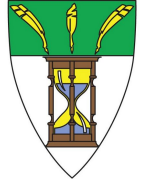


LA COMMUNICATION POLITIQUE



Un moyen de manipulation ?



SOMMAIRE

Introduction	p.3
Partie principale	p.4
Ceux qui ouvrent la bouche...	p.4
...sur la grande scène...	p.7
...et dirigent le monde.	p.18
Partie personnelle	p.29
Interviews :	p.29
Marc Angel (LSAP)	p.29
Serge Wilmes (CSV)	p.32
Conclusion	p.35
Sources	p.38

INTRODUCTION

Les premières traces de la communication politique peuvent être retrouvées dans des parchemins datant de l'antiquité grecque. Ils étaient d'une telle éloquence qu'on s'y intéresse jusqu'à aujourd'hui et sont à l'origine qui persiste de nos jours. Plutôt qu'un simple échange, il s'agit d'un discours structuré et rédigé pour arriver à une fin bien précise. Comparable à un jeu d'échecs, les arguments sont mis en place et agencés afin de mener les interlocuteurs à adhérer à la cause de l'énonciateur.

En principe il s'agit donc, d'un outil qui peut être utilisé pour remanier les opinions publiques et les plier à la volonté de l'émetteur.

Même si les intentions, de ceux qui s'en servent, peuvent être bon, ne serait-il pas malgré tout légitime de considérer cet acte comme de la manipulation ?

Cet aspect du discours politique sera le centre d'intérêt de cette analyse.

Afin d'approcher le côté manipulateur du discours politique dans son intégralité, cette analyse va porter sur tous les facteurs en relation avec le sujet qui sont, en premier lieu, les politiciens, émetteurs de la communication politique et leurs ambitions, pour ensuite passer à la multitude des plateformes, qui permettent d'atteindre les destinataires du discours et finalement les méthodes concrètes employées pour modifier l'opinion publique.

Ces éléments nous permettront alors de voir si effectivement le discours politique est de nature manipulatrice.

PREMIERE PARTIE

Ceux qui ouvrent la bouche...

En première instance, nous nous intéresserons au <<qui>> et <<pourquoi>>. En l'occurrence, ceux qui se servent de leur parole afin de réunir le plus d'adhérents possible derrière une même conviction, les hommes politiques.

<<La seule façon d'ériger un pouvoir commun, c'est de confier le pouvoir à un seul homme, ou à une assemblée, qui puisse réduire toutes leurs volontés, par la règle de la majorité, en une seule volonté. Cela revient à dire : désigner un homme ou une assemblée, pour assumer la personnalité du peuple ; et que chacun s'avoue et se reconnaisse comme l'auteur de tout ce qu'aura fait ou fait faire, quant aux choses qui concernent la paix et la sécurité commune, celui qui a ainsi assumé leur personnalité, et que chacun, par conséquent, soumette sa volonté et son jugement à la volonté et au jugement de cet homme ou de cette assemblée. La multitude, ainsi unie en une seule personne, est ainsi appelée République. >>

-Thomas Hobbes

Un homme politique est par définition, une personne élue par le consensus d'une majorité de la population, le jugeant compétent de représenter leur volonté et de contribuer à l'amélioration et au maintien du bien public. En principe, il s'agit donc d'un transfert de pouvoir d'une pluralité vers un seul individu, tandis que ceux qui renoncent à ce pouvoir se soumettent alors à la volonté de ce même individu. Ce procédé se base sur une relation de confiance entre ces différents acteurs, qui sont les électeurs et les élus.

Toutefois, la confiance d'une population ne s'acquiert pas facilement, vu la grande diversité d'intérêts et de besoins qu'on peut retrouver dans un seul et même groupe de gens. C'est pourquoi les politiciens, et ceux qui souhaitent le devenir, se servent de leur voix, du discours ou de la rhétorique, voir même de la mise en scène, ce qui est appelée <<la communication politique>>, car la confiance s'acquiert par la parole.



Par définition, un homme politique est un serviteur du peuple ainsi qu'un gardien de l'ordre public, s'engageant à user du pouvoir qu'on lui a conféré à bonne aise pour contribuer au bien-être des gens qu'il représente. Comme représentant de la volonté du peuple, il doit faire de son possible pour créer un environnement politique qui correspond aux attentes de la plus grande partie possible de la population de son pays. D'après Aristote, la politique inclut l'éthique, les deux ayant en commun la recherche du <<bien>>. Il parle de <<l'art politique>> dont l'objectif est d'assurer le bien commun et le bien des individus.

Par souci de rester en accord avec la volonté de la population, le politicien est tenu de s'exprimer constamment sur des sujets d'intérêt politique de manière publique, que ce soit dans les médias, sur une scène ou dans des réunions politiques. Cela ne lui permet non seulement de démontrer qu'il est toujours proche du peuple, mais également de faire usage de son pouvoir de conviction, pour changer l'opinion du peuple, lorsque cela lui paraît nécessaire.

Un politicien doit donc veiller au fonctionnement d'un système qui est conforme au désir de la majorité d'une population, en se servant de divers instruments, outils, stratégies ou tactiques pour arriver à une persuasion efficace du peuple. Or, la population est de convictions différentes, ce qui ne facilite pas l'affaire pour les hommes politiques. Ainsi, ils profitent d'une multitude de plateformes pour atteindre le plus grand nombre de personnes que possible, pour finalement pouvoir employer de méthodes concrètes, qui servent, partiellement, à changer l'opinion d'une personne par le pouvoir de persuasion de la part du politicien, dû à cette communication politique. Dans ce cas, on peut parler de persuasion/conviction, ou bien de manipulation, venant de la part des hommes politiques.

La manipulation, en ce qu'il en est du discours politique, ne doit donc pas forcément être négative, ce n'est que par l'emploi qu'on lui réserve, qu'elle prend cette connotation. En l'occurrence, quand les politiciens s'en servent pour leur propre intérêt. Il faut toutefois prendre en considération, que le pouvoir peut être un but en soi et que d'y renoncer est très difficile pour certains. Même si on arrive au pouvoir sans avoir l'intention d'en abuser, le pouvoir peut être corrupteur. Une fois qu'on y a pris goût, il est facile de vouloir jouir des possibilités qui s'offrent à une personne de pouvoir. A tel point qu'on cherche à accumuler plus de pouvoir et à le conserver aussi longtemps que possible, et ce par tous les moyens. On pourrait même dire que le pouvoir devient une cause en soi.

« Il y a dans l'âme trois facteurs prédominants qui déterminent l'action et la vérité : sensation, intellect et désir. Malheureusement, nos désirs ne mènent pas forcément au bien, mais peuvent conduire à favoriser la satisfaction immédiate, la dispersion : nous

désirons une chose parce qu'elle nous semble bonne, plutôt qu'elle ne nous semble bonne parce que nous la désirons».

-Aristote

Sachant que tel est la nature du pouvoir, et que par délégation, un homme politique détient du pouvoir, il est donc légitime de se poser la question si une telle personne ne se servirait pas de la rhétorique politique pour conserver son influence et faire durer son mandat, plutôt que pour agir dans l'intérêt du peuple ?

Le discours politique, en principe, sert à convaincre une population d'accepter des mesures ou des lois qui contribueraient au bien de tous, ce qui devrait d'être l'intérêt principal de la politique. Néanmoins, ce même procédé employé pour des motivations d'ordre personnel, ne sert aucunement le bien commun, mais seulement les ambitions égoïstes de certains individus qui cherchent à profiter de la ruse et de la tromperie sous le manteau de leur pouvoir de persuasion, afin de faire durer leur régence au détriment d'hommes moindres. Dans ce cas de figure, il est indubitable que la communication politique est de la manipulation, si cela relève de l'ambition de l'émetteur.



...sur la grande scène...

Maintenant qu'on a vu de près les utilisateurs de la communication politique, dans toute ses nuances, nous devrions nous intéresser aux maintes voies par lesquelles cette même communication atteint son public.

De nos jours, on est bien loin des temps anciens où les rhéteurs se réunissaient dans le forum grec, portant la toge, leur parchemin en main, pour débattre des sujets d'actualité et décider du futur de leur nation. S'il est toujours habituel de se dresser devant une audience pour émettre ses propos, ce n'est plus le seul et unique moyen d'atteindre les masses, mais grâce au progrès de la technologie, toute une pléthore de plates-formes de communications s'offrent à tout politique en herbe.

Afin d'englober la totalité des moyens de communication à disposition des figures d'intérêt public, nous opterons pour une approche chronologique, en passant des moyens les plus classiques aux plus modernes, du mot parlé à Twitter.

La façon la plus classique qui vient à l'esprit est évidemment de se dresser devant une audience et d'ouvrir la bouche pour parler de sujets politiques. Que ce soit un jeune homme politique communal qui ose tenir un discours devant une assemblée de citoyens, cherchant encore à s'imposer dans le vaste monde de la politique, ou le vieux politique affirmé qui prend la parole lors d'une session de la Chambre des Députés, cette méthode d'exprimer ses vues politiques est resté inchangée.

Il s'agit, pour un politicien, d'une façon assez directe pour s'exprimer, ne se servant que de ses mots, de ses capacités rhétoriques et de son pouvoir de persuasion, pour trouver l'adhésion de son public. Si le lieu, où ce discours se fait, n'est pas un facteur capital à la réussite de cette approche, il reste toutefois évident que le fait de se dresser sur une grande scène ou sur le parquet de la Chambre, confère au message émis d'avantage de crédibilité et un homme politique qui se respecte cherchera toujours à avoir le plus de crédibilité possible.

*<<La plume est plus puissante que l'épée>>
-Edward Bulwer-Lytton*

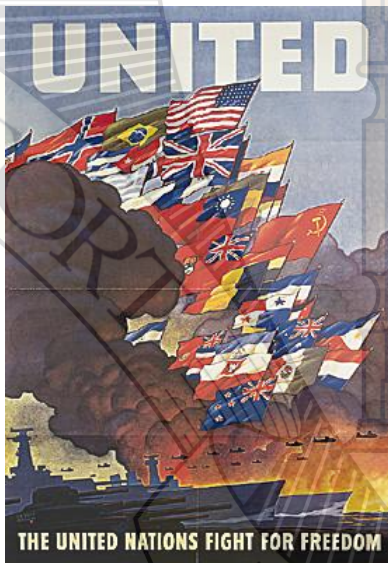
Dans un premier temps, il suffisait de se servir convenablement du mot parlé pour guider les masses. La découverte des premiers moyens d'écrire ajouta une deuxième option de s'exprimer et même d'immortaliser des propos politiques.

En effet, l'une des premières traces écrites de l'histoire humaine date de l'ancienne Mésopotamie et il s'agit d'un texte de loi du roi Nabuchodonosor, en écriture cunéiforme, donc en principe d'un texte d'ordre politique.

C'est justement le caractère durable du mot écrit qui donne plus de poids au message de l'auteur, car un discours oral peut être oublié mais un texte bien rédigé peut être relu autant de fois que nécessaire afin de se graver dans la mémoire.

