

La communication politique et la construction de la légitimité institutionnelle
Political Communication and the Construction of Institutional Legitimacy

Dr. Anouar Tazi

Docteur en droit public et sciences politiques

Université Hassan II – Casablanca

Anouartazi88@gmail.com

Maroc

Résumé

Dans le contexte des transformations rapides que connaît l'espace public numérique, la communication politique est devenue l'un des principaux cadres d'analyse permettant de comprendre les dynamiques de l'action politique ainsi que les mécanismes de formation de l'opinion publique et de la participation politique. La communication politique ne se limite plus aux canaux traditionnels qui permettaient aux acteurs politiques de s'adresser aux citoyens de manière unidirectionnelle. Elle s'est progressivement déplacée vers un espace numérique interactif, offrant aux individus et aux groupes la possibilité de produire, de diffuser, de commenter et de contribuer à la reconfiguration des contenus politiques. Cette transformation a ainsi participé à la redéfinition de la relation entre l'acteur politique et le citoyen, tout en favorisant l'émergence de nouvelles formes de mobilisation, de participation et d'influence politiques.

Cette étude vise à analyser les transformations de la communication politique dans l'environnement numérique, en mettant l'accent sur le rôle des nouveaux médias et des réseaux sociaux dans l'élargissement des espaces de participation politique, la formation de l'opinion publique et la redistribution des rôles dans la production du discours politique. Elle examine également l'impact de l'espace numérique sur le passage du citoyen du statut de récepteur à celui d'acteur et de

participant à la production des contenus politiques, ainsi que l'émergence de nouvelles formes d'action politique numérique et de mobilisation électronique.

L'étude adopte une approche descriptive et analytique visant à appréhender la nature des transformations induites par l'environnement numérique dans les fonctions de la communication politique, en mettant l'accent sur leurs effets sur la participation politique et la démocratie numérique. Elle aborde également les principales contraintes liées à cette transformation, notamment la diffusion de la désinformation, la polarisation numérique et les enjeux liés à la confiance dans les contenus politiques, faisant de l'usage responsable de l'espace numérique une condition importante du renforcement de la participation politique et de l'élargissement de la pratique démocratique.

Mots-clés: Communication politique; espace numérique; légitimité institutionnelle; mobilisation électronique; démocratie numérique; action politique numérique.

Abstract

In the context of the rapid transformations taking place within the digital public sphere, political communication has become one of the key analytical frameworks for understanding the dynamics of political action and the mechanisms underlying the formation of public opinion and political participation. Political communication is no longer limited to traditional channels through which political actors addressed citizens in a one-way manner. It has progressively shifted towards an interactive digital space, enabling individuals and groups to produce, disseminate, comment on, and contribute to reshaping political content. This transformation has contributed to redefining the relationship between political actors and citizens, while fostering new forms of political mobilization, participation, and influence.

This study seeks to analyze the transformations undergone by political communication within the digital environment, focusing on the role of new media and social networks in expanding spaces for political participation, shaping public

opinion, and redistributing roles in the production of political discourse. It also examines the impact of the digital space on the transition of citizens from the status of recipients to that of actors and participants in the production of political content, as well as the emergence of new forms of digital political action and electronic mobilization.

The study adopts a descriptive and analytical approach aimed at examining the nature of the transformations brought about by the digital environment in the functions of political communication, with particular emphasis on their implications for political participation and digital democracy. It also addresses the main challenges associated with this transformation, particularly the spread of disinformation, digital polarization, and challenges related to trust in political content, making the responsible use of the digital space an important condition for strengthening political participation and expanding democratic practice.

Introduction

Les sociétés contemporaines connaissent de profondes transformations dans les modes de production et de circulation de l'information, sous l'effet du développement accéléré des technologies de la communication et de la transition croissante vers l'environnement numérique. Cette transformation a donné naissance à un nouvel espace public, dans lequel la communication politique n'est plus limitée aux institutions et aux médias traditionnels, mais s'étend désormais aux réseaux sociaux et aux plateformes numériques, offrant de nouvelles possibilités d'interaction, de participation et d'échange de positions et d'opinions. Ainsi, la communication politique est progressivement passée d'un modèle fondé principalement sur la transmission unidirectionnelle du message à un modèle davantage interactif, dans lequel les rôles du producteur, du récepteur et du participant se chevauchent dans la production et la circulation des contenus politiques¹.

