité, le texte regorge d'indices et de pistes parmi lesquels le lecteur averti choisira les plus probables pour l'aiguiller vers la satisfaction la plus totale de ses objectifs et de ses besoins.

2) Le rapport pouvoir et la dimension linguistique en communication politique :

Le recours à des systèmes de communication et à des niveaux de langue inaccessibles et intelligibles totalement ou partiellement, engendre une frustration telle qu'elle se transforme en colère, voire en violence. En effet, l'aliénation et la provocation opèrent en ayant recours à l'inintelligibilité, même partielle ; et quand il n'y est pas remédié d'une manière ou d'une autre par une médiation linguistique ou communicationnelle, les communautés s'éloignent les unes des autres et des violences sont perpétrées contre les symboles et les icônes de l'autre.

En imposant une langue, la communication soumet les communautés linguistiques dont la langue n'a pas été choisie à une dépendance totale et complexe. Le choix de la langue étant un acte politique dont les retombées sont multiples ; ce choix confirme la nature politique de la communication qui se confond dès lors avec la politique qu'elle véhicule.

Par exemple, en communication internationale, l'exclusion d'une langue d'un domaine donné équivaut toujours non seulement à l'hégémonisme d'une autre langue mais elle exprime aussi des attitudes de supériorité ethnique et culturelle et des comportements révélant des sentiments de suprématie de la civilisation dont la langue choisie se réclame. Les

communautés dominantes économiquement et militairement érigent leurs sociétés, leurs cultures et leurs civilisations comme repères pour tous les autres. Leur domination militaire leur donne le pouvoir de dire et de faire répéter que leurs valeurs sont et doivent être celles de tous.

En effet, il a été établi par des études sociolinguistiques qu'une personne à accent étranger associé à une communauté donnée, sera perçue comme véhiculant les valeurs de cette communauté telles qu'elles ont été stigmatisées dans la conscience collective par l'idéologie dominante et ses moyens tant directs qu'indirects de la communication de masse. Une personne qui parle par exemple un anglais avec un accent arabe est perçu par les occidentaux comme véhiculant des menaces et suscite des sentiments de peur voire de haine et donc de comportements belliqueux et provocateurs.

Au niveau de la communication nationale, on constate le même principe à savoir celui de la domination par la langue. Outre l'occupation des canaux de communication, l'homme politique cherche aussi à prendre la langue. Cela signifie, une fois acquise la légitimation médiatique, légiférer avec et donc sur la langue, imposer son consensus de signification et de valeurs, imposer ses symboles et ses rites discursifs, bref, « faire la loi » linguistique. Voilà pourquoi l'homme politique joue perpétuellement au dictionnaire. Il fait comme si les mots possédaient un contenu stable, le sien bien entendu. Les sens des autres, des adversaires ou des exclus, les valeurs dites marginales au regard des convenances établies, ne sont pas à considérer pour lui comme porteurs authentiques de la langue ; car la langue, officialisée, est présentée comme une norme, voire une nature au dessus des conflits.

Avec Régime Robin (Histoire et linguistique, Paris, A Colin, 1973), on peut dire que :

« le vocabulaire serait ainsi une sorte d'étiquette fixée sur chaque groupe politique dans laquelle se déploierait une vision du monde cohérente, un langage spécifique »¹.

¹Cité par Kadima-Tshimanga, L'univers socio-politique de l'évolué congolais entre 1955 et 1959, une étude de vocabulaire de la voix du congolais, Thèse de 3ème cycle de linguistique française, Université de Paris III, 1983, 15.

L'homme politique impose donc son propre message et réduit les messages adverses ou critiques à des bruits incompris, voire au silence. En fait, tout dans le débat linguistique autour du politique se fait entre deux pôles contraires: les forces de stabilisation qui peuvent s'appeler dictionnaire et grammaire de référence, niveaux de langue, journaux officiels, écrit juridique, institutionnel, propagande officielle ... et les forces de déstabilisation portées par l'écrit paradoxal, le texte polémique, les usages dits « marginaux » ou « populaires », les argots, la propagande contestataire... Rien n'est neutre dans ce conflit de pouvoir sur le sens et les formes.

En fin de compte, on peut dire que la stigmatisation d'une communauté s'accompagne par des stratégies visant la dégradation de son image, de ses valeurs, de ses moyens de communication, y compris la langue. La langue étant la valeur la plus représentative d'une identité et de ses caractéristiques ; l'agression contre l'identité commence par l'agression contre la langue.

