

INTRODUCTION. DOSSIER 2020 - LA PROFESSIONNALISATION DE LA COMMUNICATION POLITIQUE EN QUESTION : ACTEURS, PRATIQUES, MÉTIERS

[Gersende Blanchard](#), [Sandrine Roginsky](#)

GRESEC | « [Les Enjeux de l'information et de la communication](#) »

2020/2 N° 21/2 | pages 5 à 12

DOI 10.3917/enic.029.0005

Article disponible en ligne à l'adresse :

<https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2020-2-page-5.htm>

Distribution électronique Cairn.info pour GRESEC.

© GRESEC. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

La professionnalisation de la communication politique en question : acteurs, pratiques, métiers

Article inédit, mis en ligne le 13 juillet 2020.

Gersende Blanchard

Gersende Blanchard est maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université de Lille et membre du GERiiCO (Groupe d'Études et de Recherche Interdisciplinaire en Information et Communication). Ses recherches portent principalement sur les stratégies, les acteurs et les pratiques de la communication politique en ligne, notamment dans le contexte des campagnes électorales.
gersende.blanchard@univ-lille.fr

Sandrine Roginsky

Sandrine Roginsky est professeure en communication à l'UCLouvain (Belgique) et directrice du LASCO (Laboratoire d'Analyse des Systèmes de Communication des Organisations). Ses recherches portent sur les usages des dispositifs numériques et le travail de communication dans l'espace politique, avec un intérêt particulier pour l'espace des institutions européennes.
sandrine.roginsky@uclouvain.be

Plan de l'article

Introduction
L'impossible consensus sur une définition commune
Approcher les professionnel.les par leurs activités et leurs pratiques
Tracer les contours d'un métier aux frontières poreuses
Des professionnel.les en mouvement...
Les paradoxes de la professionnalisation de la communication politique
Conclusion : des points aveugles à explorer
Références bibliographiques

TITLE

Questioning the professionalization of political communication by its actors, its practices and its type of work

INTRODUCTION

Le dossier 2020 des *Enjeux de l'information et de la communication* se propose d'interroger la professionnalisation de la communication politique. Il s'intéresse aux acteurs, aux métiers et aux pratiques de la communication politique en situation de conquête et d'exercice du pouvoir, quels que soient l'échelle ou le domaine d'action publique concernés, ainsi

qu'aux relations que ces acteurs entretiennent, de manière volontaire ou subie, avec les acteurs d'autres sphères professionnelles (médiatique, institutionnelle, administrative, partisane, marchande...). En ce sens, le dossier prend acte que le syntagme « communication politique » renvoie « à des mots de la pratique, à des catégorisations indigènes en somme » (Legavre in Aldrin *et al.*, 2014 : 43), dont il tente de se détacher.

L'activité politique est de plus en plus professionnalisée, ce qui va de pair avec le développement de professions annexes liées à la profession politique (Offerlé, 2016). Pourtant les métiers de la communication restent généralement absents des travaux récents sur les modalités de professionnalisation des entourages des professionnel.le.s politiques (Offerlé, 1999/2017 ; Courty, 2005 ; Demazière et Le Lidec, 2014 ; Beauvallet et Michon, 2017), à de rares exceptions près (cf. notamment Pozzi, 2019). Si la communication est identifiée comme une dimension non négligeable du travail politique (Roginsky, à paraître), les individus qui en ont la charge restent peu connus, et peu nombreux sont les travaux qui les placent au centre de l'attention (Blanchard, 2018 ; Pozzi, 2019). Quand la dimension communicationnelle de l'activité politique est abordée, elle l'est généralement en creux, sans qu'on n'en sache beaucoup plus sur les trajectoires et les pratiques des acteurs sociaux en charge, partiellement ou totalement, des activités de communication pour des personnels politiques (élu.e.s ou en campagne pour l'être) ou pour leur organisation partisane. L'analyse de la professionnalisation de ces faiseur.se.s de la communication, autrement appelés « travailleurs du symbolique » (Neveu, 1994, p.105), reste donc largement à faire, dans un contexte de technicisation et de perfectionnement des outils et stratégies de communication. Elle s'inscrit dans « l'analyse du marché des emplois en lien avec la politique » préconisée par Delphine Dulong (Dulong in Beauvallet et Michon, 2017, p.248).

