

Médias et démocratie

Aujourd'hui, **les médias**, entendus **comme support de diffusion d'informations et d'expression d'opinions**, ont connu un tel essor, avec notamment l'apparition des médias de masse, permettant de communiquer des informations au plus grand nombre, qu'ils sont ainsi devenu incontournables dans les démocraties modernes.

En effet, si on considère **la démocratie, comme un système politique basé sur le pouvoir du peuple (qui s'exprime dans les démocraties représentatives par le choix des dirigeants via l'élection) caractérisé par un certain nombre de libertés (d'expression, d'information, d'opinion) et qui s'oppose aux régimes autoritaires et totalitaires**, on comprend aisément la place tenu par les médias dans un tel système. Les médias peuvent ainsi apparaître comme les garants de la démocratie.

On va ainsi s'intéresser aux **liens existants entre médias et démocratie** et plus largement on s'intéresse à **l'impact que peut avoir l'utilisation des médias par le pouvoir politique dans les démocraties contemporaines**. J'apporte des éléments de réflexion aux questions suivantes : **Les médias contribuent-ils au débat démocratique ? Quel est l'impact des médias sur le jeu politique ?**

Nous verrons dans une première partie que la démocratie ne se réalise pleinement qu'avec le développement des médias et de la liberté qu'ils bénéficient.

Dans une deuxième partie, on observe l'utilisation par le politique des différents médias en démocratie ; on constate, au cours du 20^{ème} siècle, le développement de la communication politique dans le même temps que l'essor des médias de masse.

Ce qui m'amène dans la troisième partie à m'interroger aux effets de la communication politique et plus largement à l'impact des médias sur la démocratie.

I/ Médias : outils essentiels pour les citoyens dans les démocraties

A/Le développement de médias « libres » comme symbole de démocratie

B/La fonction démocratique des médias : moyen d'expression et outil de contrôle

II/L'utilisation des médias par le politique dans les démocraties modernes

A/L'apparition d'un « mythe communicationnel » dans la démocratie

B/ L'ère de la communication politique

III/ Les médias contre la démocratie ?

A/ des critiques fortes contre les médias dans les démocraties contemporaines

B/ les médias : des effets réels mais un impact limité sur le jeu politique

I/ Médias : outils essentiels à la démocratie

A/Le développement de médias « libres » comme symbole de démocratie

Les médias se sont développés dans les démocraties occidentales et leur liberté est une condition de la démocratie permettant d'augmenter le sentiment démocratique, non pas en terme d'égalité tocquevillienne mais comme système politique pluraliste où la circulation de l'information est libre et où la liberté et la pluralité d'opinions sont effectives.

Ainsi le **26 août 1789, l'article 11 de la Déclaration des Droits de l'Homme et du citoyen** stipule « la libre communication des pensées et des opinions est un des droits les plus précieux de l'Homme : tout citoyen peut donc parler, écrire, imprimer librement, sauf à répondre de l'abus de cette liberté dans les cas déterminés par la loi ».

Ainsi le développement, de la presse puis de la radio, de la télévision et aujourd'hui d'internet sont autant de support à la disposition des citoyens allant dans ce sens.

Quelques dates clés :

Développement des médias :

1631 : Théophraste Renaudot crée la 1^{ère} Gazette

Ce n'est qu'au 19^{ème} que la presse moderne apparaît :

1850 : 1ers journaux quotidiens tirés à des millions d'exemplaire aux Etats-Unis (Washington post)

1895 : apparition du cinéma

1896 : La radio devient le 1^{er} média de masse dans les années 1920's

1950's_1960's : la télévision connaît son essor en devenant un bien de consommation de masse ,500000 foyers ont une télévision en 1950(en 2000, c'est environ 25 millions de foyers)

1990's : apparition d'Internet dans les foyers français

Les médias se sont eux-mêmes démocratisés : en devenant accessible au plus grand nombre à un prix de plus en plus réduit et en s'autonomisant du pouvoir politique. Cependant, on se doit de noter la disparition progressive de la presse d'opinion comme conséquence de la pénétration du marché par les groupes financiers, faisant apparaître un phénomène d'uniformisation de la presse.