Cette transformation a contribué à redéfinir la nature de la relation entre les acteurs politiques et les citoyens. Ces derniers ne sont plus de simples récepteurs du discours politique, mais disposent désormais de la capacité de produire des contenus, de les commenter, de les partager et de contribuer à l'orientation du débat public. L'environnement numérique a également offert aux acteurs politiques et partisans de nouveaux outils pour communiquer directement avec le public, construire le discours politique, organiser des campagnes et des actions de mobilisation, attirer des soutiens, ainsi qu'exploiter les données numériques afin de mieux appréhender les tendances de l'opinion publique et d'y réagir.

Dans ce contexte, la mobilisation électronique s'est imposée comme l'une des principales manifestations de l'action politique numérique. Les plateformes numériques sont ainsi devenues des espaces permettant de coordonner les positions, d'échanger des informations et d'organiser différentes formes de participation politique. Cette dynamique a également contribué à élargir le cercle des acteurs participant à la production du discours politique, en incluant, aux côtés des

¹ Al-Hamdani, Qahtan. (2012). Introduction aux sciences politiques. 1re éd., Dar Al-Thaqafa pour l'édition et la distribution, Bagdad, p. 123.

institutions et des partis politiques, les citoyens, les acteurs de la société civile, les influenceurs numériques et les différents utilisateurs des réseaux sociaux.

Cependant, l'élargissement de l'espace numérique n'a pas seulement créé de nouvelles possibilités de participation et d'interaction. Il a également fait émerger un ensemble de défis liés à la qualité et à la crédibilité de l'information politique, à la diffusion de contenus trompeurs, à l'accentuation de la polarisation et à la difficulté de distinguer les contenus politiques fiables de ceux visant à exercer une influence. La communication politique numérique constitue ainsi un espace où se croisent les enjeux de participation et de mobilisation avec les questions relatives à la confiance, à la légitimité institutionnelle et à la qualité du débat public¹.

Dès lors, comprendre la communication politique dans l'environnement numérique nécessite de dépasser une conception qui la réduirait à un simple outil technique de communication, afin de l'appréhender comme une transformation de la nature même de la pratique politique, des mécanismes de production et de circulation du discours, ainsi que de la place du citoyen au sein de l'espace public. Dans cette perspective, la présente étude vise à appréhender la communication politique dans l'espace numérique, en analysant les transformations qui ont affecté ses fonctions et ses rôles, tout en examinant ses rapports avec la mobilisation électronique, la démocratie numérique et l'action politique numérique.

Importance du sujet

L'importance de l'étude de la communication politique et de la construction de la légitimité institutionnelle réside dans la place croissante qu'occupe la communication dans la structuration des relations entre les institutions politiques et les citoyens. En effet, la légitimité des institutions ne se mesure plus uniquement à l'aune du respect des règles juridiques et constitutionnelles, mais dépend également de leur capacité à communiquer, à expliquer les politiques publiques, à fournir une information accessible et fiable, ainsi qu'à interagir avec les attentes de la société.

L'intérêt de ce sujet réside également dans la possibilité de comprendre la manière dont la communication politique contribue à renforcer la confiance envers

¹ Al-Hamdani, Qahtan. (2012). Introduction aux sciences politiques. 1re éd., Dar Al-Thaqafa pour l'édition et la distribution, Bagdad, p. 125.

les institutions, à consolider leur acceptation sociale et à réduire le déficit communicationnel entre les acteurs politiques et les citoyens, notamment dans un contexte marqué par la transformation numérique et la multiplication des canaux de production et de circulation du discours politique. L'étude revêt, en outre, une importance particulière en ce qu'elle permet d'examiner l'impact des différentes formes de communication institutionnelle, partisane et numérique sur la représentation des institutions et sur la construction de leur légitimité auprès de l'opinion publique.