Legavre (1999) estime que « l'établissement du rôle de communicateur est sans doute parallèle à la diffusion d'un discours centré sur l'avènement de la « société de communication ». Comme Walter le relevait, « la communication est donc non seulement une idéologie, mais aussi un espace professionnel et un marché du travail. Ce qui suppose un investissement dans la légitimation de l'activité des professionnels qui s'y consacrent » (Walter, 1995, p.9). A ce titre, force est de constater que les observations établies dès les années 1990 sur la place centrale du discours porté sur la communication semblent toujours d'actualité ; elles sont peut-être même renforcées avec le développement des dispositifs socionumériques présentés comme objets communicationnels incontournables. Le contexte a en effet changé, à la fois dans le champ politique et dans le champ de la communication, depuis les années 1990, quand la littérature produite par les communicateur.e.s eux-mêmes faisait alors l'objet d'études (Georgakakis, 1995 ; Neveu, 1998 ; Legavre, 1999). Ce dossier est l'occasion d'actualiser les connaissances sur les acteurs sociaux en charge de la communication dans le champ politique. L'entrée par la professionnalisation est heuristique et met l'accent sur leurs profils, leurs trajectoires et leurs activités. Les travaux présentés dans ce dossier permettent ainsi de croiser les regards sur les trajectoires, les pratiques et les caractéristiques des faiseur.se.s de la communication politique de différents pays (Allemagne, Belgique, France, Suisse, Tunisie) et systèmes démocratiques et, par conséquent, de mettre en évidence les similitudes ou dissemblances remarquables.

L'IMPOSSIBLE CONSENSUS SUR UNE DÉFINITION COMMUNE

Si chaque article propose une définition de ce qui est entendu par professionnalisation, celle-ci varie d'un article à l'autre : la définition de la professionnalisation de la communication politique et les manières de l'appréhender ne font pas l'unanimité au sein de

la communauté des chercheur.e.s, comme en témoigne les auteur.e.s des articles de ce dossier. La notion de professionnalisation de la communication politique est aujourd'hui encore accompagnée par un certain flou et une diversité de définitions (Norris, 2000 ; Negrine et Lilleker, 2002) et de critères pour la caractériser (Negrine *et al.*, 2007). Quand certains, se focalisant sur les acteurs, restreignent la professionnalisation à la seule embauche de personnels disposant de savoirs et savoir-faire spécifiques en communication, d'autres invitent à l'appréhender en dehors des pratiques de ces seuls spécialistes (Ollivier-Yaniv et Utard in Aldrin *et al.*, 2014). La professionnalisation de la communication politique, ce à quoi elle correspond et ce qu'elle recouvre mérite par conséquent d'être discutée. D'autant que le processus de professionnalisation dans le domaine de la communication apparaît en mouvement perpétuel, souvent instable et évolutif (Brulois *et al.*, 2016), comme l'illustre la difficulté à « se trouver un nom de métier » (Legavre, 2014). La diversité des appellations qui ressort des cinq articles rassemblés dans ce dossier confirme le constat de Legavre (2014) et la nécessité d'interroger et de mieux définir (différencier ?) les appellations employées. Ainsi les acteurs auxquels s'intéressent les articles de ce dossier sont tour à tour, et parfois indifféremment, qualifiés de professionnel.le de la communication ; de communicateur.e ; de stratège ; de conseiller.ère (en communication) ou encore de collaborateur.trice (politique)... Une pluralité d'appellations est donc usitée, tant par les chercheur.e.s que par les enquêté.e.s eux-mêmes, qui renvoient tantôt à des métiers – dans l'objectif de les décliner et de les distinguer à partir de types de tâches ou de fonctions prises en charge (attaché.es de presse, *community manager*...) -, tantôt à des niveaux de responsabilité (directeur.trice.s de la communication, chef.fe de cabinet, ...). A l'inverse certains intitulés (comme « collaborateur », « conseiller », *etc.*) ne précisent pas (volontairement ?) que se cache parfois derrière une fonction communication. Ainsi, dans son article, Lara Van Dievoet parle de « communicateurs politiques » pour qualifier les journalistes qui quittent leur rédaction pour travailler *en politique*. Pour elle, un « communicateur politique » est « un collaborateur qui exerce une fonction de communication stratégique ou de relations presse pour un parti politique ou un mandataire ». Néanmoins, les textes de Marie Neihouser et de Bader Ben Mansour viennent rappeler que les professionnel.le.s qui ont en charge la communication de responsables ou de partis politiques peuvent également occuper des fonctions opérationnelles tandis que les fonctions stratégiques de communication sont confiées à des personnes du seul fait de l'implication et de l'expérience politique qu'elles ont accumulées au sein du parti, comme cela est le cas pour des partis tunisiens. Autrement dit, occuper une fonction de communication en politique ne dépend pas nécessairement de l'acquisition de compétences et d'expertises spécifiques en communication, même si le numérique semble redistribuer à la marge les cartes, en donnant la possibilité à des professionnel.le.s du numérique ou de la communication d'accéder au champ politique.