La presse apparaît comme un moyen de contestation (de l'ordre établi) ce qui explique que les 1ers textes démocratiques aient consacré sa liberté.

Lois garantissant les libertés :

29 juillet 1881 : loi sur la liberté de la presse, suppression de tout régime préventif, abandon du délit d'opinion et disparition de la censure

29 juillet 1982 : loi sur la communication audiovisuelle posant le principe de la liberté de l'audiovisuel

1986 : loi sur la liberté de communication vient compléter ce dispositif.

Si c'est loi sont écrites c'est parce que les médias ont une fonction démocratique.

B/La fonction démocratique des médias : moyen d'expression et outil de contrôle

En reprenant la définition du philosophe **Alain**, la démocratie est « **le contrôle continu et efficace des gouvernés sur les gouvernants** » ; **Le citoyen**, pour Alain, est le contrôleur et c'est dans cette activité de contrôle que gît la vitalité démocratique. **La démocratie pleine n'est possible qu'avec les médias, qui ont alors pour rôle d'apporter et de diffuser sous forme d'information, d'enquête et d'analyse, les connaissances au citoyen pour qu'il puisse jouer ce rôle de contrôleur.**

En 1898, dans **l'Affaire Dreyfus**, la presse est un outil qui permet de dénoncer une injustice. Dans *l'Aurore*, Emile Zola écrit un article intitulé « **J'accuse** » qui révèle ce scandale et qui a pour conséquence de créer un public, une audience à une cause, de sensibiliser l'opinion sur ce qui fut une faute, une erreur du pouvoir.

22 juin 1940, le **Général De Gaulle** utilise la radio pour former la résistance.

Aux Etats-Unis, en 1972, L'affaire du Watergate : après une tentative de cambriolage du siège du parti démocrate pendant la campagne présidentielle la presse mène une enquête poussée pour retrouver les commanditaires, qui s'avèrent avoir été envoyé par la Maison Blanche ; Le président Nixon candidat à sa réélection cherche à étouffer l'affaire et à museler les médias. La vérité éclate dans la presse et est relayé par les médias de masse (la télé, la radio) obligeant Nixon, une fois élu, a démissionné après l'utilisation de méthode peu démocratique en 1974.

Cette fonction est d'autant plus importante dans le cadre des démocraties représentatives où les citoyens n'exercent leur pouvoir qu'à travers l'élection, les médias permettent ainsi qu'entre deux élections, les représentés, ne disparaissent pas totalement derrière leurs représentants ; la presse maintient l'existence d'une « opinion publique »...

D'autant plus que la démocratie indirecte ou semi-directe pose la question de la représentation démocratique qui ne peut exister sans représentation médiatique.

II/L'utilisation des médias par le politique dans les démocraties modernes

Avec l'essor des médias de masse (radio, télévision...) on voit se développer ce que l'on appelle la **communication politique**, que l'on peut définir comme « **l'ensemble des actions « médiatisées » entreprises par les membres de la classe politique afin de légitimer leurs actions et leurs positions** » ; **C'est un ensemble de pratiques qui vise à établir un lien entre des professionnels de la politique et leurs électeurs les citoyens.**

On différencie la communication politique et la propagande par le système politique dans lequel les médias vont être utilisés.

Démocratie : pluralité d'opinion et média libre : communication politique

Régime totalitaire : idéologie politique unique, parti unique, média contrôlé : propagande

A/Le « mythe communicationnel » dans la démocratie

Dans cette partie (qui fait référence à un concept d'Erik Neveu), on s'intéresse à l'émergence de la communication politique et à la croyance en ses effets. Car pour qu'elle s'installe et qu'elle prenne une telle importance il faut que ceux qui la mettent en place croient en l'efficacité de son impact.

Philippe Maarek (communication et marketing de l'homme politique, 2001) fait apparaître le marketing politique en **1952 pour la campagne présidentielle d'Eisenhower** ; Bien explique-t-il que l'on puisse la faire remonter à l'époque antique ou au moyen-âge car il est vrai que l'on voit dans l'histoire bien des rois et des princes jouer de leur image de leur réputation pour asseoir leur souveraineté, éloigner des ennemis ou lever l'impôt.