D'ailleurs, une thèse politique rédigée peut être reproduite et diffusée parmi la population pour atteindre un nombre de personnes qui va bien au-delà de ce qu'un simple discours oral aurait pu faire. Un texte est supérieur à la parole, car il ne dépend plus de l'auteur après sa rédaction, il continue à diffuser son message indépendamment des faiblesses et des nécessités d'un être vivant, qui a besoin de repos à un certain moment.

Cette méthode trouve son application concrète de nos jours dans la presse écrite, sous forme d'interviews et d'articles sur des hommes politiques. S'il est vrai que la presse écrite est actuellement en voie de disparition, du à l'avènement des nouveaux médias et réseaux sociaux, auxquels nous reviendrons plus tard, les gens ont toujours l'habitude de passer du temps à lire des articles. Il ne faut donc pas oublier non plus que le seul fait de relater quelque chose dans un article puisse conférer une certaine notoriété à n'importe quel sujet. C'est même choquant de voir à quel point le commun du peuple se fie et considère comme faits réels tout ce qui est publié dans un journal. S'y ajoute l'ancienneté perçue du médium en question, qui peut donner la fausse impression de véracité, tel les sagesses de nos grands-parents.



Le discours politique ne se retrouve toutefois pas uniquement sous sa forme imprimée dans la presse écrite, mais également dans des affiches et autre propagande à caractère visuel de nature politique. Il suffit de se rappeler l'impact qu'ont eu les affiches de propagande lors de la Première Guerre Mondiale. Une invitation à se battre pour défendre sa patrie sur les <<Champs d'honneur>> suffisait à euphoriser une grande partie de la jeunesse masculine de s'engager pour partir en guerre et devenir des héros. L'horreur de cette même guerre prouva alors qu'il faut se méfier de telles affiches instigatrices. Malgré tout, cette application du discours politique persiste jusqu'à aujourd'hui.

Pensons donc à la fameuse affiche de <<l'Oncle Sam>> qui réclame <<I want you for U.S. army>> comme prime exemple de ce genre de propagande.

De nos jours, l'application la plus habituelle d'affiches à caractère politique est celle du poster de candidature pour les élections à venir, qui se résume à un énorme cliché de l'homme politique en question, auquel s'ajoutent l'emblème du parti politique respectif, un petit slogan mémorable et un appel au citoyen de voter pour la personne en question ou bien le parti politique en entier.

C'est la combinaison entre une imagerie expressive et un court message politique qui est fait pour être mémorisé facilement et rester en tête, qui rendent cette forme de communication politique si efficace. Sachant que la perception humaine est fortement ancrée dans le visuel, il est évident que d'ajouter une image concrète à un message augmente non seulement la portée du message en soi, mais constitue également un outil de choix pour la manipulation des masses.

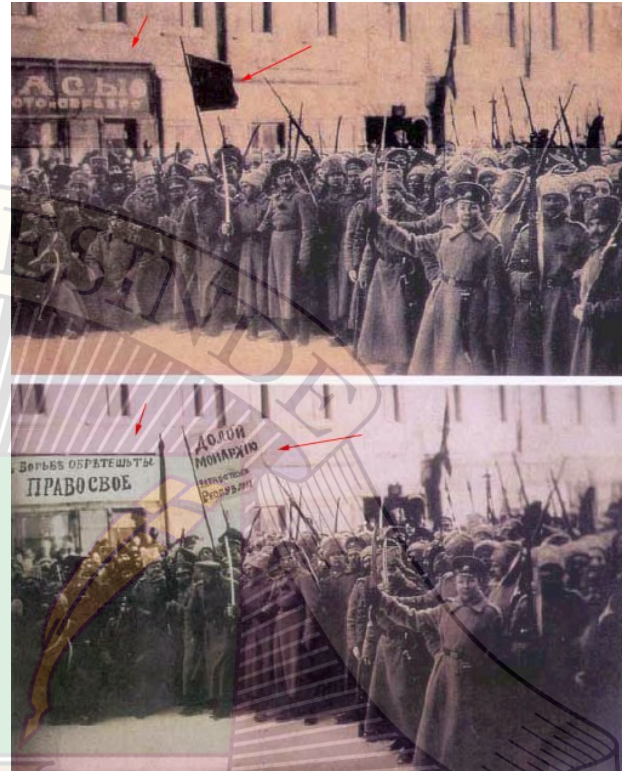


Une troisième et dernière expression d'opinion politique, sous forme imprimée, bien que peu commune, est la publication d'ouvrages de nature politique, cherchant surtout à atteindre une démographie plus intellectuelle, qui est en principe la sphère des gens d'influence et d'aisance. Le parfait exemple est l'infâme <<Mein Kampf>> d'Adolf Hitler, qui transforma un appel à la xénophobie et une proclamation de supériorité de race en prose pour changer fondamentalement les opinions de toute une génération.

Il est donc légitime de considérer le discours politique sous sa forme rédigée comme de la manipulation, mais il ne faut pas oublier que les éditeurs qui ne se réclament pas ouvertement pour une certaine direction politique sont extrêmement prudents dans leurs publications de nature politique, ce qui limite tout de même le degré de manipulation possible dans un interview avec un politicien, par exemple. N'oublions donc pas que l'objectif principal, surtout de la presse écrite, est d'informer et non pas de manipuler.

Il faut notamment retenir que les images en soi peuvent être, et les sont pourtant souvent, illusoires. Il y a plus de 160 années, la possession d'une image était un luxe, c'est qu'avec l'entrée du 19. Siècle que la photographie a trouvé sa percée. Pour la première fois, les gens avaient la possibilité de garder en mémoire un moment précis dû à la reproduction directe de la réalité par l'invention de l'appareil photo. Néanmoins, déjà à cette époque des observateurs lucides avaient remarqué que ce médium, comme tout autre, pouvait être falsifié facilement et ainsi servir comme autre médium de persuasion.

Prenons Joseph Staline comme exemple, lequel avait trouvé sa passion dans l'escamotage de personnes tricarées dans ses photos, ou qui voulait changer la réalité jusqu'à ce qu'elle soit parfaite à ses yeux. De cette façon, il a changé l'écriteau d'un magasin, pris en photo, de « Montres, Or, Argent » par un « En combattant vous gagnerez vos droits », ainsi que le drapeau, lequel consistait auparavant d'une simple bannière rouge, et qui est devenue « À bas la Monarchie ». On remarque donc bien, que même sans l'aide de Photoshop, les hommes puissants savaient déjà comment se servir des médiums de façon manipulatrice, imaginons donc à quel point la population de nos jours est conditionnée quotidiennement.



Couvrant déjà l'écrite comme l'imagerie, s'ajoute en 1909 un médium auditif pour atteindre les masses, la radio. Cette invention s'imposant très vite, on pouvait trouver une radio dans la majorité des ménages, et que ces radios étaient allumées quasiment en permanence pour ne pas rater les infos de dernière minute. L'outil idéal donc pour atteindre le commun de la population, même illettrée, et diffuser un message oral dont on veut être sûr qu'il soit entendu par la démographie ciblée.

Si fondamentalement le principe reste le même que pour un *speech* politique en personne, seule la portée a considérablement augmentée grâce à la radio. Un exemple concret se trouve dans l'histoire du Luxembourg avec les fameuses émissions de soutien de la Grande-Duchesse Charlotte, expatriée au Royaume-Uni lors de la Deuxième Guerre Mondiale, visant à faire persister un sentiment de nationalité et d'union parmi la population luxembourgeoise contre l'idéologie nazi.

Il est clair que sous cette optique, le médium auditif de la radio peut paraître très positif dans sa manière d'impacter les gens qui l'écoutent, mais il ne faut pas négliger qu'il y a toujours une possibilité d'abuser de ce même impact.



<<La Guerre des Mondes>>, une dramatique radio basée sur le roman de science-fiction par Orson Wells, diffusée en 1938, a failli causer une panique de masses aux Etats-Unis, car les gens attribuaient une telle notoriété à tout ce qui se passait à la radio qu'ils croyaient effectivement à une invasion d'extraterrestres. Si la radio peut avoir, même involontairement, un tel impact sur la société, qui pourrait douter que la radio peut être manipulatrice.

Ensuite, passant à l'appareil le plus connu de l'audiovisuel, la télévision.

En principe, il s'agit de l'évolution logique du principe de l'affiche qui est devenu plus performant grâce à l'évolution technologique. Ayant déjà explicité l'impact que peuvent avoir des images statiques sur la réception et la transmission d'un message politique, imaginons donc les possibilités qu'une succession d'images expressives, soulignées par un message oral ou écrit, peuvent apporter.

On a à faire à un triple degré de communication, car le fait de voir un homme ou un parti politique en action, par exemple en train d'aider le pauvre fermier, suggère déjà une pléthore de qualités que semblent représenter la ou les personnes filmées. S'y ajoute alors un message oral, en l'occurrence de nature politique, qui similaire à la radio adresse le sens auditif du spectateur. Ce message oral peut engager d'un narrateur invisible, ou bien sortir directement de la bouche des politiciens, ce qui peut donner la fausse impression qu'il s'adresse directement à l'audience comme s'il se dressait devant eux en personne.

Le troisième degré de communication que comprend le médium audiovisuel de la télévision est la possibilité d'inclure des messages écrits dans les court-métrages, par exemple, pour les campagnes électorales. En combinant et répétant le message à la fois visuellement et auditivement, on garantit que les gens adressés s'en souviennent, car le principe des répétitions est une pratique courante dans l'éducation. Si le contenu d'un programme télévisuel n'est pas forcément enrichissant intellectuellement, il est tout de même indubitable qu'il possède un certain caractère éducatif dans le sens où on cherche à implanter une certaine connaissance ou plutôt une certaine opinion dans les têtes des gens. Ce n'est donc pas étonnant que ce médium soit même devenu une manie pour certaines personnes, car le visuel les a rendu tellement accro au point qu'ils ne peuvent plus y résister.



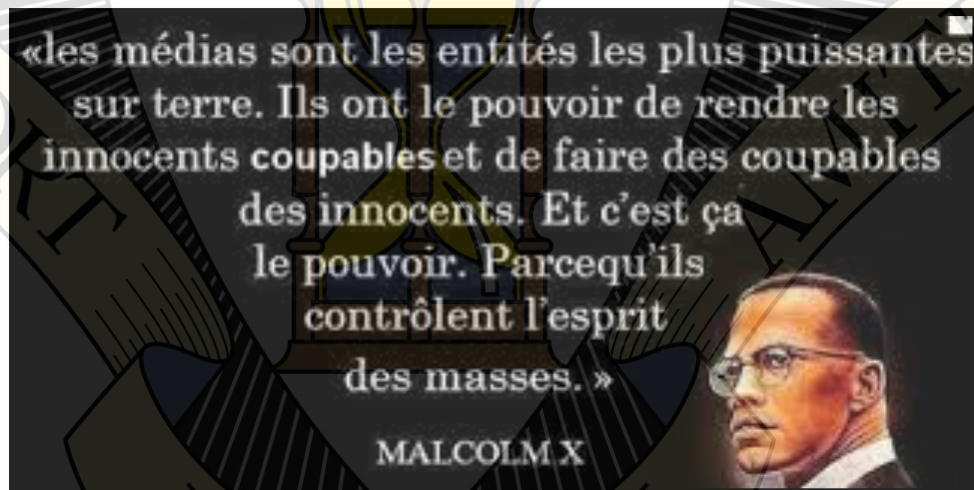
Selon le cabinet d'audit GfK11, chaque famille, en France en 2007, possédait en moyenne 1,8 téléviseur et selon une enquête menée en 2006 la télé était allumée en moyenne 6 heures par jours. En somme, on a à faire au médium idéal pour atteindre une majeure partie de la population, étant donné qu'il est possible de diffuser une énorme quantité

d'informations et cela même à une échelle mondiale !