APPROCHER LES PROFESSIONNEL.LES PAR LEURS ACTIVITÉS ET LEURS PRATIQUES

L'activité des communicateur.e.s de la politique semble ainsi *a priori* éclatée, tant elle recouvre des dimensions diverses que l'activité en direction des journalistes ne peut à elle seule résumer (Pailliant, 2000). Qu'y-a-t-il de commun entre un.e « community manager », un.e attaché.e de presse, un.e conseiller.ère en communication, un.e chargé.e de campagne, *etc.* ? Que se passe-t-il quand un.e collaborateur.trice doit être tout cela à la fois (on pense ici aux assistant.e.s parlementaires) ? Qui plus est, dans quelle mesure le développement et la technicisation de la communication viennent-ils interroger les pratiques professionnelles des communicateur.e.s politiques ? Les enquêtes réalisées par

plusieurs des auteur.e.s présentées dans le dossier mettent en évidence des différences selon les contextes politiques et les périodes prises en considération. La manière d'envisager la fonction communication dépend ainsi fortement du contexte immédiat, selon par exemple qu'elle s'exerce dans un bureau de député.e à l'Assemblée nationale (article de Marie Neihouser), auprès d'un gouvernement (article de Nicolas Hubé), au sein d'un parti politique – en campagne ou non (articles de Zoé Kergomard et Bader Ben Mansour).

Cette entrée par les spécialisations, expertises, tâches et responsabilités qui sont celles des communicateur.e.s du politique met en lumière la multiplicité des tâches (et des compétences qu'elles mobilisent) et la difficulté à les circonscrire, voire à les identifier, comme l'indique l'article de Marie Neihouser. Du côté des ancien.ne.s journalistes devenu.e.s « communicateur.e.s politiques », au centre du texte de Lara Van Dievoet, les compétences journalistiques sont assez logiquement mises en avant – à savoir « la connaissance des matières et enjeux politiques et d'une grille de lecture journalistique des événements ».

TRACER LES CONTOURS D'UN MÉTIER AUX FRONTIÈRES POREUSES

Le développement des stratégies de communication et de postes, de plus en plus diversifiés, auprès tant des candidat.e.s que des élu.e.s, l'émergence de nouveaux marchés et de nouveaux intermédiaires liés à l'univers du numérique et l'exploitation des bases de données en politique, la multiplication de publications professionnelles dédiées produites soit par des journalistes, soit par des associations professionnelles, sont autant de phénomènes qui peuvent être considérés comme révélateurs d'un processus de professionnalisation de la communication politique ; comme l'est également le déploiement de formations supérieures spécialisées, notamment universitaires. La dispersion de l'enseignement de la communication dans différentes disciplines, en premier lieu desquelles les sciences de l'information et de la communication et la science politique, n'est d'ailleurs pas sans interroger les représentations des compétences attendues à l'exercice des métiers qui lui sont attachés et la structuration de la professionnalisation qui se dessine. La question de la professionnalisation amène ainsi à penser l'articulation « entre pratiques professionnelles et formation » (Lépine et David, 2014). L'article proposé dans le dossier par Marie Neihouser montre, à partir d'un échantillon de 89 personnes, que les collaborateur.trice.s des député.e.s de l'Assemblée nationale en charge de la communication ont, pour une majorité d'entre elles et eux, un master en science politique, en communication, voire dans ces deux domaines.