Mais là ce qui change c'est l'introduction « d'une démarche globale organisée et rationalisée de la communication ».

Genèse de la communication politique :

1950's : développement et utilisation de l'audiovisuel, spots publicitaires, publicités comparatives, les spécialistes des médias entourent les hommes politiques et apparition du débat télévisé.

En France, la communication politique apparaît lors de **l'élection de 1965 en même temps que l'introduction de l'élection présidentielle au suffrage universel direct**. On voit ainsi que le renforcement de la démocratie représentative en offrant la possibilité à tous les citoyens d'élire leurs représentants, donne dans le même temps lieu à la nécessité d'informer plus et de recourir plus au média. **Michel Bongrand** (le marketing politique) explique ainsi qu'il proposa cette année là ses services au Général De Gaulle mais celui-ci estima qu'il n'avait

pas besoin de plan de communication pour être élu. L'émergence en France de la croyance dans les effets des médias sur le comportement électoral est illustré par l'exemple suivant **Bongrand conseille J.Lecanuet qui était crédité de 5% des voix au début de la campagne électorale et celui-ci atteint 16% des voix.**

-exemple de Monsieur X : Campagne de communication lancée par l'express appelant à voter pour monsieur X (qui s'avéra être Gaston Lafferre) et arrivant à créer autour de cet homme mystère une véritable vague d'opinion favorable...

1974 : envolée de la communication politique avec notamment l'introduction du débat télévisé . Celui-ci est considéré alors comme décisif dans l'entre 2 tours et devient un véritable rite de passage.

Pour J-M. Cotteret, (« gouverner, c'est paraître », 1991) pour atteindre les positions de pouvoir aujourd'hui, il faut savoir attirer les médias. Le pouvoir repose sur une légitimité élective et de plus en plus en plus sur une légitimité cathodique ou médiatique. Ce qui pose problème à Cotteret c'est que la **légitimité médiatique, le savoir paraître n'est pas régi par des règles démocratiques**, elle dépend de la capacité à utiliser des petites phrases, à susciter des émotions et sur des caractéristiques physiques et tend à être de plus en plus essentielle dans nos démocraties.

La communication politique prend alors dans les démocraties modernes une part considérable aujourd'hui dans la conquête et l'exercice du pouvoir. On entre alors dans l'ère de la communication politique.

B/ L'ère de la communication politique

Exemple (reportage de France 5 de l'émission Média) : élection **de Barack Obama 2008 : Barack Obama a dépensé 207 millions d'euros pour sa communication.** Plus gros budget de l'histoire et poste le plus important de son budget de campagne. **David Axelrod** est son spin doctor, conseiller en communication, celui-ci, explique que **le rôle de la communication est d'influencer l'élection par l'utilisation des médias.** Axelrod est un ancien journaliste et explique que son point fort est de connaître précisément le travail des journalistes ce qui lui permet de leur donner ce qu'ils attendent. Les journalistes se contentent ainsi souvent des dossiers de presse que les conseillers des hommes politiques leur livrent. Ainsi, il faut être capable d'écrire une histoire (sur ce point voir l'ouvrage de C.Salmon : story telling). Dans cette campagne, **Internet** et les réseaux sociaux permettent de diffuser une image différente de celle véhiculée par les médias traditionnels, et l'envoi de **SMS** permet de lier contact directement avec les citoyens.

Les médias dans cette campagne ont également joué un rôle positif sur la participation électorale car ils ont mobilisé les citoyens.

Les médias sont utilisés **pendant l'exercice du pouvoir**, alors on parle de communication publique car elle concerne les instances que les politiques représentent. Cependant la frontière est mince entre **communication publique** et politique car la communication publique participe à l'image de l'homme politique qui est à la tête de l'institution en question.

La communication publique fait référence à la communication d'Etat., pour Pierre Zémor, (2005) la comm° publique est liée à l'intérêt général et accompagne l'application d'une règle, l'élaboration d'une procédure ou la prise de décision. Elle apparaît comme un devoir répondant au droit de l'information des citoyens.

Frank Louvrier, conseiller en communication et chef du service de presse de l'Elysée sous la présidence de Nicolas Sarkozy et explique dans un article du Monde en février 2008 que « le nombre d'évènements médiatisés s'est accru de 450% » depuis mai 2007 et y voit un renforcement de la démocratie.