Nombreux sont donc aussi les façons d'abuser de cette énorme portée qui va même bien au-delà de ce que permettait la radio.

On a déjà énoncé auparavant que les gens croient tous ce qu'il y a écrit dans un journal, mais encore plus tout ce qu'ils peuvent voir de leurs propres yeux.

Les images télévisuelles sont donc considérées par la plus grande partie des gens comme une représentation pure de la réalité, car on ne se rend pas compte que les images peuvent être mises en scène ou retravaillées, voire même sortis de leur contexte pour amener les spectateurs à accepter un artifice comme reflet de la réalité véritable. Ainsi, des chaînes comme BBC ou CNN ont déjà montrées amplement que ce n'est pas très difficile de créer des illusions dans l'esprit des spectateurs, par exemple, lors de l'événement tragique du 11 septembre 2001 à New York où certaines chaînes avait transmis en direct l'écroulement des deux tours du World Trade Center et ont également annoncé que le Pentagone avait aussi été touché par l'attaque terroriste, bien que le bâtiment était visiblement indemne en arrière plan. Afin de stipuler l'indignation des masses, certaines chaînes ont même jugées prudent d'ajouter des clips de musulmans en train de célébrer, en réclamant qu'il s'agissait d'images du jour même en Afghanistan, alors que ces images dataient déjà de quelques mois et montraient des gens en train de célébrer une occasion festive plutôt que le <<triomphe de l'Al Quaida>>. Ces mêmes chaînes se sont vues contraintes de publier des rectifications postérieurement, mais la manipulation était parfaite, car ils avaient déjà créé un sentiment anti-islamique qu'on ne peut pas rectifier aussi facilement.



Confronté à de tels exemples, qui pourrait douter du pouvoir manipulateur du médium de la télévision, qui mieux que toute autre plateforme sait créer une véritable réalité à part en mettant en scène, trafiquant, et réarrangeant des images et des messages oraux pour guider l'opinion des spectateurs dans une direction précise.

Finalement, vers la fin des années 80 avec l'avènement de l'ordinateur personnel, un nouveau médium voit le jour et agit comme un bouleversement social. Cet ordinateur, devenant très vite un outil indispensable, permettant aux gens d'effectuer des tâches plus rapidement et presque automatiquement, on peut facilement s'imaginer l'impact qu'aurait la possibilité de relier plusieurs ordinateurs ensemble. Basé sur une technologie militaire, appelée l'Ethernet, il s'agit d'un réseau transfrontalier, voire même global qui permet l'échange et le partage, sous forme numérique, d'une quantité quasiment infinie de données et d'informations. Evidemment, il s'agit de l'Internet. De par sa popularité ce réseau, initialement conçu à des fins professionnelles, se voit rapidement amélioré pour transcender le domaine du purement professionnel et englober une multitude de fonctionnalités et de services, tout en devenant de plus en plus rapide dans sa faculté de rendre accessible les données requises à tout moment. Depuis lors, l'internet est devenu plus qu'un simple réseau, mais littéralement un monde à part où tout le monde, dépourvu de leurs identités par l'anonymat, se montre honnête, brutalement honnête. Certains considèrent même l'internet comme le seul endroit encore vraiment libre qui soit dans notre société actuelle.

Par sa vasteté, il est facile de se perdre dans ce sujet. Concentrons nous donc sur l'utilité d'un tel réseau en rapport avec le discours politique.

Dans l'infinité des services et plates-formes proposés par l'internet, on se concentre généralement sur ceux qui sont le plus utilisés et propices à la diffusion d'un message de nature politique. Il s'agit naturellement des services d'information, tels que les sites d'actualité, des réseaux sociaux et même des plates-formes de streaming.

Comme on l'avait déjà énoncé, la presse écrite est en déclin et cela fortement dû à l'internet, puisque l'accès sur ce réseau magique ne se limite plus à l'utilisation d'un ordinateur de taille installé fixement à un endroit spécifique, mais englobe grâce au progrès technologique les ordinateurs mobiles, allant du notebook au Smartphone. De nos jours, il est légitime de dire qu'une majorité des gens dans les pays développés a un accès à l'internet, toujours à portée de main, et s'en sert presque sans interruption, à tel point que les interactions entre personnes, physiquement présentes autour de nous, commencent à en souffrir les conséquences, ce qui est un tout autre sujet très intéressant.

Pour faire face à la disparition de la presse écrite, les journaux et quotidiens se sont résolus à créer des sites d'informations virtuels, permettant un accès aux nouvelles requises plus rapidement et de manière gratuite.

On assiste ici à un transfert de la notoriété acquise par la presse écrite, dans le domaine du virtuel, car sachant que l'internet est également bourré de fausses informations, ils prennent le caractère de sites de référence fiables. Un site internet tel que <<www.RTL.lu>> attire des milliers de visiteurs par jour et ainsi peut être considéré comme source d'information fiable aux yeux du public.

Allant même encore un pas plus loin, avec la popularité des Smartphones, les agences d'information se sont même lancées dans le développement d'applications afin de bombarder constamment les gens avec un afflux ininterrompu de messages d'actualité pour rester notoires et être les premiers à rendre publique une certaine information. Naturellement, une grande partie de l'actualité est composée de l'actualité politique, surtout à une échelle internationale.

Un politicien, cherchant à imposer une certaine idée ou à gagner de la notoriété, sait très bien que dans notre temps il faut s'adresser aux bonnes agences de presse pour garantir la plus grande diffusion possible.

S'y ajoutent les réseaux sociaux, phénomène relativement récent du XXI siècle, qui sont la manifestation d'un désir d'exhibitionnisme sociétaire de la population à son paroxysme.

De tels réseaux permettent la création d'un avatar virtuel et de gérer ce qu'on pourrait qualifier de domaine virtuel propre, dans la pure optique de partager toutes les informations, même les plus insignifiantes, avec l'intégralité des gens, qu'on a plus ou moins choisie, pour faire partie de notre <<cercle de confidents>> virtuel.

Il suffit de <<connaître>> quelqu'un sur un réseau social pour voir apparaître, dans sa liste de publications récentes, les bêtises que ce dernier a jugées digne d'être partagées avec autrui. Etant donné que chacun de nous connaît quelqu'un qui connaît quelqu'un, il suffit qu'une personne, qu'on connaît à peine, appuie sur un bouton ou un Link, pour que ce dernier soit également partagé avec la totalité de sa liste de contacts.

Logiquement, un tel outil permet une diffusion instantanée de messages d'ordre politique et les hommes de pouvoir s'en servent pour atteindre les masses. Les personnes d'intérêt public possèdent tout un groupe promotionnel de personnes, dont le travail consiste uniquement à développer et à maintenir la représentation virtuelle de la personne en question, sur tous les réseaux sociaux. Des réseaux tels que Facebook ou Twitter permettent de forger une représentation idéalisée d'une personne et de la projeter vers tout ses contacts, pour ainsi créer une relation de confiance artificielle. Un véritable filtre de la réalité par la vision subjective de l'émetteur.

Qui d'entre nous ne voit pas apparaître, dans son Newsfeed, des messages d'hommes politiques s'exprimant sur des sujets qui ne sont même pas forcément de leur domaine de compétence, mais servent seulement à faire réapparaître dans la conscience commune, qu'un tel personnage existe et qu'il est important?



L'importance de la représentation virtuelle et de l'application du discours politique dans le domaine des réseaux sociaux comme ayant un impact majeur sur les résultats d'élection a même été prouvée dans plusieurs études. Il suffit de regarder le nombre de <<Follower>> (77 millions de personnes) que par exemple Barack Obama possède sur Twitter pour se rendre compte que cette plate-forme à elle seule le relie à plus de gens qu'un article dans un journal écrit.

Similaire à ce qu'on avait déjà évoqué dans les autres paragraphes, disposer d'un medium qui permet une relation avec un énorme nombre de personnes, et ceci de manière immédiate, dans le cas des réseaux sociaux, cache un potentiel d'abus et de manipulation. Vu le grand nombre de gens qui trainent constamment sur ce genre de plate-forme, il faut être extrêmement prudent dans la nature de ses publications, car nombreux sont les exemples d'hommes politiques qui ont su faire un véritable scandale par un simple post mal avisé. Puisque les gens au pouvoir se trouvent constamment scrutés par les yeux du public, il est également possible qu'une simple photo, dans un moment compromettant, détruise toute une carrière, mais on peut également se servir des réseaux sociaux pour produire l'effet inverse. Pensons, par exemple, aux présidentielles aux Etats-Unis, car un personnage tellement polarisant que Donald Trump n'aurait jamais pu autrement réunir derrière sa personne un tel soutien, de la part des électeurs, et finir comme candidat en chef du Parti Républicain. Un prime exemple de manipulation médiatique, car bien que les propos de ladite personne soient souvent contradictoires, l'attention particulière que les médias, et surtout les réseaux sociaux, lui ont portés n'ont finalement servis qu'à le maintenir dans l'intérêt public et par delà lui ont apporté encore plus de votes.

Comme énoncé précédemment, les réseaux sociaux sont un filtre subjectif de la réalité et non pas une représentation directe de celle-ci, et le seul critère de subjectivité prouve déjà que l'ambition principale d'un tel outil est de s'afficher d'une certaine manière et ainsi mener son public à avoir un certain opinion sur soi, tout en atteignant le plus de personnes possibles, qui à leur tour deviennent retransmetteurs du message qu'on a initialement publié.

Pour compléter notre tableau des voies de communication, fourni par le médium de l'internet, il faut évoquer, en dernière instance, les plates-formes de streaming. Youtube, plus que tout autre site, est fréquenté sans interruption par des millions de visiteurs et ainsi peut être considéré comme l'un des sites internet les plus influents du monde entier à l'heure actuel. Une telle plate-forme, qui permet de mettre en ligne des vidéos sur un nombre infini de sujets, est évidemment un moyen idéal pour communiquer et rappeler des sujets d'intérêt politique et par la même les souligner par des exemples visuels en référant à d'autres vidéos, qu'on retrouve sur cette même plate-forme. On pourrait même considérer ces services de streaming comme de véritables chroniques visuelles, car une vidéo, une fois mise en ligne, est à la disposition du monde entier jusqu'à ce que celui qui l'ait publié décide de l'enlever.