Objectifs du sujet

- ✓ définir le cadre conceptuel et théorique de la communication politique et de la légitimité institutionnelle.
- ✓ analyser la nature de la relation entre la communication politique et la construction de la légitimité institutionnelle.
- ✓ mettre en évidence le rôle du discours politique et institutionnel dans le renforcement de la confiance des citoyens envers les institutions.
- ✓ étudier l'impact de la transformation numérique et des réseaux sociaux sur les modalités de communication entre les institutions et la société.
- ✓ identifier les principales contraintes auxquelles se trouve confrontée la communication politique dans le processus de construction de la légitimité institutionnelle.
- ✓ analyser les mécanismes de mobilisation de la communication politique en vue de renforcer l'acceptation sociale des institutions politiques.

Problématique

Dans quelle mesure la communication politique contribue-t-elle à la construction de la légitimité institutionnelle et au renforcement de l'acceptation des institutions politiques par les citoyens, et quelles sont les limites de son efficacité dans un contexte marqué par les transformations de l'espace communicationnel et numérique ?

Questions de recherche

- Que recouvrent les notions de communication politique et de légitimité institutionnelle, et quelle est la nature de la relation qui les unit ?
- De quelle manière le discours politique et institutionnel contribue-t-il à construire l'image des institutions et à renforcer la confiance à leur égard?
- Quel rôle les médias et la communication numérique jouent-ils dans la production et la reconfiguration de la légitimité institutionnelle ?
- Dans quelle mesure l'interaction des institutions avec les citoyens contribue-t-elle à renforcer l'acceptation et la satisfaction à l'égard des institutions ?
- Quels sont les principaux défis auxquels la communication politique est confrontée dans la construction de la légitimité institutionnelle dans l'environnement numérique ?

Hypothèse

Cette étude repose sur l'hypothèse principale suivante: Plus la communication politique se caractérise par la crédibilité, la transparence, la clarté et l'interactivité, plus elle est susceptible de contribuer au renforcement de la confiance et de l'acceptation sociale des institutions politiques, et, par conséquent, à leur légitimité institutionnelle. Toutefois, l'efficacité de cette communication demeure tributaire du degré de concordance entre le discours institutionnel, les pratiques effectives et les politiques mises en œuvre.

Méthodologie

Compte tenu de la nature du sujet, cette étude s'appuie sur une approche descriptive et analytique. L'approche descriptive permettra de définir les principaux concepts liés à la communication politique et à la légitimité institutionnelle, ainsi que d'identifier les principales formes et modalités de la communication politique. L'approche analytique sera mobilisée afin d'examiner la relation entre les pratiques communicationnelles des institutions et les niveaux de confiance, d'acceptation et de légitimité, ainsi que d'analyser les contenus des discours politiques et institutionnels et leurs mécanismes d'influence sur l'opinion publique.

L'étude adoptera également une approche politique et communicationnelle, dans la mesure où le sujet se situe à l'intersection de l'étude des institutions politiques et de l'analyse des dynamiques communicationnelles et des interactions entre celles-ci et la société.

Plan de recherche

Pour traiter le sujet « La communication politique et la construction de la légitimité institutionnelle », l'étude adopte un plan en deux parties, structuré autour de deux axes principaux.

Le premier chapitre, intitulé « La communication politique et les fondements de la construction de la légitimité institutionnelle », sera consacré, dans une première section, à l'étude du cadre conceptuel et théorique de la communication politique et de la légitimité institutionnelle, tandis que la seconde section portera sur les rôles de la communication politique dans le renforcement de la confiance et de l'acceptation des institutions.

Le deuxième chapitre, intitulé « Les dynamiques de la communication politique et les enjeux de la légitimité institutionnelle », examinera, dans une première section, la communication institutionnelle et numérique ainsi que les mécanismes de construction de la légitimité, alors que la seconde section sera consacrée aux défis de la communication politique et aux limites de son influence sur la légitimité institutionnelle.

Première partie: La communication politique et les fondements de la construction de la légitimité institutionnelle

La légitimité institutionnelle constitue un pilier essentiel de la stabilité et de la pérennité des systèmes politiques, dans la mesure où les institutions publiques ne peuvent exercer efficacement leur autorité sans disposer d'un niveau suffisant d'acceptation populaire et d'obéissance volontaire de la part des gouvernés. Dans le contexte des transformations des médias modernes et de l'émergence du nouvel environnement numérique, la communication politique est devenue un outil central permettant de réduire la distance entre le pouvoir et le public, et de transformer les décisions et les politiques publiques, de simples prescriptions juridiques, en pratiques bénéficiant d'une légitimité et d'une acceptation internes¹.