L'espace médiatique prend ainsi une grande place dans l'espace public.

De nombreux auteurs, comme Régis Debray dans l'état séducteur (1993) s'inquiète de l'explosion de la communication politique déplaçant le lieu du pouvoir et des débats politiques notamment de l'assemblée nationale à l'arène médiatique. On peut s'interroger comme le **fait J-M. Cotteret sur le lien entre média et démocratie dans ce contexte :**

-point positif : la communication améliore l'information aux électeurs.

-point négatif : homogénéisation et rationalisation du jeu politique : formatage des politiques.

III/ Les médias contre la démocratie ?

La démocratie dépend du degré de liberté des médias :

- Liberté par rapport au pouvoir politique : (afin de fonctionner comme un contre pouvoir)
- Mais aussi si les médias sont aussi essentiels à notre démocratie il convient qu'il soit indépendant des groupes financiers.

On va voir dans cette partie que les médias sont accusés d'avoir un impact négatif sur le jeu démocratique, et de manipulation des citoyens, de ne pas permettre l'émergence d'une pluralité d'opinions.

A/ Les médias, un moyen de manipulation.

Tchakhotine Le viol des foules par la propagande politique (1952) explique à travers le concept « des réflexes conditionnés » de Pavlov qu'il apparaît possible avec les médias de solliciter les stimuli, les pulsions des individus.

La télévision apparaît comme le média le plus critiqué : Ce média de masse touchent des citoyens en position passive et est accusée de simplifier les débats et de construire l'opinion. De plus la course à l'audience ne laisserait que peu de place au débat démocratique.

Ainsi , autour **d'Adorno** dans les années 30's se forment **l'école de Francfort** avec **Horkheimer et Marcuse** qui développent la thèse du statu quo sous l'action des « mass media » : les médias de masse légitimeraient les inégalités sociales qui deviennent non contestable, ils favorisent la survie d'une idéologie dominante.

L'école **de Francfort fait la critique de la culture de masse diffusé par les industries culturelles**. Au-delà de la liberté d'opinion proclamée et autorisée par la démocratie, encore faut-il que le système, dans lequel les individus évoluent et dans lequel les opinions se forment, permette l'apparition d'une pluralité d'opinions.

En **1964, Herbert Marcuse publie** l'Homme unidimensionnel et montre l'affaiblissement progressif de la critique dans les sociétés industrielles avancées. Marcuse voit dans les techniques de communication de masse l'instrument d'une telle manipulation.

Vance Packard La persuasion clandestine (1957) Idée que les masses sont manipulées par les médias eux-mêmes soumis aux ordres des grands intérêts privés.

Les médias affaiblissent la contestation et diffusent l'idéal de la société de consommation en créant des désirs.

Häbermas dès 1963 a expliqué que « *l'espace public « gouverné par la raison » serait en déclin, puisque la publicité critique (publicité= large diffusion des informations et des débats) laisserait peu à peu la place à une publicité « de démonstration et de manipulation », au service d'intérêts privés.* » ce qui fait dévier les médias de leur fonction de contrôle en démocratie.

Derville le pouvoir des médias (mythes et réalités) (97) explique que les médias participent à l'augmentation de la personnalisation du jeu politique entraînent l'affaiblissement du rôle des militants et déplacent le lieu du pouvoir. Les médias ont également un impact en faisant et en défaisant l'agenda politique. Le rôle de l'assemblée s'en trouve amoindri ; la politique renvoie à des visions de long terme mais le fonctionnement des médias fait que la politique devient une succession d'instant, de moments médiatisés.

Autre point critique à l'encontre des médias dans les démocraties modernes : **les médias diffusent et croient aux sondage : impact politique**

Impact positif pour Lancelot (84) permet un meilleur choix des dirigeants, fonction de contrôle des dirigeants et argument de scientificité.