Subscribe

Dans le domaine du politique toutefois, une multitude de vidéos sont publiées sur tout sujet et ceux-ci sont considérées comme étant de nature informative sur l'actualité, ce qui fait qu'un propos émis par un politicien ne soit jamais vraiment oublié et par conséquent, ne disparaîtra jamais. En principe, ceci est avantageux, car un homme politique se retrouve alors dans l'impossibilité de nous cacher quoi que ce soit. La nature manipulatrice d'une plate-forme de streaming repose, dans le fait que semblablement aux réseaux sociaux, les vidéos n'engagent pas forcément la véracité de leur contenu et qu'on peut trouver sur tout sujet autant de vidéos, qui l'approuvent et le soutiennent, que des vidéos qui font justement l'opposé. Il est donc possible, en se servant de Links vers d'autres vidéos, qui cherchent à affirmer une même opinion de créer alors une réalité à part où une simple hypothèse peut apparaître comme vérité absolue, en faisant abstraction de tout élément contradictoire.

Ayant maintenant fait le tour des différentes voies d'expression que l'internet peut fournir aux hommes politiques, ainsi que les multiples façons dont celles-ci peuvent être employées à des fins manipulatrices, il est temps de passer au verdict final, en ce qu'il en est de ce médium.

Plus que tous les autres médias qu'on avait vu jusqu'ici, l'internet, de par son échelle globale et son interactivité apparaît comme outil de choix pour mettre en circulation toute sorte de communication politique et atteindre instantanément les masses.

L'information mise à libre disposition, dans l'anonymat de l'internet, crée dans l'esprit des gens la fausse impression de contrôle sur l'avis qui est formé à base des informations trouvées sur le net.

Hélas, passant en revue les moyens d'influence sur l'information recueillie sur les différents sites du web, qu'on a récemment analysés, on ne peut que se rendre à l'évidence que l'internet, plus que tout autre médium, a également le pouvoir de nous convaincre à considérer comme réalité, une construction médiatique tout à fait artificielle, créée dans la seule optique d'influencer les masses.

Il est même ironique que l'outil qui nous permette le plus facilement d'accéder aux informations recherchées, soit également celui qui est le plus propice à la désinformation et la tromperie.

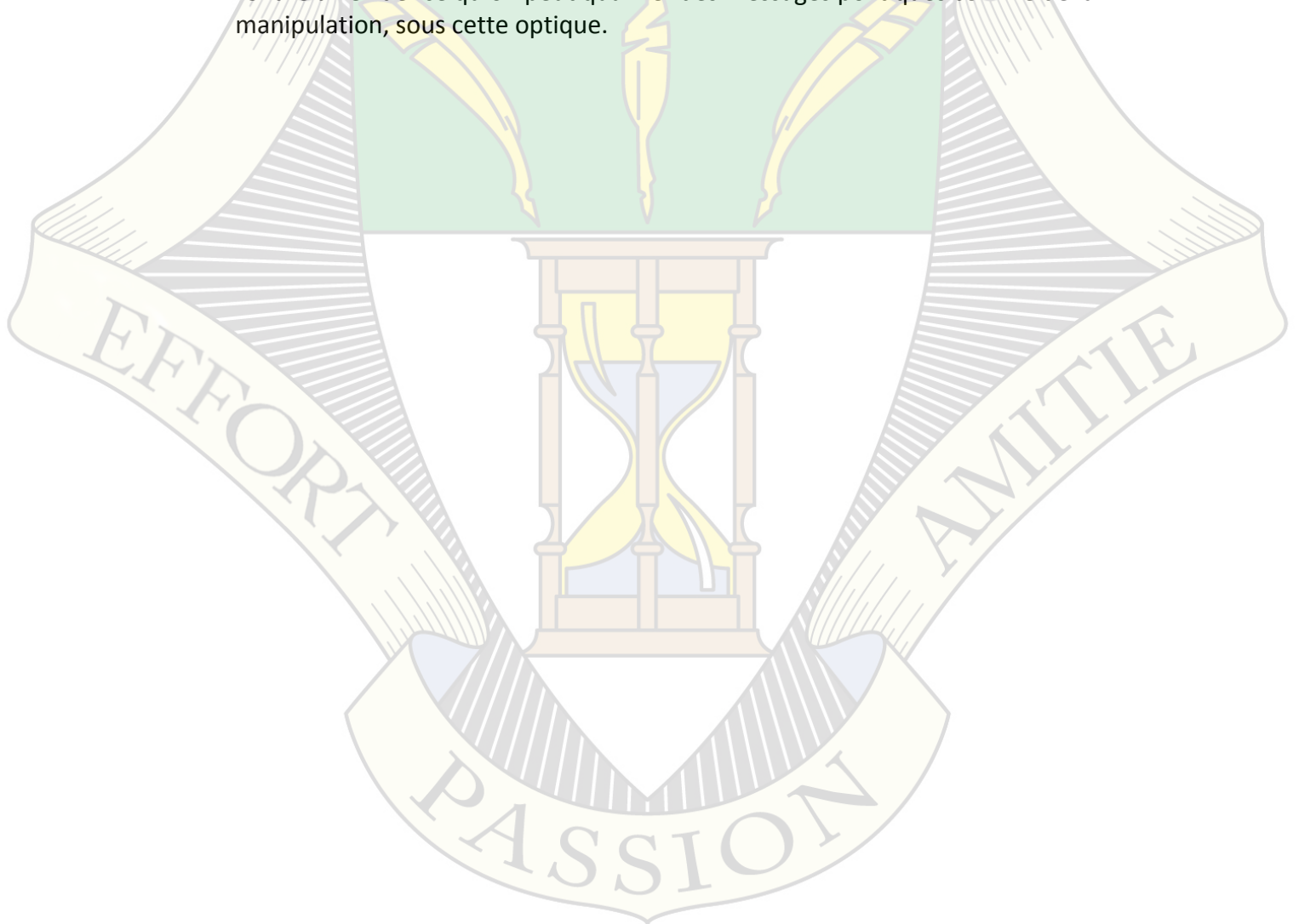
Ayant maintenant fait le tour du paysage médiatique, dont on peut se servir pour faire passer un message de nature politique, il est finalement possible de se forger à une opinion sur le degré de manipulation compris dans les différentes voies de communication.

Le discours en personne est manipulateur dans la mesure où on se sert des facultés de rhéteur d'un politicien, ainsi que de son langage corporel pour convaincre les masses des techniques, qu'on verra de plus près, dans la prochaine partie de cette analyse.

La presse écrite ainsi que les affiches sont trompeuses quant à eux, par le degré d'influence qu'elles exercent sur la démographie ciblée, dépendant des intentions des auteurs.

La radio et la télévision peuvent servir à modifier les opinions publiques de la même manière, mais dans une plus grande envergure, ajoutant au visuel l'auditif, pour mieux guider les électeurs par un rapprochement plus concret à la réalité.

C'est finalement avec l'internet et sa semblance d'encyclopédie universelle qui met à libre disposition une infinité d'informations sous forme de textes écrits, de messages oraux enregistrés, d'images et de vidéos, dont nul ne garantit la véracité, qu'on s'est vu confronté à ce qui constitue actuellement le médium le plus apte à faire passer un message politique et par la même, à manipuler les gens, en combinant tous les facteurs qui ont rendu les voies de communication précédentes aussi efficaces. Confronté à autant de preuves, soutenus par des exemples concrets, que le discours politique possède la faculté d'intervenir et de guider l'opinion des masses, déjà uniquement par le choix des voies de communication, par lesquels il se fait, il faut se rendre à l'évidence qu'on peut qualifier des messages politiques comme de la manipulation, sous cette optique.



...et dirigent le monde.

Après avoir traité les maintes voies, par lesquelles une certaine idéologie est diffusée, il est finalement temps de s'intéresser à la méthode du discours politique.

Cette troisième et ultime partie de notre analyse portera sur les différentes stratégies et tactiques qui sont utilisées par les hommes politiques pour faire passer leurs idées, de manière à ce qu'elles soient reçues, de la façon désirée, par le public ciblé.

Par souci d'être complet dans notre analyse, on englobera non seulement les méthodes langagières mais également physiques et visuelles. On verra de près, à la fois comment et pourquoi, elles sont employées pour déterminer finalement si elles peuvent être qualifiées comme de la manipulation.

Dans un premier temps, il faut faire le tour des multiples techniques verbales de persuasion dont peut se servir un rhéteur politique. S'il est vrai que le visuel joue un rôle très important dans la communication politique, ce qu'on traitera plus tard dans notre analyse, le verbal est l'essence de celle-ci, car il n'y a pas de message véritable s'il n'est pas concrètement exprimé par des mots.

La communication politique est une forme de communication spécialisée aux affaires politiques, qui a généralement pour vocation d'aider, de favoriser ou d'influencer l'opinion publique, la plus part du temps, pendant les élections.

Pour ne pas être pris au dépourvu et de parvenir la peur de ne pas trouver les bons mots, les hommes politiques doivent se préparer et apprendre à communiquer de manière sophistiquée, afin de convaincre leur public. C'est pourquoi il existe de différents niveaux de communication politique.

La communication verbale est émise par la parole et comporte des mots d'un langage défini. Elle est utilisée pour exprimer une idée, un besoin, un désir, ou dans le cas de la politique, pour présenter des idéologies, un parti ou soi-même.

Les hommes politiques s'entraînent donc à bien articuler pour assurer qu'ils soient bien compris et parlent au présent pour être dans l'action et de susciter l'envie ou l'intérêt. Ils doivent également surveiller le choix des mots, appartenant à des registres lexicaux visuels, auditifs ou kinesthésiques, pour ensuite compléter par le ton de la voix aligné.

La manière de procéder à ceci peut être subdivisée en différents faits de langue et comportements, dont la plus grande partie possède même un nom propre.

Etant donné le grand nombre et les variations des techniques d'orateur disponibles, il est quasiment impossible de tous les inclure dans notre analyse, sans dépasser les limites imposées à celle-ci, mais on essaiera de notre mieux pour traiter les plus usagères et dresser un tableau assez complet afin de se former une opinion informée sur ce sujet.

« Rien ne me semble plus beau que de pouvoir, par la parole retenir l'attention des hommes assemblés, séduire les intelligences, entraîner les volontés à son gré en tous sens. »

-Cicéron, De Orato

En première instance, la stratégie de la diversion est une technique extrême, elle consiste à détourner des changements politiques et économiques ou des problèmes importants, de la population, en la bouclant avec une surdose de divers distractions et d'informations insignifiantes pour les garder occupé sans aucun temps pour penser et de garder le public distrait, loin des véritables problèmes sociaux, notamment pour qu'ils ne mettent pas en cause les actions prises dans les domaines, lesquels le politicien cherche à voiler.

Essentiellement, il s'agit d'inonder son public par des informations de toute nature, autre que celle du problème qu'on essaye de cacher et de faire en sorte que les gens soient tellement préoccupés par les thèmes évoqués, que cela requiert toute leur attention. Ainsi on procède à une hiérarchisation des problèmes d'actualité en mettant l'accent intégralement sur un sujet de moindre importance, afin de le faire paraître beaucoup plus important et de cette manière faire descendre le sujet qu'on veut éviter dans cette même hiérarchie. Les gens à leur tour concèdent et acceptent la hiérarchie des sujets d'actualité que le politicien leur impose, car ils considèrent ce dernier comme expert désigné dans la matière, qui a été élu pour agir dans leur intérêt et par delà cherche toujours à porter l'attention principalement sur les problèmes les plus urgents.

