



Dans sa définition la plus épurée, communiquer c'est mettre en commun. C'est-à-dire partager une information pour que tout le monde en soit au courant. Ainsi par définition, la communication est destinée uniquement à l'Homme en tant qu'être doté de raison (Wikipédia).

Même si de nombreuses définitions ont été données sur la communication, beaucoup s'accordent à dire qu'à la différence d'informer -qui consiste uniquement à faire passer un message-, communiquer suppose l'objectif supplémentaire chez l'émetteur du message d'attendre un changement chez le récepteur. Dominique Wolton (sociologue français, Directeur de recherche au CNRS en sciences de la communication, spécialiste des médias, de l'espace public, de la communication politique, et des rapports entre sciences, techniques et société) s'y est longuement attardé avec son livre très évocateur intitulé «*Informer n'est pas communiquer*»

De cette mise en parallèle avec l'information, on peut déjà affirmer que toute communication suppose la présence d'au moins deux personnes : l'émetteur et le récepteur. En réalité, avec l'évolution des choses, l'intervention d'un troisième élément est devenue incontournable. Il s'agit du canal ou du support par lequel le message est passé. Il ne faut pas oublier, néanmoins, que d'autres moyens médiatiques subsistent tels que l'affichage, le graphisme, Internet dans sa globalité (web-média, plateformes individuelles, réseaux sociaux...) pour relayer ledit message.

## Communication politique et Communication publique

Entre la communication politique et la communication publique, les frontières sont si minces, sinon inexistantes dans certains cas, qu'il n'est pas difficile de les confondre. Mais des critères

bien définis existent pour les distinguer.

## **La communication politique**

Qu'est-ce que la communication politique ? Voilà une question qui peut nous paraître futile tellement la réponse semble évidente. Mais, étudiée de près, elle présente des subtilités. Pour la définition, prenons celle de Wikipédia qui dit que « *la communication politique est une forme de communication spécifique aux affaires politiques* ». Même si cette définition ne nous semble pas assez exhaustive -car elle oublie de mentionner l'auteur du message et son destinataire-, elle est intéressante parce qu'elle met en exergue le fait que la communication politique est réservée aux affaires politiques. Ainsi donc, ces deux acteurs constituent les éléments actifs de la communication politique, l'émetteur se retrouvant en la personne de l'homme politique et le récepteur en celle du citoyen.

Bien que le monde du journalisme joue un rôle assez prépondérant dans la communication de nos jours, il apparaît, cependant, assez excessif de considérer le journaliste comme étant un acteur à part entière de la communication politique, au même titre que les deux autres. Cette conception est extensive à plusieurs titres. D'une part, parce qu'on peut faire de la communication politique par la voie de l'écriture d'un livre, d'un affichage, d'un appel téléphonique, d'un spot publicitaire, d'une publication sur les réseaux sociaux via Internet... sans passer par l'intermédiaire d'un journaliste ou de toute autre personne assurant cet office. D'autre part, le journaliste ne devrait jamais interférer dans le message envoyé par le parti ou l'homme politique à ses électeurs. Il ne doit y jouer, au mieux, qu'un rôle passif de transmetteur.

Autrement, il ne serait plus un journaliste mais un politicien à part entière. Faisons, ici, le choix de retenir uniquement l'homme politique et le citoyen comme éléments actifs de la communication politique. Tout autre support ou intervenant est consigné dans un rôle subsidiaire d'intermédiaire -pas forcément neutre- entre les deux.

Ainsi, dans cet article, la communication politique, définie simplement et directement, est « *le fait d'un homme politique de passer un message en vue de convaincre l'électorat de voter pour lui* »

(cairninfo). L'amélioration ou la création d'image peut aussi être un objectif de communication mais, comme nul ne peut plus l'ignorer, l'objectif final de tout homme politique c'est de conquérir le pouvoir.

Comme critère de distinction, le dessein de servir un intérêt strictement privé est tout aussi important. Soit le sien propre pris individuellement, soit celui de son parti politique pour tous ses membres. La communication politique est également connue pour sa poursuite d'objectif «*court ermiste*»

(

Relatif à une stratégie du court terme)

. Par exemple, la victoire du parti lors des prochaines élections.

## **La communication publique**

« *La communication publique est l'ensemble des actions de communication engagées par toute institution exerçant une mission de service public: institutions étatiques et supranationales, administrations publiques, collectivités territoriales, entreprises et établissements publics* ». (Wikipédia).

La présence de la mission de service public dans cette définition ne peut que nous indiquer la poursuite de l'intérêt général dans la communication publique.

C'est ce qui la différencie fondamentalement de la communication politique. Ainsi, dans une communication publique, l'on cherche avant tout à transmettre un message rassembleur qui peut s'adresser à tout le monde. Indifféremment de l'appartenance politique de chacun. À titre d'illustration, quand un Ministre de la Santé s'adresse aux citoyens, à travers la RNM et la TVM, pour rappeler les consignes liées aux gestes barrières afin d'éviter la propagation de l'actuelle pandémie de coronavirus, il s'agit bel et bien d'une communication publique dénuée de toute finalité électoraliste.