Support et contenu du message politique :

Dans le domaine politique, les discours varient en fonction des positions des locuteurs, des relations entre interlocuteurs et des situations de communications rencontrées. Le locuteur choisit le support de sa communication en fonction des représentations qu'il se fait des univers de croyance, de connaissance, d'expérience de l'autre et des lieux d'où il parle. Du moment que la communication est influencée par le support, l'anticipation d'un support donné pourrait prédéfinir aussi bien les formes du discours qui sera produit que les contenus qu'il comprendra.

Ceci est important à savoir en matière de communication politique du moment que les messages seront différenciés en fonction des supports anticipés pour les véhiculer. En d'autres termes, la même personne pourrait exprimer des idées sensiblement différentes en fonction des supports qu'elle anticipe et utilise pour le même message. Prenons l'exemple du Maroc, pays multilingue, où les mots dénotent une différence dans les langues différentes, voire dans des niveaux différents

de la même langue. Ce phénomène concerne aussi les lieux de l'expression du pouvoir, des conflits et de la violence des deux langues différentes. De même, des langues différentes peuvent tolérer, accepter ou trouver normal le traitement public de certains sujets tabous dans d'autres langues. La langue étant le support par excellence de la communication politique, le choix de laquelle utiliser dans une situation donnée aura un effet sur la nature du message ainsi que sur les attitudes qu'il fera naître ou pas chez le public.

Conclusion :

La parole politique a moins pour vocation de véhiculer un message que de construire un espace identitaire. « S'identifier » est le maître mot du discours politique : pour le locuteur, il s'agit de se présenter dans ses attributions politiques, c'est-à-dire, élaborer un éthos ; pour l'auditoire, il s'agit de se reconnaître dans les propos du locuteur, c'est-à-dire, se ressentir comme partie prenante d'une communauté d'idées et de mots.

Le sens de cette contribution tient entre deux affirmations simples et symétriques que l'on peut trouver ici ou là dans la bibliographie florissante sur l'identité politique :

- 1) L'identité politique est toujours affaire de discours ;
 - 2) Le discours politique est toujours affaire d'identité ou de stratégie identitaire.
- 1) L'identité politique est toujours affaire de discours. Beaucoup d'auteurs l'affirment, tout le monde le conçoit ; même si personne ne le démontre définitivement. Cela signifie, semble-t-il, que l'identité politique est avant tout une représentation que l'on a de soi. Elle ne s'appuie pas uniquement sur des critères objectifs ou matériels (comme peut être l'identité ethnique peut reposer, objectivement, sur un territoire géographique ou sur la couleur de la peau). L'identité politique, c'est une construction, une représentation que les individus ou les forces sociales se font d'eux-mêmes, et comme souvent dans les choses humaines, cette représentation est médiatisée par le langage, passe par des mots *symboles* (exemple : « liberté, égalité, fraternité »), des slogans

emblèmes et rassembleurs (exemple : « élection piège à con »), des textes fondateurs (exemple : « la déclaration des droits de l'homme »).

Une représentation est toujours un récit, une histoire qu'on se raconte sur soi-même, et l'identité politique en tant que représentation est toujours construite par du discours ; et ceci n'enlève rien au fait qu'elle repose, comme l'a démontré la pensée marxiste, sur des infrastructures matérielles comme la position que l'individu ou la classe tient dans la production économique. Sans pouvoir aller plus loin, il faut donc poser en paraphrasant Benveniste que c'est avant tout « dans et par le langage que se construisent les identités politiques ».

2) Le discours politique est toujours affaire d'identité. L'affirmation est moins convenue mais il s'agit de la première conclusion de notre travail sur le discours politique. A l'analyse, l'enjeu suprême du discours politique n'est pas seulement de véhiculer un message, de proposer une idéologie, d'inciter à l'action, mais d'affirmer l'identité d'un orateur pour favoriser l'identification d'un auditoire ; affirmer l'identité d'un locuteur individuel (un homme) ou collectif (un parti, un groupe parlementaire, un syndicat) pour favoriser l'identification d'un public (les militants, le peuple, les électeurs). En d'autres termes, le but d'un discours politique est de construire un espace linguistique dans lequel le groupe pourra se construire, se reconnaître et exister.