La stratégie de la diversion trouve son application dans toute sorte de communication politique, surtout en temps de crise, par un déferlement de discours, d'interviews, même de notifications médiatiques et par la même l'exclusion totale des thèmes précaires dans ces communications. Si cela ne fait pas disparaître l'urgence des sujets évités, on les bannit tout de même de l'esprit de la population qui n'est pas immédiatement impactée par ces problèmes et ainsi donne aux politiciens plus de temps pour intervenir dans la matière, si des solutions concrètes font défaut.

Un exemple parfait serait le conflit israélo-palestinien, qui dure depuis des décades, mais qui fait rarement son apparition dans plus qu'une anecdote dans des infos d'actualité. Ainsi, la violence qui y a lieu quotidiennement semble presque aussi peu importante que de la naissance d'un bébé panda dans le Zoo d'Antwerpen.

Clairement, le fait de détourner l'attention d'un sujet relève du domaine de la manipulation, indépendamment des intentions par lesquelles cela se fait, qu'il soit dans l'optique de garder le calme au sein de la population lors de situations difficiles ou pour cacher des erreurs politiques commises par ceux qui cherchent à les voiler.

Deuxièmement, la stratégie du <<choc>> et de la <<solution>> est similaire à la stratégie de la diversion et pourrait même être qualifié comme une sous-catégorie de celle-ci. Il s'agit de d'abord créer un problème, un souci ou une crise, ou bien de donner d'avantage d'importance à un problème déjà existant, par exemple une crise économique ou même de créer un sentiment de guerre pour alors déclencher une réaction de panique au sein de la population. Par la suite, cette dernière est présentée à certaines mesures (souvent de sécurité) qu'on leur a proposées comme solution idéale pour remédier à la situation. Ainsi, les mesures proposées se font adopter grâce au soutien majoritaire d'une masse inquiète, que ce soit par la voie d'un référendum ou par l'absence d'opposition aux actions proposées.

En principe, on procède à un rétrécissement du champ d'actions possibles pour remédier à un problème dans l'esprit des gens, en profitant d'un effet d'inquiétude générale, suscité par des messages politiques, qui s'oppose à une vue objective et fait appel à notre instinct primitif de survie. La peur est un instrument puissant, car le fait de perdre son objectivité nous rend plus facilement influençables.

Par conséquent, le public est une proie facile pour un leader politique qui semble avoir la solution, tout en agissant dans l'intérêt public. Un politicien saurait même en tirer profit pour augmenter sa popularité auprès des électeurs, en apparaissant comme le sauveur dans un moment difficile, ce qui engendre une confiance accrue en sa personne.

Les voies par lesquelles cette technique est appliquée dans la communication politique sont les mêmes que pour la diversion.

Adolf Hitler, ayant été un démagogue habile, a amplement usé de cette technique en présentant les juifs comme source de tous les maux de la population allemande, créant un énorme ressentiment envers ces gens, qui finalement a abouti dans l'ascension d'Hitler au pouvoir.

Encore une fois, il s'agit d'une technique qui est évidemment manipulatrice, que ce soit dans l'intention d'accélérer la prise d'action dans un certain domaine avec le soutien des électeurs, ou bien pour faire adopter plus facilement des mesures qui sont dans l'intérêt du politicien plutôt que de contribuer au bien-être de la population.

Continuant par la stratégie du différé. Celle-ci consiste à tromper les gens d'une façon assez sournoise, en les faisant approuver une application, laquelle persistera, peut-être, dans le futur. Les hommes politiques savent bien qu'il est plus facile d'obtenir l'accord pour un sacrifice qui aura lieu dans le futur qu'un sacrifice immédiat.

Lorsque la population est demandée son accord sur un fait qui pourrait se dérouler dans le temps, cela montre de la prévenance et de la prévention parvenant de leurs leaders, qui, en réalité, souhaitent créer un sentiment d'appartenance et d'importance auprès du peuple, pour facilement pouvoir imposer les lois qu'ils désirent avoir.

La population a confiance en leur leader et ne doute pas que ce dernier veille au bien-être de ses supporters, c'est pourquoi elle espère naïvement que le futur remportera le bonheur et que le sacrifice demandé pourra être évité.

La stratégie du différé est souvent trouvée lors de discours au sujet de changements majeurs, de lois par exemple, ou lors des campagnes électorales, quand les hommes politiques cherchent à assurer leur place au pouvoir. Cette stratégie nécessite une certaine confiance venant du peuple ou/et une bonne persuasion du côté des hommes politiques. Donc le discours politique tout court est à la hauteur pour une diffusion assez irrécusable. On part du principe qu'une solution à court terme, bien qu'elle puisse entraîner des conséquences néfastes dans le futur, est préférable à un projet à long terme, étant donné qu'elle apporte une satisfaction immédiate de la part de la population. On ne peut réfuter que la rapidité des mesures mises en application pour remédier à des problèmes d'ordre public est en relation directe avec la confiance des électeurs, et ainsi va de pair avec une consolidation du pouvoir de l'homme politique qui l'a suggérée.

Un exemple d'ordre actuel serait le changement climatique. Des conférences sur ce sujet se font annuellement, mais la majorité des résolutions prises pendant ces conférences n'apportent que des solutions aux conséquences du changement climatique en cours, plutôt que d'oeuvrer à mettre en place une ligne de conduite concrète pour réduire l'impact de l'homme sur son environnement. Pensons donc aux amendes imposées aux pays qui dépassent le seuil de CO₂, qui seraient un début de solution, si on ne permettait pas aux pays de revendre une partie de leur production de CO₂ permise à d'autres pays. Il ne faut pas oublier non plus que des sanctions financières n'améliorent pas directement le climat, mais qu'il faut alors investir l'argent ainsi recueilli dans des projets qui visent la protection de notre planète, plutôt que des projets d'intérêt national.

Confronté à de telles preuves, on ne peut que conclure que la stratégie du différé est une forme de manipulation qui, en opposition à d'autres techniques, est principalement employée pour servir l'intérêt personnel du politicien de consolider sa position de pouvoir, en gagnant la confiance du peuple par des mesures qui apportent de la gratification immédiate au détriment de mesures qui seraient plus efficaces à long terme, en différant les conséquences des actions réalisées et laissant aux successeurs politiques le devoir de redresser les erreurs commises.



Ensuite passant à une nouvelle forme de discours politique, le <<Storytelling>> ou la <<communication narrative>>.

A vrai dire, c'est l'art de raconter des histoires pour vendre quoi que ce soit. C'est devenu une nouvelle forme de propagande ou une technique de communication, utilisé par des leaders politiques pour facilement faire appel au côté sentimental de leur public, en les persuadant par une belle histoire personnelle.

Dans ce processus, les hommes politiques créent une nouvelle personne politique et vendent leurs histoires, souvent inventées, pour obtenir un meilleur discours avec un public convaincu, car << Une bonne histoire vaut bien un bon discours >>.

Ainsi, l'histoire doit faire passer un message avec un point de vue clairement identifiable, ce qui crée une communication directe entre le leader et son public. Le fait de raconter une histoire personnelle, qu'elle soit vraie ou inventée, sert également à convaincre le public sur une base sentimentale et identifiable, car en racontant quelque chose qu'ils ont survécu dans leurs vies privées, ils font à nouveau appel aux cordes sensibles de la population. On procède à une édification d'idoles sous la forme de leader politique qui prennent une nature d'héros mythiques, comme les héros d'une épopée d'Homer, un véritable culte de la personne, qu'on retrouve toujours dans des régimes dictatoriales. Pensons par exemple, à Staline et la propagande qui l'entourait pour en faire un héros de l'homme simple, un Chef d'Etat au service du simple fermier.

Le but principal est donc la création de l'émotion et de la sympathie, sous forme de sentiments d'appartenance et de compassion, pour convaincre et finalement faire adhérer le public à son idéologie.

Pour s'assurer que l'histoire n'obtienne pas de lacunes et que le discours soit parfait, il existe des groupes de PR (focus groupes) qui écrivent ces histoires d'abord et les approuvent ensuite pour trouver la bonne distance. Ces histoires contiennent majoritairement une sorte d'héro (masculin), lequel doit parcourir des obstacles pour ensuite arriver à son but et <<sauver son pays>>. Cela nous fait penser à un conte de fée qu'on raconte aux enfants, mais dans ce cas c'est les leaders politiques qui utilisent une telle astuce pour nous emmener dans un état de non-rationalité, aveuglés par l'admiration que la narration des histoires a fait naître dans l'audience.

Comme un exemple extrême de la mise en application de cette technique, on peut évoquer la doctrine nazie. On a pu assister à un véritable détournement, à la fois de la mythologie nordique et des idées philosophiques de personnages illustres, comme Nietzsche, pour justifier un sentiment de supériorité et de race.

En guise de conclusion, il est donc légitime de qualifier la technique du <<Storytelling>> comme de la manipulation pure et simple. Similaire à la technique du différé, cette méthode vise principalement l'édification d'un personnage ou d'un parti politique, comme saveur et idole auquel il faut aspirer. Un culte de la personne n'est jamais au service des gens, mais plutôt de l'égo et des ambitions d'hommes politiques, qui cherchent à s'imposer et à former la société selon leurs désirs et non selon les besoins de leur peuple.

Une autre stratégie serait celle de la conformisation sociétaire. On part du même principe que pour la technique énoncée précédemment, sauf que l'accent est mis sur une représentation du citoyen idéal et non la glorification d'un leader. Il est donc superflu de répéter la manière de laquelle cette technique se fait. Concentrons nous donc sur les points dans lesquels la stratégie de la conformisation sociétaire diffère de celle du <<Storytelling>>. La différence principale consiste dans le fait qu'on ne veut pas imposer un personnage comme héros du peuple, mais que c'est le peuple en soi, qui est représenté. Une idéalisation du citoyen parfait et docile qui accepte les propos des politiciens, sans les remettre en question, qui contribue au bien-être et au bon fonctionnement de la société dans laquelle il vit, par ses efforts comme par ses contributions financières et ainsi mérite la direction et la protection bienveillante de son gouvernement. Concrètement dans le discours politique, on représente le peuple comme si la majorité était de cette nature et par delà, formaient la norme à laquelle ceux qui ne correspondent pas devraient se conformer. On procède de manière indirecte à une véritable culpabilisation de l'individu qui s'oppose à un idéal qui lui est imposé par son gouvernement. Un sentiment d'appréciation de la part de son gouvernement et d'unité nationale est né dans l'esprit des gens, qui acceptent et adhèrent à cette norme, tandis que les gens qui diffèrent de la norme, se voient confrontés à une antipathie de la part des gens <<normaux>>. Cela peut facilement être exploité pour marginaliser et exclure certaines parties de la population, non désirées par le gouvernement au pouvoir.