Cependant pour certains auteurs, comme Patrick Champagne (1990) Faire l'opinion, le nouveau jeu politique ou Loïc Blondiaux La fabrique de l'opinion (1998) :

Les sondages peuvent transformer le jeu politique (au niveau des hommes politiques, ils imposent une problématique, ils se posent la question de la compétence politique et du recensement des opinions privées ne pouvant pas toujours être retranscrites verbalement ; De plus les sondages et donc les médias peuvent déplacer les questions des véritables enjeux. L'opinion est alors incarnée par les sondages. Ce qui amène Bourdieu en 1973 à écrire que « l'opinion publique n'existe pas »

Pierre Bourdieu (1996) Sur la Télévision s'interroge sur le rôle des médias et appréhende le champ journalistique à travers ses mécanismes. Il explique que malgré la démocratie est bannie la censure il existe toujours à travers les jeux de pouvoir qui apparaissent dans ce champ, une censure politique, économique et surtout une censure invisible. Du fait que les journalistes sont recrutés dans les mêmes classes sociales que les politiques et au vu du mode de financement des différents médias, cela ne permet pas l'exercice d'une liberté totale. Bourdieu explique notamment que la concurrence s'exerçant entre les « sources journalistiques » à travers la course à l'audience avait pour effet d'homogénéiser l'information.

B/ les médias, des effets limités sur le jeu politique

Harold Lasswell (les techniques de propagande de la 1^{ère} guerre mondiale) développe l'idée que les médias produisent des effets réels sur les publics, les récepteurs, la propagande agit comme une « **seringue hypodermique** ».

Paul Lazarsfeld montre dans les années 1940's que la communication politique a des effets mais en réalité ceux-ci sont limités. Il s'appuie sur des études empiriques notamment sur les effets de la radio dans les élections américaines. **Il en conclut que les électeurs changent très faiblement d'opinion politique sous l'influence des médias.** Les médias ne feraient que renforcer les opinions existantes et l'influence réelle se fait par l'intermédiaire de leader d'opinion. Il existe donc des intermédiaires c'est ce que **E.Katz appelle « two step flow of communication » flux de comm° à deux étages.**

De plus, dans les démocraties occidentales, certains considèrent que les effets des médias sont d'autant plus limités du fait que les individus bénéficient souvent d'un niveau d'éducation leur permettant de former leur propre opinion et de développer un esprit et un regard critique sur les médias.

_ Pour John Zaller, les médias n'exercent une influence que sur les classes moyennes, c'est-à-dire les classes moyennement informés. Les classes supérieures auraient pour lui une opinion et une vision du monde déjà bien formée et serait alors peu influençable. Tandis que les classes dites « inférieures » ne serait que trop peu exposé aux médias et aux messages des politiques pour pouvoir être significativement influencé.

Zaller montre également que les médias ont une fonction de cadrage, c'est-à-dire que ils ne disent pas ce qu'il faut pas penser, mais ce dont à quoi il faut penser. Zaller montre également que l'effet des médias sur l'opinion publique est à nuancé. En travaillant sur l'opinion, il montre que les individus ont plusieurs opinions qui peuvent être contradictoire et ont une opinion mouvant, au cours du temps et qui dépend du contexte dans lequel elle s'exprime. Les individus qui reçoivent ces médias ne sont pas isolés, il existe ainsi des groupes et des publics recevant et interprétant les messages médiatisés de manière parfois différentes.

Conclusion :

On voit que l'émergence de médias libres est favorable au fonctionnement démocratique, les médias garantissent la circulation efficace de l'information sont essentiels à l'expression d'opinions et également de la contestation pouvant tenir le rôle de « contre-pouvoir ».

Avec le développement des médias de masse, la communication politique est de plus en plus prisée et l'utilisation par le politique et la maîtrise de ces médias est primordial lors de la conquête du pouvoir ou de l'exercice de celui-ci, conférant à ces médias un pouvoir non négligeable, qu'il faut surveiller dans le cadre d'une démocratie.

Cependant beaucoup sont ceux qui s'interrogent sur l'impact, les conséquences qu'a l'utilisation des médias sur l'opinion du citoyen, sur le jeu politique, et plus largement sur la démocratie. Ces auteurs proposent alors de rester vigilant à l'indépendance et au degré de liberté effectif des médias tant par rapport au politique mais également par rapport au système financier afin de ne pas dévier de l'idéal démocratique.