Si, dans la communication politique, le but est de conquérir le pouvoir, celui qui fait de la communication publique n'a plus à le faire parce qu'il le détient déjà. Dans ce cas, en communiquant, il exerce ce pouvoir qu'il -ou son parti- a déjà conquis lors des élections. La communication publique a pour principale raison d'être d'assurer la légitimité de l'institution auprès du public. Pour cela, elle doit pouvoir toucher le plus de monde possible -faute de pouvoir toucher tout le monde- et doit aussi s'inscrire sur le long terme.

## **La possible confusion entre les deux**

Suivant les circonstances et la qualité des personnes, il peut arriver que les frontières entre communication politique et communication publique deviennent inexistantes. Plus que des explications, des exemples concrets restent les meilleurs moyens pour illustrer ces cas de figure.

De par la nature même de ses fonctions, le Premier Ministre, Chef de l'administration, est en principe assigné à ne faire que de la communication publique. Il est le chef et le coordonnateur des services publics existant dans un pays. Néanmoins, il arrive parfois -si ce n'est souvent- que certains des propos qu'il tient relèvent plus de la communication politique que de la communication publique. En effet, quand il annonce, par exemple, une hausse ou une baisse d'impôts en expliquant les motifs d'un tel dispositif, ses avantages... ne fait-il pas déjà de la communication politique ?

Et dans des cas extrêmes de catastrophe naturelle, par exemple le passage d'un cyclone dévastateur, le discours qu'il pourrait tenir tout de suite après les événements relève-t-il uniquement de l'information de la population sur les mesures prises par le gouvernement ? Ou plutôt, n'essaie-t-il pas de montrer que le gouvernement a été très efficace dans la gestion de la crise ?

Si l'on pouvait encore avoir un soupçon d'ambiguïté sur la nature de la communication faite par le Premier Ministre, que dire de celle du Président de la République ? Dans son cas, le doute n'a plus lieu d'être. En effet, même s'il est déjà élu, et donc, exerce le pouvoir, s'il est l'incarnation de la nation et qu'il doit se montrer rassembleur tout le temps, un Président de la République est et restera toujours un homme politique. Les échéances électorales constituent son environnement d'homme d'État et d'homme politique. Elles définissent son être, et sous-tendent ses actions et ses communications. Il peut se défendre de cette caricature, sans doute assez simpliste, mais il ne peut pas s'en défaire.

Jusqu'à preuve du contraire, nous pouvons alors affirmer que le Président de la République est le premier communicant politique d'un pays. Sa position fait qu'il cristallise en lui seul la communication politique dans un pays. Il dicte, de ce fait, de par sa communication -ou de sa non communication-, le rythme des débats politiques. Ce n'est pas étonnant si de nos jours tous les Présidents s'entourent de conseillers en communication. Par exemple, Tony Blair, Premier ministre, avait Alastair Campbell comme directeur de stratégie et de communication

durant ses deux mandats à la tête du Gouvernement britannique (de 1997 à 2003). Jacques Pilhan est connu pour avoir été le conseiller en communication du Président français, François Mitterrand, pendant toute la durée de son mandat (de 1981 à 1995).

À Madagascar, le Président Hery Rajaonarimampianina avait fait appel à la société «*Media Consulting*»

de Jaobarison Randrianarivony, pour

assurer sa stratégie de communication. Mais il faut avouer que la motivation n'était pas

vraiment la même que celle de Tony Blair et François Mitterrand. Loin de là... En effet, Hery

Rajaonarimampianina a recruté le patron de

«*Media Consulting*»

dès le début de son mandat en 2014, à la suite de sa campagne victorieuse.

Mais, contrairement à son appellation, « Media Consulting » est une société spécialisée dans l'évènementiel. En effet, à Madagascar elle est plutôt connue pour avoir produit des chanteurs nationaux et internationaux de réputation. Elle n'a jamais été recrutée pour ses expertises en matière de communication politique mais plutôt pour organiser les sorties publiques du président.

Puis, lorsqu'il s'est présenté candidat au premier tour de l'élection présidentielle de 2018, Hery Rajaonarimampianina a bénéficié de la collaboration du groupe de radio et télévision «*SKY ONE Media*»

, pour sa campagne électorale. Malgré cela, il n'a récolté que 08,82 % des voix exprimées au premier tour.

Question finale vitale pour clore cet article : qui donc s'occupe effectivement de la communication politique du Président Andry Rajoelina ?

**Jeannot Ramambazafy – Sources partielles : Kotoson Andriambololona Seth (CELSA Sorbonne Promotion Clémenceau 2017-2018)**