Sur un plan émotif, on fait appel aux sentiments de la personne ciblée, permettant d'avoir accès à leur inconscient pour y implanter des idées, des désirs, des peurs ou des comportements spécifiques et ainsi éviter que l'individu pense rationnel et perd le regard critique, par conséquent.

On avait déjà dit que l'émotion de la peur nous fait perdre notre capacité de regarder objectivement et que cela nous rend plus facilement influençables, c'est de même avec toute autre émotion. Lorsqu'on est en rage contre un homme politique, quoi que soit la raison, ou qu'on l'admire et se sente attiré par lui, cela nous fait perdre notre objectivité, car on n'aperçoit la personne non plus pour ce qu'elle est vraiment mais seulement à travers nos lunettes sentimentales qui nous font juger les gens en fonction de notre émotion, sans aucune objectivité. D'après cela, si on veut contrôler les masses, il faut contrôler leurs sentiments.

Les voies de diffusions sont les mêmes que pour les autres techniques et ne nécessitent donc pas d'être répétées.

Pour expliciter cette technique, on peut rester dans le cadre du nazisme, étant donné que leur idéologie prônait la supériorité de la race aryenne, et qu'on représentait explicitement les caractéristiques qui correspondaient à cet idéal, tout en y opposant les races qu'on considérait comme inférieurs.

Concluons donc que la technique de la conformisation sociétaire est de la manipulation, à un double degré, puisqu'elle ne sert pas uniquement à créer un faux sentiment d'unité, mais fait faire abstraction de leur vue objective à la population, car celle-ci se préoccupe de correspondre à un idéal imposé par les politiciens, plutôt que de se demander si les hommes politiques, qui émettent ces idées, correspondent aux attentes du peuple.

Pour compléter le tableau, des techniques de manipulation verbales, il faut prendre en considération encore un dernier élément qui contribue au succès de toutes ces techniques, l'éloquence et la tonalité du rhéteur.

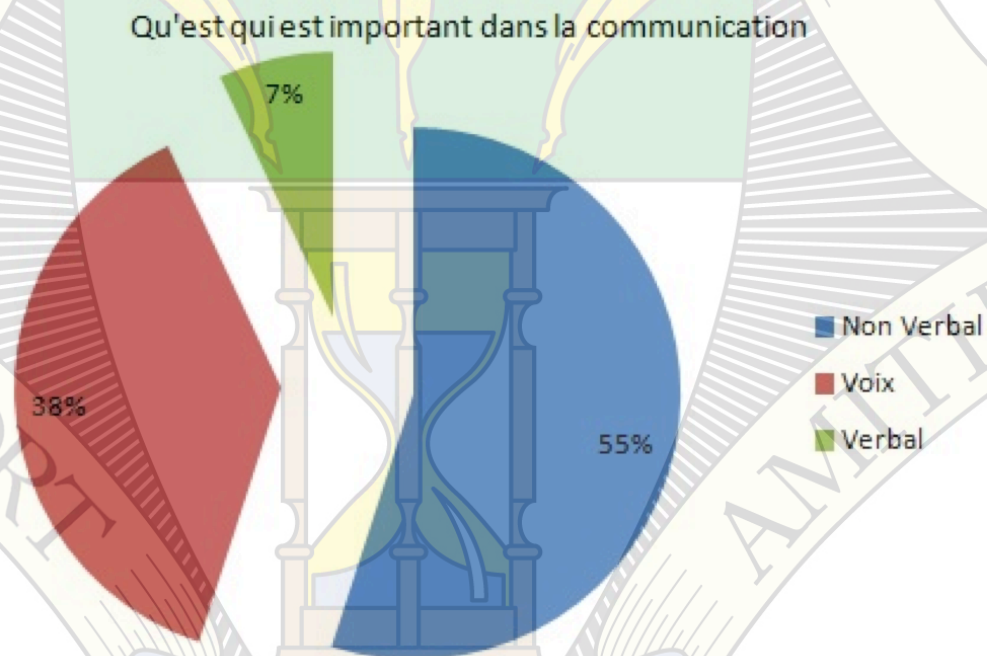
Si le contenu et les techniques pour arriver à une certaine fin sont parfaitement alignés pour mener à une transmission efficace d'un message politique, la réception de ce même message dépend encore fortement des capacités de l'émetteur. Il faut savoir parler de manière convenable, prononcer correctement son discours, et enchanter le public par une tonalité appropriée au message. Si les deux premiers facteurs, qu'on vient de citer, sont un prérequis pour tout orateur politique, le troisième facteur, celui de la tonalité appropriée est plus difficile à maîtriser, mais également le plus important pour être convainquant. Il ne faut pas négliger l'impact de la manière dont un message est prononcé sur sa réception, surtout au niveau subconscient. Il faut savoir que la façon de prononcer une communication politique peut complètement changer l'effet produit par celle-ci.

Il suffit de tenir un discours sur un sujet d'une grande importance, mais dans une tonalité monotone, pour que le message, et par delà le sujet, soit reçu avec moins d'intérêt par l'interlocuteur, et ainsi descend dans l'hierarchie des priorités.

De la même façon, on peut tenir un discours sur un sujet de moindre importance mais dans un ton engageant pour profiter d'une attention accrue de la part de la population et rendre ce sujet important sur un niveau subconscient. Il est scientifiquement prouvé que les gens retiennent et prennent en considération, plus facilement, des propos qui sont émis dans un ton enthousiaste et euphorique.

Si on compare un discours de Barack Obama sur les affaires internationales, surtout en matière de guerre, à un discours d'Angela Merkel sur la situation agricole de son pays, l'importance du ton est nettement mise en évidence.

On peut donc conclure que sur un plan langagier, même l'élocution du message devient de la manipulation dans une certaine mesure.



Si la communication verbale est l'essence du discours politique, la théorie scientifique de la communication préconise que ce qu'on dit ne fait qu'une partie mineure du message qu'on veut énoncer. La manière de le dire joue déjà un rôle plus important, car elle impacte fortement la réception du message. Mais encore plus important que le dit et l'élocution, est le non-verbal.

Le domaine de la communication non-verbale est assez vaste, car il comprend beaucoup d'éléments différents. Le non-verbal est constitué de gestes, de l'attitude, de symboles, des expressions faciales et des mouvements corporels, ainsi que tout le support audiovisuel qui a fait l'objet de la deuxième partie de notre analyse. Il s'agit d'un amalgame de toutes les interactions interpersonnelles qui n'ont pas recours à l'usage de mots.

L'un des aspects le plus importants de la communication non-verbale est le langage corporel. C'est un terme qui regroupe les gestes de l'orateur, la posture et les expressions faciales. Le facteur du langage corporel est primordial, principalement lors de discours politiques, car des gestes expressifs permettent de souligner ce qui est dit verbalement, étant donné que le fait de faire un mouvement apporte instantanément une attention accrue et ainsi résulte dans le fait que la phrase exprimée, en concordance avec le geste, devienne plus mémorable.

Un exemple, bien qu'un peu risible, est de s'imaginer un député italien en train d'exprimer son mécontentement, lors d'une session de Chambre.

La posture quant à elle, joue un rôle similaire mais moins spécifique à un moment précis de l'élocution, car elle traduit, dans une certaine mesure, l'attitude générale de l'orateur quant au sujet traité. On peut distinguer entre une posture défensive, offensive, mécontente ou encore accueillante. L'état d'esprit qui se traduit ainsi, peut subconsciemment influencer le public, qui a tendance à adopter la même position face à un sujet.



Encore plus que la posture, les expressions faciales jouent un rôle essentiel dans la communication par le langage corporel. Une expression faciale est toujours considérée comme traduction directe de l'état d'esprit de la personne en question. Il suffit de faire référence au métier d'acteur pour voir à quel point un visage peut être expressif et communiquer d'innombrables opinions et positions, face à une situation concrète. Il est intéressant de faire cette analogie avec un acteur, puisqu'il s'agit de contrôler consciemment ses expressions faciales pour simuler un certain état d'esprit. Une expression faciale peut donc être trompeuse et servir à guider activement une audience dans une certaine direction. Plus globalement, on peut se servir de toutes ces actions que comprend le langage corporel, pour mener son public à recevoir un message exprimé verbalement d'une certaine manière, au niveau subconscient.

On pourrait donc parler d'une technique de manipulation active et visuelle, si l'orateur sait utiliser son langage corporel de manière intentionnelle et dans l'objectif d'en user comme moyen de persuasion.

Un deuxième facteur essentiel, à la communication non-verbale, est la présentation visuelle du rhéteur et du discours en soi.

En première instance, il faut évoquer, ce qui est devenu tout naturel pour un politicien, mais reste tout de même un facteur crucial au succès de son discours, une tenue vestimentaire qui correspond à l'occasion. En l'occurrence, il s'agit dans le contexte de la communication politique du fait de porter un costume et une cravate. Cette sorte de tenue, à travers le temps, est devenue un synonyme d'importance et de pouvoir exhibée. Qui pourrait réfuter, que la réaction des masses face à un homme en costume est différente de celle face à quelqu'un tenue de rue.

C'est principalement grâce à la coutume et aux médias qu'on attribue aux gens habillés de manière <<sérieuse>>, une sorte de dignité et d'autorité. La tenue parfaite donc, pour conférer de l'autorité politique et être pris au sérieux par son public. Dans le domaine de la politique, on assiste même à une attention pédante à la manière de s'habiller, du fait que la majorité des politiciens accordent même la couleur de leurs habits à la couleur de leur parti politique respectif.

Il n'est pas par hasard qu'on voit notre Premier Ministre actuel fréquemment habillé en bleu (DP), par exemple.

Dans une certaine mesure, on pourrait donc même considérer la façon dont un homme politique s'habille, comme de la manipulation, étant donné que cela est fait par soucis de paraître sérieux et capable.



Hélas, les outils complémentaires visuels, à la communication politique, ne se limitent pas seulement à l'apparence des hommes politiques en soi.

Un message politique, principalement sous forme de discours, est toujours entouré d'une multitude de supports médiatiques, qui servent d'outils supplémentaires de persuasion. Parmi ces outils, le plus important est évidemment le support visuel par un grand écran qui permet de diffuser des vidéos de nature politique, dont l'impact à déjà était expliqué dans la deuxième partie de notre analyse, ou encore d'ajouter une aide visuelle au discours parlé, par une présentation PowerPoint, qui permet de présenter à son public des statistiques pour souligner la scientificité des propos émis ou d'amplifier l'importance de certains commentaires par une image, qui sert alors de représentation visuelle de cette même idée, un principe qu'on avait également traité dans la deuxième partie de notre analyse.

Un troisième et dernier outil visuel, qu'on retrouve fréquemment lors de discours politiques, serait le pamphlet du parti politique représenté. On le distribue aux gens avant même que le discours ne commence, ou le pamphlet se trouve déjà sur toutes les chaises, mises à disposition du public. Ces pamphlets contiennent normalement un bref résumé des ambitions politiques du parti politique respectif et englobent brièvement les points qui seront discutés sur scène. C'est avec une certaine ironie, qu'on pourrait comparer ces pamphlets aux programmes donnés aux gens, avant une pièce de théâtre.