A l'image des formations en communication, fondamentalement transdisciplinaires ou pluridisciplinaires, les parcours professionnels des communicateur.es sont eux aussi hétérogènes (Coutant, 2009), les professionnel.le.s de la communication politique pouvant être ainsi « tiraillés entre diverses conceptions de leur rôle » (Riutort, 2007, p. 86) et être enclins à passer d'un univers professionnel à un autre (Legavre, 1996). D'où le pari initial du dossier qui consistait à favoriser le croisement des approches disciplinaires pour enrichir l'analyse du processus de professionnalisation de la communication politique. A cet égard, les cinq articles de ce dossier confirment l'intérêt d'un tel croisement. A titre d'exemple, le travail de Zoé Kergomard vient rappeler l'importance et l'intérêt d'historiciser les pratiques et phénomènes de professionnalisation de la communication politique pour éviter toute extrapolation et pour appréhender concrètement les transformations de la communication politique sur le long terme. Cette approche est d'autant plus importante que la profusion de discours produits par les professionnel.le.s de la communication eux-mêmes rend parfois difficile l'analyse des situations. De la même manière, Nicolas

Hubé retrace l'histoire du porte-parolat du gouvernement allemand de 1949 à nos jours ; ce qui lui permet d'analyser l'institutionnalisation de la communication gouvernementale, mais il démontre qu'elle ne s'accompagne pas pour autant de la professionnalisation des acteurs qui occupent des fonctions de communication.

Plusieurs articles réunis dans le dossier donnent ainsi à voir l'hybridité de l'activité professionnelle, la porosité des frontières entre segments professionnels jouant dans le domaine de la communication (Kaciaf, 2011). Ce faisant, ils poursuivent l'exploration de la dimension communicationnelle de l'activité politique dont la diversité et la diversification des acteurs œuvrant à son développement ont pu être mises en évidence (Aldrin *et al.*, 2014, p.13). Ce sont donc à la fois les acteurs de la communication électorale et ceux qui œuvrent au sein et au service des institutions, aux côtés des élu.e.s, qui sont objets de l'attention. En cela, ce dossier se dissocie de la frontière, d'ailleurs instable, établie entre communication politique et communication publique, ce qui offre la possibilité de mieux appréhender les continuités, va-et-vient et similitudes qui traversent ces univers d'exercice de la profession.

DES PROFESSIONNEL.LES EN MOUVEMENT : LES « VA ET VIENT » DE PROFESSIONNEL.LES AUX TRAJECTOIRES SINUEUSES

Ce dossier permet de mettre au jour et à jour les propriétés sociales et les compétences valorisées par les acteurs en charge de la communication dans le secteur politique à travers l'analyse de leur parcours et trajectoires professionnels. L'ensemble des articles réunis pour ce dossier constate le peu de littérature existant sur celles et ceux qui prennent en charge la définition et la gestion de la communication de ce secteur, qu'il s'agisse de celles et ceux qui œuvrent à la communication des député.e.s, du gouvernement ou des partis et candidat.e.s politiques.

L'un des enseignements majeurs issu des enquêtes sur lesquelles sont fondés plusieurs des articles de ce dossier (Hubé, Van Dievoet, Neihouser) indique que la communication politique constitue un « passage » dans la carrière de celles et ceux qui, à un moment donné, ont pris en charge des activités qui en relèvent. Marie Neihouser s'intéresse aux collaborateur.trice.s parlementaires en charge de la communication numérique et constate que beaucoup sont en début de carrière, à la recherche d'un tremplin professionnel ; ce qui s'avère être le cas puisque qu'un certain nombre des personnes interrogées auront effectivement changé de métier au moment de restitution de l'enquête. Ce « passage » dans la carrière, notamment politique, invite alors à s'interroger sur la réalité d'une professionnalisation de la communication politique et sur ses caractéristiques.