1– Le cadre conceptuel et théorique de la communication politique et de la légitimité institutionnelle

La communication politique peut être définie comme une interaction dynamique et un échange de symboles, de messages et d'informations entre les acteurs politiques, les médias et le public. Elle implique la production, la diffusion et la réception du discours politique dans le but d'influencer les comportements, les attitudes et le système de valeurs dominant.

D'autre part, la légitimité renvoie à un état de conviction, à la fois affective et rationnelle, des individus selon lequel les institutions en place sont les plus habilitées à exercer l'autorité et à prendre des décisions auxquelles il convient de se conformer. La légitimité dépasse ainsi la notion de légalité, cette dernière étant fondée sur la norme législative, tandis que la première repose sur l'adhésion et l'acceptation sociales².

Plusieurs théories ont tenté d'appréhender la communication politique et sa relation avec la légitimité institutionnelle, parmi lesquelles :

¹ Qotbi, Ridouane. (2021). La mobilisation électronique et l'avenir de la démocratie numérique. 1re éd., Dar Al-Salam pour l'impression, l'édition et la distribution, Rabat, p. 45.

² Mekki, Tharwat. (2005). Les médias et la politique : moyens de communication et participation politique. 1re éd., Alam Al-Kotob pour l'édition et la distribution, Le Caire, p. 52.

-La théorie communicationnelle de Jürgen Habermas : dans sa théorie de « l'agir communicationnel » et de « l'espace public », Habermas considère que la légitimité est désormais produite à travers le débat rationnel et la délibération libre entre les composantes de la société et les institutions, le consensus communicationnel se substituant ainsi à la contrainte exercée par le pouvoir¹.

-Le modèle sociologique de Max Weber : la construction de la légitimité repose sur la typologie établie par Weber, à savoir la légitimité traditionnelle, charismatique et rationnelle-légale. Dans l'État moderne, la communication politique est mobilisée afin de consolider la « légitimité rationnelle-légale », en mettant en évidence l'efficacité des institutions et l'équité des procédures².

2- Les rôles de la communication politique dans le renforcement de la confiance et de l'acceptation des institutions

-La socialisation politique et la sensibilisation: la communication politique organisée contribue à façonner la culture politique du public et à lui fournir des informations sur les fonctions des institutions, ce qui permet de réduire les situations d'ambiguïté et les déficits communicationnels.

-La construction de l'acceptation et du soutien populaires: à travers les campagnes médiatiques, les conférences et les discours officiels, la communication contribue à expliquer les politiques publiques adoptées et à justifier les décisions majeures, telles que les réformes économiques ou structurelles. Elle permet ainsi d'atténuer le mécontentement populaire et de transformer le rejet en compréhension ou en acceptation.

-La construction et le renouvellement du capital social : la confiance dans les institutions constitue la variable intermédiaire déterminante entre le message communicationnel et la légitimité. La communication offre davantage de transparence dans la manière dont l'institution traite les questions sensibles, ce qui

¹ Al-Suwaidi, Mohammed. (1990). La sociologie : son champ et ses problématiques. Office des Publications Universitaires, Algérie, p. 16.

² Noun, Mourad. (2019). L'action politique numérique dans le monde arabe : système de valeurs et transformations. Étude médiatique, Publications du Centre Al Jazeera d'études, Doha, p. 19.

renforce la confiance du citoyen dans la performance de l'appareil gouvernemental et parlementaire¹.

Deuxième partie : Les dynamiques de la communication politique et les enjeux de la légitimité institutionnelle

La communication politique connaît des transformations rapides sous l'effet des évolutions qu'a connues l'espace médiatique et numérique. Elle est ainsi passée d'un modèle traditionnel reposant principalement sur une communication verticale et sur la transmission du discours politique des institutions et des acteurs vers les citoyens, à un modèle plus interactif et pluraliste, dans lequel les médias traditionnels s'articulent avec les plateformes numériques et les réseaux sociaux. Cette transformation a engendré de nouvelles dynamiques dans la production, la circulation et l'interprétation du discours politique, tout en redéfinissant la nature de la relation entre les institutions politiques et l'opinion publique.