Si on s'est focalisé sur les supports visuels, car plus prépondérants pendant un discours politique, il ne faut toutefois pas oublier qu'il existe également un outil auditif, qui ne relève pas de la communication verbale. Ce facteur, même s'il ne joue pas un rôle essentiel à la transmission du message, sert tout de même à amplifier quelque peu le degré de réception par le public. Il s'agit évidemment de la musique en arrière-plan. Il est indubitable que la musique possède la faculté d'influencer l'état d'esprit de celui qui l'écoute. Ce n'est donc pas étonnant qu'on souligne les propos d'un message politique, par une musique qui suscite subconsciemment un état d'esprit propice à la bonne réception de celui-ci.

Un exemple parfait de ce procédé seraient les discours du Président des Etats-Unis, ou encore de tout autre Chef d'Etat, qui sont toujours accompagnés de l'hymne nationale respective pour faire naître un sentiment de patriotisme et fierté, dans le cœur des gens qui l'écourent.

La musique est, comme on l'avait déjà énoncé, un outil pour influencer subconsciemment l'audience, et par delà peut être employé comme moyen de manipulation.

Ayant maintenant vu, toutes ces différentes techniques employées dans la communication politique, on pourra finalement se permettre de juger, sur le degré de manipulation contenu dans les méthodes, par lesquelles le discours politique se fait. On avait vu toute une pléthore de faits de langue, passant de la stratégie de la diversion, qui vise à détourner l'attention du public, à la stratégie du <<choc>> et de la <<solution>>, qui se contente de créer des problèmes à redresser pour imposer certaines mesures, ensuite la stratégie du différé, qui consiste dans le fait de favoriser des solutions à court terme pour augmenter le niveau de popularité d'un politicien, ainsi que le <<Storytelling>>, ce qui est essentiellement une édification d'idoles, la stratégie de la conformisation sociétaire, qui impose une certaine attitude à la population, et finalement l'éloquence et la tonalité du rhéteur en soi. Par la suite, on s'est intéressé aux supports audiovisuels méthodiques qui contribuaient à faire passer les messages communiqués de la manière intentionnée, le langage corporel et sa faculté à faire croire à un certain état d'esprit de l'orateur, les aides visuels sous forme de vidéos et d'images, les pamphlets politiques et même la musique en arrière-plan, pour voir que ces facteurs jouent également un rôle dans la méthode du discours politique, augmentant le pouvoir de persuasion de celui-ci.

Le sujet principal de notre analyse étant de juger si le discours politique est manipulateur, la réponse est assez évidente si on s'intéresse à la méthode de celui-ci. Une méthode est un terme qui en soi est défini comme outil de toute nature cherchant à provoquer une finalité prédéfinie. Ce terme à lui seul implique déjà dans une certaine mesure de la manipulation. Cette très longue troisième partie de notre analyse est bourrée de preuves que la communication politique, du moins par sa méthode, est essentiellement de la manipulation, sans pour autant juger de l'intention par laquelle elle se fait.

Notre analyse étant essentiellement complète, il est tout de même intéressant de consulter également l'avis de personnes immédiatement implicites au sujet de la communication politique, deux hommes politiques du Luxembourg. A cette fin la partie personnelle de ce mémoire consiste dans des interviews sur notre sujet avec Monsieur Marc Angel de la <<Lëtzebuerger Sozialistescher Aarbechterpartei >>, Membre de la Chambre des Députés depuis 2004 et Monsieur Serge Wilmes de la <<Chrëschtlech Sozial Vollekspartei>>, également Membre de la Chambre des Députés de Luxembourg.

PARTIE PERSONNELLE

INTERVIEWS

Questions adressées à Marc Angel (LSAP), Membre de la Chambre des Députés depuis 2004 :



1. Quel a été votre premier contact avec le discours politique et comment cela vous a-t-il influencé à vous engager politiquement?

Comme je suis né dans une famille politisée, mon père était politicien lui-même. J'étais très tôt en contact avec le discours politique et avec la politique tout court, et bien sûr cela m'a influencé. Quand on a un père qui donne beaucoup, qui s'engage beaucoup, on a envie de continuer. Peut-être que j'ai choisi le chemin de la politique par amour à mon père, pour continuer ce qu'il a commencé.

2. Comment vous êtes-vous approprié vos talents d'orateur?

Ha... Est-ce que j'ai des talents d'orateur ? Franchement je ne sais pas si je possède un vrai talent, mais dans ma profession de politicien il faut tenir beaucoup de discours donc je suis souvent orateur mais j'essaye toujours de rester moi-même. Je pense qu'il ne faut pas parler comme une machine, il faut rester authentique. Bon voilà, je ne sais pas si cela est un talent mais j'essaye toujours de rester authentique et de rester moi-même. Il faut croire à ce qu'on dit, de cette manière il y a un côté authentique qui sort, et à mes yeux, je trouve que c'est très important.

3. Comment définissez-vous la communication politique?

De définir la communication politique est très difficile, car elle se passe à plusieurs niveaux. Un facteur important de la communication politique est le niveau personnel, être proche des gens et communiquer avec eux. C'est un aspect qui me semble assez important et que, moi personnellement, j'aime bien faire. Après il y a le niveau de la communication avec la presse officielle, de travailler avec des relations, les médias sociaux se sont ajoutés également. Mais... Souvent on parle beaucoup, mais on oublie de communiquer. J'ai un assistant qui dit toujours <<Tu Gutes und sprich davon>>. Bon pour revenir à la communication politique, je trouve que ce n'est pas évident de la définir.

4. Qu'est-ce qui caractérise un bon communicateur politique d'après vous?

Il faut être clair, précis, finir ses phrases et ne pas vouloir passer trop de messages en une fois. Bien sûr aussi être honnête et authentique, ce qu'on a dit au début.

5. Quels sont vos moyens de communication préférés?

En fait, j'aime bien les conférences de presse assez classiques, car on peut présenter quelque chose et après quelqu'un peut quand-même le remettre en question. De cette façon il est possible d'avoir un dialogue, une discussion. Oui, j'aime bien les communiqués de presse et bien sûr Facebook.

6. Pensez-vous que pendant votre campagne électorale l'utilisation des médias sociaux a joué en faveur de votre résultat ?

Bon ce que j'ai remarqué chez les médias sociaux c'est que les gens s'intéressent et réagissent plutôt aux photos privées ou des photos de ce qu'on fait. Les messages politiques sont souvent ignorés par les gens. Donc, les médias sociaux m'ont aidé dans une campagne électorale, en ce qui concerne le facteur de sympathie mais au niveau de la compétence ou du message politique, je ne pense pas qu'ils peuvent aider beaucoup.

7. Pensez-vous qu'en général la communication politique est un moyen de manipulation? Si oui, est-ce à considérer comme plutôt positif ou négatif ? Pourriez-vous illustrer votre réponse à l'aide d'un ou de plusieurs exemples?

Bien sûr la communication politique peut être un moyen de manipulation, on le voit très bien avec la montée du populisme en Europe, avec la discussion sur le Burkini. Cet été a bien montré, faire peur aux gens, manipuler les gens et les pousser à devenir islamophobes, peut être un moyen de manipulation et même un moyen assez dangereux. Bon, je viens de citer un exemple de manipulation négative, mais je trouve que le mot <<manipulation>> est toujours un terme négatif et c'est difficile de trouver un exemple qui prouve le contraire. Mais je pense que si la communication politique est honnête et authentique, et qu'on ne manipule pas, les gens se font leur propre image et remarquent que cette communication n'est pas de nature manipulatrice. Néanmoins, si on veut manipuler et qu'on n'est plus honnête, alors oui, elle peut parler de manipulation. Ma conception de communication politique est <<honnête et authentique>>, ce qui ne rime pas avec manipulation. Je pense, que si un politicien est malhonnête et ne pense qu'à lui-même et au pouvoir, la population va le remarquer, car elle n'est pas bête, et l'homme politique ne sera pas réélu. Les électeurs ont quand-même assez de jugement pour remarquer si quelqu'un colle au pouvoir et manipule.

Questions adressées à Serge Wilmes (CSV), Député du Grand-Duché du Luxembourg :



1. Quel a été votre premier contact avec le discours politique et comment cela vous a-t-il influencé à vous engager politiquement?

Honnêtement je ne me rappelle plus la première fois que j'ai entendu un discours politique. En tout cas, ce n'est pas un discours politique qui m'a motivé à m'engager politiquement mais plutôt une motivation intrinsèque, le sentiment que si l'on veut changer quelque chose, il ne suffit pas de critiquer mais qu'il faut s'engager.

2. Comment vous êtes-vous approprié vos talents d'orateur?

Depuis toujours j'ai une certaine aisance oratoire que j'ai néanmoins essayé d'améliorer au fil des années en m'appropriant des techniques rhétoriques.

3. Comment définissez-vous la communication politique?

Comme l'art d'expliquer des contenus complexes avec des mots simples qui tiennent cependant compte de la complexité des sujets politiques.

4. Qu'est-ce qui caractérise un bon communicateur politique d'après vous?

Qu'il sache justement communiquer de manière compréhensible sur des sujets compliqués sans jamais tomber dans le simplisme ni d'ailleurs dans le populisme.

5. Quels sont vos moyens de communication préférés?

Les débats politiques et le contact direct avec les électeurs.

6. Pensez-vous que pendant votre campagne électorale l'utilisation des médias sociaux a joué en faveur de votre résultat ?

Sincèrement, non. Je pense qu'au Luxembourg, vu la taille du pays, les réseaux sociaux ne vont jamais avoir le même impact au niveau de la communication politique comme dans des grands pays comme la France, l'Allemagne ou encore les États-Unis. Les médias traditionnels comme les journaux, la radio et la télé ainsi que le contact direct avec les électeurs continueront à servir de principal vecteur pour communiquer sur des sujets politiques.

7. Pensez-vous qu'en général la communication politique est un moyen de manipulation?

Non, je ne le pense pas. En tout cas pour moi, la communication politique sert à convaincre les électeurs par la force des arguments et non pas à les manipuler au détour de phrases réductrices. Cependant, comme toute forme de communication, celle qui se dit politique peut-être utilisée à des fins de manipulation.

Si oui, est-ce à considérer comme plutôt positif ou négatif ? Pourriez-vous illustrer votre réponse à l'aide d'un ou de plusieurs exemples ?

Pour moi, toute manipulation est négative puisqu'elle se sert de demi-vérités afin de tromper autrui.

Ainsi, le désormais ancien député européen britannique Nigel Farage a fait croire à une majorité d'électeurs britanniques, qu'en cas de sortie de l'Union européenne, les 430 millions d'euros qu'il estimait que le Royaume-Uni donnait chaque semaine à Bruxelles, seraient reversés à la Sécurité sociale britannique. Quelques heures après la victoire du Brexit, Nigel Farage a laissé entendre que cette promesse était irréalisable. C'était donc clairement de la manipulation politique.