Les trajectoires en « zig-zag » contribuent certainement à expliquer le manque d'appellations communes et la difficulté à reconnaître des compétences qui seraient spécifiques à des fonctions particulières.

LES PARADOXES DE LA PROFESSIONNALISATION DE LA COMMUNICATION POLITIQUE

Enfin, les articles réunis dans ce dossier mettent en évidence plusieurs des paradoxes de la professionnalisation de la communication politique.

Ainsi, l'analyse, que propose Nicolas Hubé, des trajectoires des acteurs de la communication gouvernementale de la République Fédérale Allemande de l'après-guerre montre

que le processus d'institutionnalisation de la communication gouvernementale observé en RFA n'est pas accompagné par un processus de professionnalisation : il n'est, par exemple, pas marqué par un *cursus honorum* clairement établi par une spécialisation d'un groupe d'agents ni par des trajectoires typiques de « professionnels » de la communication, mais davantage par celles de professionnels du pouvoir.

Dans son article, Zoé Kergomard, quant à elle, met en lumière le paradoxe qui caractérise les partis politiques suisses dont l'essor des pratiques de professionnalisation en communication est accompagné par un déni public.

Un autre paradoxe qui ressort à la lecture des articles du dossier est la relative discrétion, pour ne pas dire disparition, de la dimension politique dans sa dimension idéologique, dans la manière d'approcher la fonction communication. Seul le texte de Marie Neihouser questionne l'attachement au parti des collaborateurs.trice.s interrogé.e.s et rappelle que celui-ci peut prendre différentes formes mais surtout qu'il semble ici très récent. Ainsi la motivation des journalistes belges, qu'étudie Lara Van Dievoet, à traverser les frontières et occuper des fonctions de communication politique est-elle d'abord liée à l'attractivité d'un poste et les défis qu'il pose ou bien à l'engagement militant et à l'envie de mettre ses compétences au profit d'un projet politique ? Le texte de Zoé Kergomard met quant à lui en avant la relation ambiguë entre partis politiques et professionnel.le.s de la communication dont la proximité n'a néanmoins cessé de se préciser au fil des décennies.

DES POINTS AVEUGLES QU'IL RESTE À EXPLORER

Si le dossier amène des éclairages sur une série d'éléments relatifs aux parcours, aux relations, aux pratiques et aux métiers des acteurs de la communication politique, des points aveugles restent à explorer, notamment sur les représentations des professions et professionnel.le.s de la communication politique, que l'on pourrait envisager de manière heuristique à partir de trois points de vue :