Dans ce contexte, les institutions politiques ne se limitent plus à émettre des positions et à prendre des décisions. Elles sont désormais appelées à développer des mécanismes communicationnels capables d'expliquer leurs politiques, de justifier leurs choix, de répondre aux attentes des citoyens et de s'ouvrir à de nouvelles formes d'interaction et de participation. Dès lors, la communication institutionnelle et numérique est devenue l'un des principaux vecteurs permettant de comprendre la construction de l'image de l'institution et le renforcement de la confiance à son égard, particulièrement dans un contexte marqué par un besoin croissant de transparence, de clarté et de rapidité dans la réponse institutionnelle².

Ces dynamiques soulèvent, en revanche, un ensemble d'enjeux liés à la légitimité institutionnelle, dans la mesure où celle-ci ne se définit pas uniquement à partir des fondements juridiques et constitutionnels sur lesquels reposent les institutions, mais dépend également de leur capacité à établir une communication efficace avec la société, à produire un discours crédible et à maintenir une cohérence relative entre ce qu'elles déclarent et ce qu'elles mettent effectivement en œuvre. De même, la

¹ Righi, Chebra Saleh. (2022, 1er mars). « Les réseaux sociaux et leur rôle dans la formation de l'opinion publique ». Revue des sciences juridiques et sociales, vol. 7, n° 1, Algérie, p. 87.

² Baaziz, Ibrahim. (2011). « Le rôle des nouveaux médias dans la transformation du récepteur en émetteur et l'émergence du journalisme citoyen ». Revue des radios arabes, n° 3, Tunisie, p. 74.

multiplication des acteurs dans l'environnement numérique, ainsi que la propagation de la désinformation et la polarisation discursive, imposent aux institutions de nouveaux défis en matière de gestion de leur image et de renforcement de la confiance et de l'acceptation sociales¹.

1- La communication institutionnelle et numérique et les mécanismes de construction de la légitimité

Du modèle communicationnel traditionnel au modèle numérique: les mécanismes de la communication politique sont passés d'un mode unidirectionnel et vertical télévision, presse officielle à un mode interactif et réticulaire à travers les plateformes de réseaux sociaux et les portails numériques gouvernementaux.

La construction de la légitimité numérique et le principe de transparence et de gouvernement ouvert: la communication numérique permet aux citoyens d'accéder directement aux données et aux informations, ce qui confère à l'action des institutions davantage de transparence et contribue à réduire les rumeurs liées à la corruption.

L'interactivité et la participation politique: les réseaux sociaux offrent des espaces permettant d'exprimer des opinions et de recevoir un retour d'information (feedback), ce qui renforce chez le citoyen le sentiment d'une citoyenneté active et d'une participation à la prise de décision².

La gestion des crises et la crédibilité: la communication institutionnelle en période de crise, notamment lors de catastrophes ou de crises économiques, constitue une épreuve déterminante pour la légitimité. La divulgation rapide des informations et la diffusion d'une information fiable contribuent à construire une « légitimité fondée sur la performance et la capacité de réponse ».

¹ Ibrah, Ibrahim. (1998). Sociologie politique. Dar Al-Chorouk pour l'édition et la distribution, Jordanie, p. 26.

² Hadhrani, Ahmed. (2021). Le droit constitutionnel et les institutions politiques. Bibliothèque Zakioy Frères, Meknès, p. 45.

2– Les défis de la communication politique et les limites de son influence sur la légitimité institutionnelle

La désinformation et les fausses informations : le phénomène des informations erronées et la polarisation numérique constituent parmi les principales menaces pesant sur la légitimité. Ils affaiblissent la capacité des institutions à maîtriser le récit officiel et contribuent à l'érosion de la confiance du public.

Le marketing politique superficiel: la communication politique peut parfois tomber dans le piège d'un marketing essentiellement formel et d'une propagande dépourvue de contenu, en l'absence d'une véritable « légitimité fondée sur les réalisations » sur le terrain. Cette situation peut produire des effets inverses, notamment sous la forme d'un « éloignement politique » des citoyens.