CONCLUSION

Après avoir maintenant consacré une partie assez étendue de temps à analyser le discours politique sous tous ses aspects, commençant par les politiciens qui sont à l'origine de cette sorte de communication, pour ensuite passer aux différentes voies par lesquelles les messages politiques sont diffusés avant de finalement s'intéresser à la méthodologie même du discours politique, en y ajoutant même l'opinion de deux personnes qui se servent de la communication politique dans leur vie professionnelle, on peut enfin se permettre de conclure sur la thématique de notre analyse, qui est si le discours politique peut être considéré comme de la manipulation.

Afin de pouvoir se former une opinion informée et objective quant à cette thématique, une subdivision en trois parties nous a permis de nous approcher des trois aspects dont est composé le discours politique, indépendamment les uns des autres, et de conclure sur le degré de manipulation compris dans chacune des trois grandes facettes.

Le premier aspect sous lequel on s'est approché du sujet, était le <<Qui>>.

On s'est intéressé à la nature de l'homme politique et des raisons pour lesquelles il peut se servir du discours politique. Dans cette optique, on a trouvé que la communication politique n'était pas exclusivement de la manipulation mais dépend des intentions de l'émetteur, ce que notre interview, dans la partie personnelle, a même confirmé.

Le deuxième angle sous lequel on s'est approché du sujet, était le <<Où>>.

On s'est intéressé aux multiples voies de communications dont dispose un politicien pour diffuser ses messages et si ces outils de communications peuvent être des outils de manipulation. Après une analyse complète des médias utiles à cette sorte de communication, on avait trouvé que le simple choix des différentes voies peut déjà être de la manipulation, si le choix est fait dans cette intention.

En troisième instance, on s'est finalement approché du sujet par le <<Comment>>.

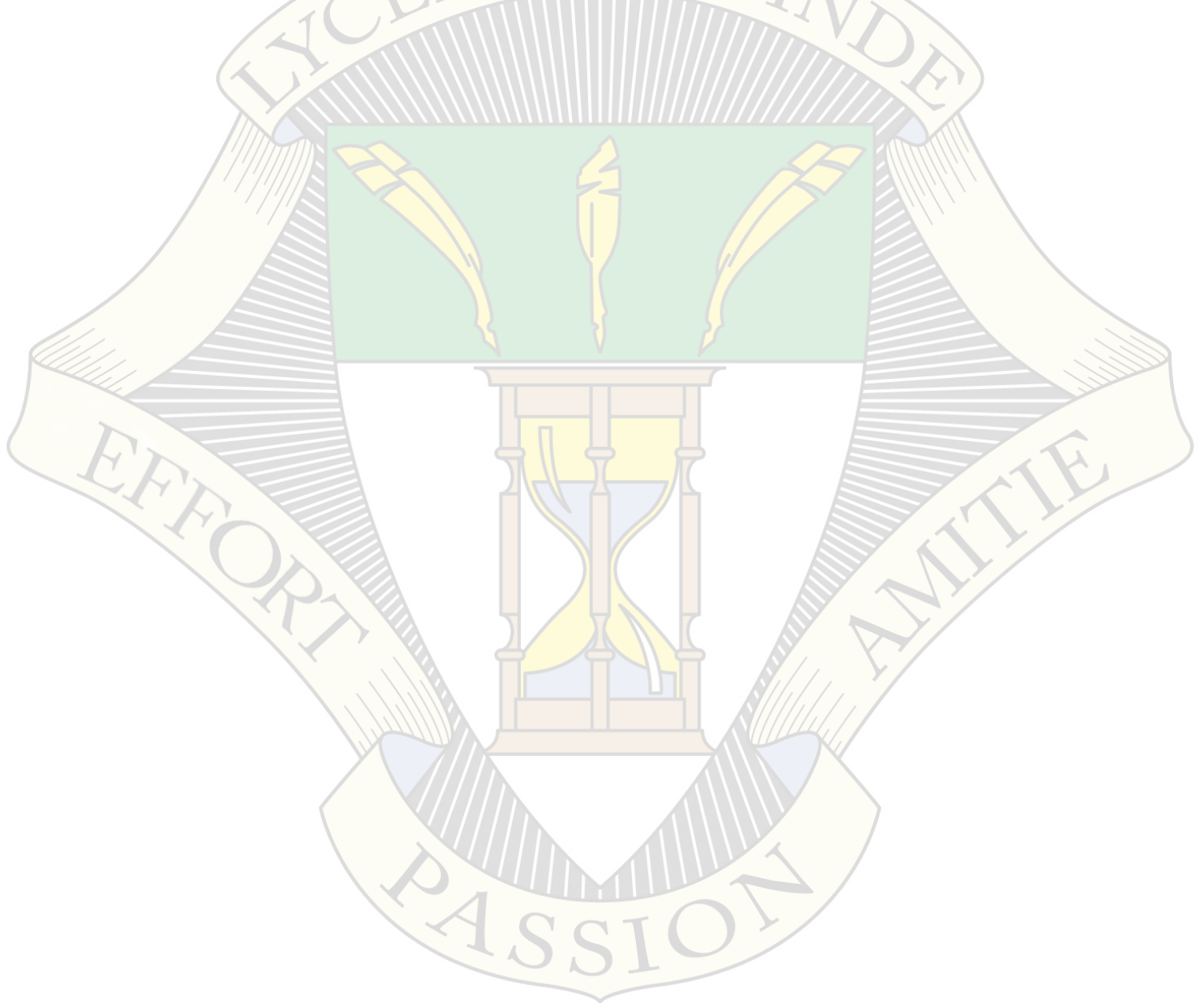
On s'est intéressé à la méthodologie du discours politique et les maintes façons d'influencer son public par des techniques langagières, visuelles et auditives.

Si la manipulation dans les deux aspects précédents relevait de l'intention, cette troisième partie nous a permis de déceler clairement le discours politique comme de la manipulation, car toutes les techniques évoquées sont essentiellement des stratagèmes employés, en vue de convaincre son public.

En faisant maintenant la synthèse de ces trois aspects, il devient assez clair que la communication politique est dans son essence, un moyen de manipulation à multiples niveaux. Il ne faut pas prendre de terme de manipulation à son premier degré, car les gens attribuent toujours une connotation négative à ce mot. La manipulation dans le domaine politique peut servir à rendre service à la population d'un pays, en facilitant le chemin d'une idée vers sa mise en application, et ce n'est que par l'intention avec laquelle la manipulation se fait qu'elle devient positive ou négative.

Toutefois, notre analyse se borne de juger sur ces intentions, car cela sort du sujet de ce mémoire, mais se contente d'apporter de la clarté sur le fait si le discours politique peut être vu comme de la manipulation.

Sous cette optique, en prenant en compte tous les arguments présentés, on ne peut qu'affirmer que cela est effectivement le cas. La politique de par sa nature existe pour guider la population d'un pays ou d'une certaine région. Il est donc logique, que pour remplir cette tâche, elle est exprimée d'une manière bien spécifique, et que par la nécessité d'être efficace, elle soit manipulatrice dans son fond.



SOURCES

Livres :

TENCH, Ralph, YEOMANS, Liz, Exploring Public Relations, Third Edition, Rauyaume-Uni: Pearson, 2014

Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland, Bilder die lügen, Begleitbuch zur Ausstellung, 3. Auflage, Oldenburg : Bouvier Verlag Bonn, 2003

Sites d'internet :

Communication verbale et non verbale, Apprenons à Apprendre :

<http://apprenons.apaap.be/outils-de-formation/113-communication-non-verbale.html>
(12.01.16)

Rhétorique politique, Wikipedia :

https://fr.wikipedia.org/wiki/Rh%C3%A9torique_politique (23.08.16)

La télévision, Wikipedia :

<https://fr.wikipedia.org/wiki/T%C3%A9l%C3%A9vision> (24.08.16)

La radio, Wikipedia :

<https://en.wikipedia.org/wiki/Radio> (19.08.16)

Oncle Sam, Google Images :

https://www.google.com/search?q=premiere+guerre+mondiale&client=safari&rls=en&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjN5Lys_tnOAhVGIsAKHbp8D1EQ_AUICigD&biw=1039&bih=667#tbn=isch&q=oncle+sam (25.08.16)

L'internet, Wikipedia :

<https://fr.wikipedia.org/wiki/Internet> (28.08.16)

La photographie, Wikipedia :

<https://fr.wikipedia.org/wiki/Photographie> (30.08.16)

Louamel, Propagande stalinienne et falsification des images, Omnilogie

http://omnilogie.fr/O/Propagande_stalinienne_et_falsification_des_images (30.08.16)

Images :

Caricature sur la communication politique :

<http://www.leblogducommunicant2-0.com/wp-content/uploads/2013/04/Outrance-Dessin-Bloem-populisme.jpg> (06.09.16)

Affiche <<UNITED, the United Nations fight for freedom>>:

http://www.larousse.fr/encyclopedie/data/images/1007652-Seconde_Guerre_mondiale_affiche_americaine.jpg (23.08.16)

Affiche pour les élections de la la <<Demokratesch Partei>> :

<https://www.google.com/?client=safari#q=affiche+electoral+dp+luxembourg> (24.08.16)

Image d'une télévision <<Tell Lies Vision>>:

http://cdns.yournewswire.com/wp-content/uploads/2014/11/tumblr_m8uh33PGid1qj6wafo1_5001.jpg (06.09.16)

Citation de Malcome X sur les médias :

https://www.google.com/search?q=les+m%C3%A9dias+caricature&client=safari&rls=en&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjAy8f7hPvOAhXBmBoKHbxuCpYQ_AUICCgB&biw=1039&bih=631#tbn=isch&q=les+m%C3%A9dias+malcome+x&imgsrc=W99alZ8byzNUYM%3A (06.09.16)

Le profil Twitter de François Hollande :

http://www.lamontagne.fr/photoSRC/bqViVeldaWelbKxCpNWs_pusXXdNGltXxD4uu1iw_sR0IkLcazbGupnwlQUaVQo_pWI48f0HY_sxYvETMFwM2diAkjo-_pagefaketwitterfhollande_686390.jpeg (31.08.16)

Image <<Confiance>> :

<http://decodeurdunonverbal.fr/wp-content/uploads/2014/02/Confiance-en-soi.jpg> (06.09.16)

Shéma sur la communication verbale et non-verbale :

<http://le-manager-urbain.com/wp-content/uploads/2013/11/Elements-importants-de-la-communication.png> (06.09.16)

Image sur la posture politique de Jean-Luc Mélenchon:

<https://i1.huffpost.com/gen/1082175/thumbs/r-MELENCHON-large570.jpg> (06.09.16)

Image d'un discours politique de Xavier Bettel :

<http://cache2.asset-cache.net/gc/501864160-luxembourgs-prime-minister-xavier-bettel-gettyimages.jpg?v=1&c=IWSAsset&k=2&d=X7WJLa88Cweo9HktRLaNXuxoD2J0P1G0gQvI3TWzS586j1uUPgwF5hMhQVSEdFgn9zFVUIDdkFAys6hQpJTQjA%3D%3D> (06.09.16)

Photo officielle de Marc Angel :

<https://www.lsap.lu/wp-content/uploads/Angel-Marc-762x572.jpg> (06.09.16)

Photo officielle de Serge Wilmes :

https://csv.lu/files/2013/11/0-2013-Serge_Wilmes-554x554.jpg (06.09.16)

