

## Communication politique 2015/2016

Philippe Juhem

Non, la couleur de la cravate du candidat ou une phrase malheureuse rapportée par la presse ne suffisent pas à faire basculer une élection. À rebours d'une vision anecdotique ou toute puissante de la communication politique, le cours entend analyser de façon réaliste les modalités d'énonciation et de diffusion des discours publics dans les arènes parlementaires et journalistiques. À quel récit de l'actualité, à quelle présentation des faits avons-nous accès en tant qu'électeur ? Comment sont constitués les problèmes publics successivement installés sur la scène médiatique (35h, « compétitivité » des entreprises, déficit de la sécurité sociale, insécurité, etc.) ? Quels discours vont être tenus pour vrais en politique et à la faveur de quelles opérations de crédibilisation ? Il s'agira de retracer les stratégies d'énonciation des différents intervenants de la scène publiques – équipes partisans, partenaires sociaux, associations de la « société civile », défenseurs de causes, grandes entreprises, experts, éditorialistes, etc. Mais aussi de comprendre comment leurs jeux de divergence ou de convergence successifs contribuent à définir pour les observateurs les limites de la réalité politique et du crédit gouvernemental. Le discours des gouvernements décrivant pour les électeurs les difficultés qu'ils cherchent à résoudre constitue alors le socle même de tout exercice du pouvoir dans les régimes modernes : gouverner c'est d'abord imposer sa propre interprétation des problèmes.

Pour réaliser ce décryptage de l'actualité nous nous appuieront sur les exemples concrets de polémiques et de discours politiques que nous fournira l'actualité. Chaque séance sera préparée par la lecture de l'actualité politique des jours précédents saisie à travers les récits plus ou moins divergents de quatre grandes rédactions de presse écrite (*Le Monde*, *Le Figaro*, *Libération*, *Le Canard enchaîné*). À partir de ces cas réels puisés dans l'actualité française ou internationale, le cours de communication entend poser les bases d'une analyse contrôlée de la politique ordinaire pour montrer que les programmes, les polémiques ou les scandales qui composent la trame habituelle du débat public, ne constituent pas des péripéties chaotiques dans un jeu sans règles mais au contraire qu'ils représentent des actes de communication requis par la structure concurrentielle du jeu politique (hégémonie présidentielle, asymétrie des ressources politiques, rôle des sondages et des baromètres d'opinion, cycles de popularité des gouvernements, modes de scrutin, segmentation partisane en écuries présidentielles, organisation clivée de la presse, répartition normée des temps de parole dans les médias, nécessité de faire converger les soutiens autour des positions partisans, etc.).