La fracture numérique et la réception agrégée: les messages communicationnels numériques n'atteignent pas l'ensemble des catégories sociales de manière équivalente. Par ailleurs, les mécanismes des « chambres d'écho » sur les plateformes sociales favorisent la polarisation des opinions et compliquent la tâche des institutions dans la construction d'un consensus national inclusif.

Les études en sciences politiques et en sciences de l'information et de la communication confirment que la communication politique n'est plus un simple outil secondaire destiné à faire connaître l'activité des institutions, mais qu'elle est devenue un élément central de la « construction et de la pérennisation de la légitimité ». Toutefois, l'efficacité de la communication demeure conditionnée par un principe fondamental : la concordance entre le discours politique et la réalité des pratiques. En effet, une communication sophistiquée ne saurait à elle seule restaurer la légitimité d'institutions confrontées à des déficits d'exécution ou à une corruption structurelle¹.

¹ Al-Zayyat, Abdel Halim. (2002). Le développement politique : dimensions cognitives et méthodologiques. Dar Al-Ma'rifa Al-Jami'iyya, Alexandrie, p. 23.

Conclusion

À la lumière de ce qui précède, il apparaît clairement que la communication politique n'est plus une simple activité médiatique ou une démarche de marketing marginale visant à couvrir les activités des acteurs politiques, mais qu'elle est devenue un élément structurant et essentiel dans la construction et la reproduction de la légitimité institutionnelle au sein de l'État moderne. Les transformations rapides de l'environnement communicationnel, notamment le passage vers les espaces numériques et les réseaux, ont en effet démontré que la pérennité et la stabilité des institutions ne dépendent pas uniquement d'une « légalité juridique » stricte, mais sont également liées à leur capacité à mettre en œuvre une action communicationnelle interactive fondée sur la transparence, l'écoute et la réponse aux exigences de l'espace public.

Toutefois, cette analyse permet de conclure que la communication politique possède des limites objectives. Les outils et les techniques communicationnels les plus avancés, aussi sophistiqués soient-ils, ne peuvent se substituer à une véritable efficacité de l'action institutionnelle ni remédier à la dégradation des services publics. La construction et la pérennisation de la légitimité reposent ainsi sur une équation équilibrée, dans laquelle la « légitimité fondée sur les réalisations » concrètes s'articule avec la « légitimité du discours et de la communication » dans l'espace public. Plus les pratiques effectives des institutions sont en adéquation avec le contenu de leurs discours, plus la confiance du public se renforce et plus les fondements de la construction démocratique se consolident.

Références

- Al-Hamdani, Qahtan. (2012). Introduction aux sciences politiques. 1re éd. Dar Al-Thaqafa pour l'édition et la distribution, Bagdad.
- Al-Suwaidi, Mohammed. (1990). La sociologie : son champ et ses problématiques. Office des Publications Universitaires, Algérie.
- Al-Zayyat, Abdel Halim. (2002). Le développement politique : dimensions cognitives et méthodologiques. Dar Al-Maarifa Al-Jamiiyya, Alexandrie.
- Baaziz, Ibrahim. (2011). « Le rôle des nouveaux médias dans la transformation du récepteur en émetteur et l'émergence du journalisme citoyen ». Revue des radios arabes, n° 3, Tunisie.
- Hadhrani, Ahmed. (2021). Le droit constitutionnel et les institutions politiques. Bibliothèque Zakioy Frères, Meknès.
- Ibrah, Ibrahim. (1998). Sociologie politique. Dar Al-Chorouk pour l'édition et la distribution, Jordanie.
- Mekki, Tharwat. (2005). Les médias et la politique : moyens de communication et participation politique. 1re éd., Alam Al-Kotob pour l'édition et la distribution, Le Caire.
- Noun, Mourad. (2019). L'action politique numérique dans le monde arabe : système de valeurs et transformations. Étude médiatique, Publications du Centre Al Jazeera d'études, Doha.
- Qotbi, Ridouane. (2021). La mobilisation électronique et l'avenir de la démocratie numérique. 1re éd., Dar Al-Salam pour l'impression, l'édition et la distribution, Rabat.
- Righi, Chebra Saleh. (2022, 1er mars). « Les réseaux sociaux et leur rôle dans la formation de l'opinion publique ». Revue des sciences juridiques et sociales, vol. 7, n° 1, Algérie.