

L'IMPACT DE LA COMMUNICATION POLITIQUE PENDANT LA PÉRIODE ÉLECTORALE : CAS DE LA RÉPUBLIQUE DÉMOCRATIQUE DU CONGO DANS LA VILLE DE BANDUNDU

Par

Rodrigue NOTI MBO

Assistant à la Faculté de Psychologie de l'Université de Bandundu, ville de Bandundu

***Mots-clés** : Impact des médias - Communication politique - Elections - opinion politique - période électorale, démocratie, RD Congo.*

INTRODUCTION

Dans la lutte pour la conquête du pouvoir, tout commence de nos jours par la médiatisation si bien que les médias s'érigent au sommet pour conférer existence et légitimité au conquérant de la parole. C'est par celle-ci qu'il va être connu avant d'être reconnu. Mais l'institution médiatique ne constitue pas le seul vecteur de diffusion et d'échange des messages politiques. Il y a beaucoup d'autres mécanismes et structures qui assurent la fonction de relais au-delà des journalistes. De même les hommes politiques ne sont pas les seuls porteurs des messages sur la thématique du pouvoir, à moins que l'expression ne soit prise en charge par des professionnels notamment ceux des services de communication.

Le présent article montre en quoi l'information livrée par et au sujet des responsables politiques occupe les esprits surtout dans les pays aux démocraties balbutiantes. Elle reste susceptible d'influencer ou de durcir la position des citoyens essentiellement durant la période des enjeux électoraux. En RDC, singulièrement à l'intérieur et auprès de la plus grande partie de la population, les outils médiatiques au sens strict comme la radio, les journaux, la télévision, l'internet... sont peu accessibles. Le public s'informe souvent par interposition et ricochet. Et depuis l'éclosion des réseaux sociaux, il est victime des communicateurs de tous genres faisant usage de Facebook, YouTube, Messenger, etc. Le constat devient évident quant au faible niveau d'analyse des sujets concernant l'information politique et aux connaissances approximatives

de beaucoup de personnes surtout chez des jeunes et la population victimes de l'oralité dans un monde tout de même censuré.

I. LA COMMUNICATION, SES DIFFÉRENTS DOMAINES ET OBJECTIFS

En raisonnant dans le sens de Daniel Bounoux : « Nulle part ni pour personne n'existe la communication. Ce terme recouvre trop de pratiques, nécessairement disparates, indéfiniment ouvertes et non dénombrables ».¹

Le plus souvent, les spécialistes admettent que la Communication peut se définir comme un processus (en vue d'un aboutissement) alors que pour la qualifier, il y a beaucoup de divergences. On cite notamment les domaines constitutifs ci-après :

- a) Les « sciences de l'information et de la communication » dont l'objet d'étude est l'interaction homme-machine et des processus psychiques de transmission de connaissances ;
- b) La « psychologie sociale » intervient lorsque des individus entrent en interaction avec l'implication des processus cognitifs, affectifs émotionnels, conscients ou inconscients. Elle forme un système complexe de communication interpersonnelle qui s'enrichit de la communication duelle, triadique ou groupale à l'inverse de la communication non-verbale ou non-dite qui associe la gestuelle et les sciences comportementales. Dans ce cas, on prend également en compte des processus cognitifs, affectifs, émotionnels, conscients ou inconscients et les tissus socioprofessionnels d'où sont issus les communicants ;
- c) La « psychanalyse » traite de la communication intra-psychique. Comme la décrit J. Escalant, elle permet de définir les situations pouvant désigner un frein quant à l'émission ou la réception, sans toutefois proposer de solution. Ne traitant que de l'individu, elle a toujours un aspect ponctuel, et elle peut être une précieuse dans l'identification et le traitement des situations de blocage² ;
- d) Le « métier de la communication est celui des professionnels qui les occupe à convaincre ou persuader à travers les médias et outils de communication.

Nous suggérons dans la présente étude de focaliser les observations et leur analyse sur « la communication entre les humains ». C'est la communication

¹ D. BOUGNOUX, *Introduction aux sciences de la communication*, La découverte, Collection repères Paris, 2001, (ISBN 978-2-7071-3776- 0).

² J. ESCALANT, *Assertivité - Communication* in <http://www.jeanelscalant.com/article3.html>.

qui consiste à assurer des échanges en vue de transmettre des informations voire des connaissances, façonner les pensées, et faire adopter les perspectives de leur réalisation dans le but de convaincre et persuader un ou plusieurs groupes d'individus en faveur d'une vision meilleure d'une activité ou de la société.

La communication entre les humains est donc indissociable de la vie en société, et l'étude de la pratique de cette communication constitue la science de la communication. Cette science englobe un champ très vaste avec plusieurs niveaux : la communication interpersonnelle, la communication de groupe et la communication de masse³ ; contrairement à d'autres communications : entre les animaux, entre les plantes...