- celui des représentations médiatiques qui sont données de ces professions et professionnel.le.s. En quoi et de quelles manières les journalistes et les productions audiovisuelles (programmes fictionnels, documentaires, *etc.*) participent-ils de la construction de cette (image de) professionnalisation de la communication politique ? ;
- celui des mises en scène de soi auxquelles se livrent ces professionnel.le.s à travers les usages qu'ils et elles font du numérique, et notamment des réseaux socionumériques, pour forger leur identité et cultiver leurs réseaux ;
- et enfin celui des représentations que se font d'eux, celles et ceux pour qui ils et elles travaillent et à qui ils et elles livrent leur expertise.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Aldrin, Philippe, Hubé Nicolas, 2017, *Introduction à la communication politique*, Louvain-la-Neuve : De Boeck.
- Aldrin, Philippe, Hubé, Nicolas, Ollivier-Yaniv, Caroline, Utard, Jean-Michel (sous la dir. de), *Les mondes de la communication publique*, Rennes, PUR.
- Beauvallet Willy, Michon, Sébastien, 2017, *Dans l'ombre des élus. Une sociologie des collaborateurs politiques*, Villeneuve d'Ascq : Septentrion.
- Blanchard, Gersende, 2018, « Les voies de la professionnalisation de la communication électorale en ligne : le cas de l'élection présidentielle française de 2012 », *Politique et Sociétés*, 37 (2), p.83-107. <https://doi.org/10.7202/1048877ar>.
- Brulois Vincent, Carignan, Marie-Eve, David, Marc D., Errecart, Amaia, 2016, « Dynamiques de professionnalisation en communication : entre ruptures et continuités, prescription et émancipation », *Communication et Professionnalisation*, n° 4, p. 5-22.
- Courty, Guillaume (dir.), 2005, *Le travail de collaboration avec les élus*, Paris, Michel Houdiard Éditeur.
- Coutant, Alexandre, 2009, « Les cordonniers sont toujours les plus mal chaussés : les difficultés d'accord entre les professionnels de la communication », *Communication & organisation*, n° 35, p. 227-239.
- Demazière, Didier et Patrick Le Lidec, 2014, *Les mondes du travail politique. Les élus et leurs entourages*, Rennes, PUR.
- Georgakakis, Didier, 1995, « La double figure des conseils en communication politique. Mises en scène des communicateurs et transformations du champ politique », *Sociétés contemporaines*, n° 24, p. 77-94.
- Kaciaf, Nicolas, 2011, « L'entre-deux identitaire de la communication interne. Les logiques d'engagement et de distanciation à une spécialité professionnelle », In Kaciaf, Nicolas, Legavre, Jean-Baptiste, (dir.) *Communication interne et changement*, Paris : L'Harmattan, p. 33-54.
- Legavre, Jean-Baptiste, 1996, « D'un groupe à l'autre. Le passage de l'expertise en communication à la pratique politique professionnelle », *Politix*, vol.9, n° 35, p. 131-148.
- Legavre, Jean-Baptiste, 1999, « Crise de la représentation et nouvel homme politique. Le métier politique au prisme des conseils en communication politique », In Poirmeur, Yves, Mazet, Pierre ((dir.), *Le métier politique en représentations*, Paris : L'Harmattan, p. 183-211.
- Lépine Valérie, David, Marc D., 2014, « Pratiques et réflexions autour des dispositifs d'apprentissage et de formation des communicateurs », *Cahiers du Resiproc*, 2, p.5-11.
- Negrine, Ralph, Lilleker, Darren, 2002, « Continuities and Change in Media Practices », *European journal of communication*, 17(3), p. 305-323.
- Neveu, Erik, 1994, *Une société de communication ?*, Paris : Montchrestien.
- Neveu, Erik, 1998, « La communication politique : un chantier fort de la recherche française », *Polis*, vol.5(1), p. 32-49.
- Norris, Pippa, 2000, *A virtuous circle, Political communication in postindustrial societies*, United States, Cambridge University Press.
- Offerlé, Michel, 1999/2017, *La profession politique XIXème siècle-XXème siècles*, Belin.

Offerlé Michel, 2016, « La profession politique en question : habits usés et habits neufs du capital politique », *Regards croisés sur l'économie*, n° 18(1), p. 108-118.

Paillart, Isabelle, 2000, « Les enjeux locaux de la démocratie électronique », *Hermès*, n° 26-27, p. 129-138.

Pozzi, Olivier (dir.), 2019, *De l'attachée de presse au conseiller en communication. Pour une histoire des spins doctors*, Rennes : Presses Universitaires de Rennes.

Roginsky, Sandrine, à paraître, « La fabrique du capital médiatique au Parlement européen à l'aune des réseaux socionumériques : entre permanence et reconfiguration des activités de médiatisation des députés européens », In Desrumaux, Clément, Nollet, Jérémie (dir.), *Un capital médiatique ? Usages et légitimation de la médiatisation en politique*, Rennes : Presses Universitaires de Rennes.

Riutort, Philippe, 2007, « Sociologier la communication politique ? A propos de quelques tendances de la science politique française », *Politique et Sociétés*, vol. 26, n° 1, p. 77-95.

Walter, Jacques, 1995, *Directeur de communication. Les avatars d'un modèle professionnel*, Paris : L'Harmattan.