Dans les deux acceptations, le maître mot du discours politique est « s'identifier » : pour l'orateur, cela signifie se présenter (dans ses attributs politiques), comme un quidam le fait face à un agent de police qui demande « voulez-vous vous identifier », et pour l'auditoire, « s'identifier » veut dire, comme le propose le Robert, devenir identique, faire corps, se confondre avec une personne, un discours, un projet, etc.

Le lieu de construction de l'identité politique est ainsi le lieu par excellence où se révèle la stratégie identitaire mise en place par un énonciateur et reçue par un public. Rechercher et construire son identité politique, affirmer cette identité, la légitimer, l'imposer à l'auditoire, tels sont donc les enjeux du discours politique. Ceci se constate d'abord d'un point de vue lexical. Chaque force politique a des marques lexicales

propres, chaque locuteur a ses mots personnels qui lui servent bien sûr à décrire le monde ou à traiter un sujet, mais plus encore à signer ses propos, à marquer son discours ; à s'identifier. Dès lors, les marques linguistiques du locuteur dans son texte, comme celles de l'auditoire, sont essentielles pour délimiter l'espace identitaire du discours.

Nous pouvons confirmer de manière brève que le « nous » est fondamentalement politique et d'évidence identitaire : il a pour vocation, dans la langue politique, de construire une identité collective, de constituer une communauté, d'élever une pensée privée au statut de pensée ou de discours public, de substituer à l'individualité du locuteur l'identité plurielle politique du groupe. Inversement, le « je » et le « on » sont a-politiques voire anti-politiques. Dire « je », c'est marquer sa singularité, lorsque la politique est la recherche du ralliement, du nombre, de la majorité en démocratie. Dire « je » dans le discours politique, c'est refuser son identité de locuteur politique, de porte-parole des autres, par exemple, de représentant d'une classe, d'un parti, d'une nation.

Cependant, il arrive, plus souvent qu'on ne pourrait croire, que l'énonciateur soit incertain ou multiple. Il est incertain, par exemple, quand le locuteur ou le scripteur n'est manifestement qu'un porte-parole, mais qu'il n'est pas précisé de qui. Il est multiple, auquel cas, on parle de « polyphonie » chaque fois que, dans un énoncé, la responsabilité de ce qui est dit incombe à plusieurs instances. Le locuteur qui cite un proverbe à l'appui d'une appréciation le prend à son compte, mais en même temps il rappelle que ce n'est pas lui qui l'a inventé, si bien que l'opinion commune, la sagesse des nations comme on dit, se trouve également en cause : elle est ainsi associée au locuteur dans la responsabilité de l'énonciation.

La communication politique, comme toutes les autres formes de communication, vise à atteindre tant le niveau cognitif que le niveau affectif et le niveau conatif. Elle s'adresse donc à la raison, aux mécanismes de la connaissance et du savoir comme elle s'adresse aux attitudes, aux valeurs, aux choix. Ces deux premiers niveaux forment

une passerelle nécessaire au troisième qui est celui de la décision et de l'action. La communication politique agit donc sur le comportement en vue d'influencer le processus de l'accès au pouvoir, l'orienter et le maîtriser pour l'y maintenir.

Références bibliographiques

- BOUDAHRAIN Abdellah, Le nouveau Maroc politique, Quel avenir ?, Ed Al Madariss, Casablanca, Maroc, 1999.
- COURTINE Jean Jacques, Analyse du discours politique, Langages N°62, Ed Larousse, Paris, Juin 1981.
- FOUCAULT M., L'ordre du discours, 1971, p 12 in MAINGUENEAU Dominique, Les analyses du discours en France, Langages N° 117, Mars 95, Larousse, Paris.
- MAINGUENEAU Dominique, Les analyses du discours en France, Langages N° 117, Mars 95, Larousse.
- MAINGUENEAU Dominique, Analyser les textes de communication, Dumond, Paris, 1998.
- MENY Yves et THOENIG Jean Claude, Publiques politiques, Presses Universitaires de France, Paris, 1989.
- MOLINO Jean, L'interprétation des textes, Ed Minuit, Paris, 1989.
- TENZER Nicolas, La politique, QSJ N° 2583, Presses Universitaires, Paris, 1993.
- TOURNIER Michel, La lexicométrie socio-politique, in le courrier du CNRS, N° 65, Mai-Juillet, 1986.
- ZAKI Abdellatif, Aspects de la communication **politique au Maroc**, Ed Okad, 2002.