II. LES PRINCIPAUX OUTILS DE COMMUNICATION EN RD CONGO

Pour l'ensemble de la RDC, on a des outils de communication classiques dont les plus nombreux sont accessibles dans la capitale Kinshasa, en plus de la presse internationale. C'est aussi à Kinshasa où sont organisées les études de niveau supérieur/universitaire en journalisme (IFASIC, UCC, IFAD, UNIKIN, REV.KIM...).

III. OBJECTIFS ET ORGANISATION

En 1963, une société missionnaire, les frères des Ecoles chrétiennes, puis l'UNESCO, ont eu l'intention de créer un institut des mass-médias. Les deux projets n'ont pas retenu l'attention des dirigeants de l'époque. Et jusqu'en 1973, la formation des cadres de l'information se faisait à l'étranger, par exemple : à l'Ecole du journalisme de Lille, au Centre de Formation des Journalistes de Paris, au studio Ecole de l'ORTF (Paris), etc... Mais elle comportait des inconvénients. Elle obligeait notamment l'étudiant, séparé de son milieu naturel, à un effort d'adaptation (à l'étranger) et de réadaptation (de retour au pays).⁴

L'information par mass-média étant, principalement pour les pays jeunes comme le Zaïre, un support dans le travail nécessaire d'éducation et d'intégration des masses populaires, il a été jugé nécessaire, en 1973, de former sur place, dans le pays même, les spécialistes de l'information.

³ Wikipédia.

⁴ Journal de l'Institut supérieur technique de l'information (ISTI), 1973.

L'enseignement s'étend sur une période de cinq ans, répartie en deux cycles : le premier cycle ou graduat (3 ans) et le deuxième cycle ou licence (2 ans). A ce jour, Il existe un troisième cycle après la licence, axé sur la Recherche.

Le premier cycle forme en trois années consécutives les cadres intermédiaires en matière de l'information. Il est conçu de manière à permettre à l'étudiant d'acquérir les notions essentielles en sciences et techniques de l'information et les connaissances générales de base nécessaires à la profession.

On compte parmi les organes de communication ;

- la presse écrite ;
- la presse parlée ou les radios ;
- la presse télévisée.

Parmi les organes de communication informant les populations dans la ville de Bandundu, il y a les suivants :

- la presse écrite : ACP (agence congolaise de Presse) ;
- la presse parlée ou le radio :
 - ✓ les radios publiques : RTNC ;
 - ✓ les radios privées : RTBD, VSF, NZONDO TV, RTEC ;
 - ✓ la Radio des Nations-Unies : Radio Okapi ;
 - ✓ Autres radios publiques, puis les radios privées et celles fonctionnant dans le cadre des activités communautaires ;
- la presse télévisée ;
- l'Internet joue un rôle dans la communication de l'information politique au Congo en général et à Bandundu en particulier. Puisque avec l'internet, l'information est diffusée en temps réel (image, son, vidéo, et même la presse écrite), raison pour laquelle les autorités interrompent le réseau internet pour diverses raisons dont celles de prévention de l'ordre public.

Les outils de communication les plus récents, accessibles et relativement fiables pour les populations sont les suivants : Congo na biso, Mboka na biso, Kin-makambo ; Congo virtuel, debout Bandundu leaderships, Résistance populaire...

• **L'espace du discours politique**

Nous adoptons la définition de J. Habermas et rappelons que la communication politique est « comme le champ d'expression régulé d'un agir communicationnel fondamental et pérenne, pris aux pièges de l'agir stratégique et de l'agir dramaturgique. Ces pièges forment l'espace du discours politique », lequel se définit comme le lieu où l'on se parle sur un fond d'enjeux

de pouvoir. Le message politique est délivré sous forme discursive (meeting, publications écrites, audio-visuelles ou autres). Toutes les formes de discours visent à investir la cible destinataire jusqu'à travers des représentations de soi. Les concepts d'action ont par conséquent des finalités différentes. C'est particulièrement le cas de l'agir stratégique et de l'agir dramaturgique, dont les finalités sont, pour le premier, le succès de l'être et, pour le second, le succès du paraître.

L'intensité des activités s'accroît manifestement pendant la période électorale, c'est-à-dire l'intervalle de temps déterminé légalement pour faire des campagnes de propagandes, présenter des messages politiques forts afin de concourir pour le pouvoir à différents niveaux de la sphère politique par des élections. En RD Congo, de telles périodes n'ont qu'une faible occurrence par manque de tradition. Théoriquement, les échéances électorales devraient être déjà multiples à tous les niveaux du pouvoir et sur toute l'étendue de la République : local, communal, provincial, législatif national, et présidentiel.

Les plus récentes périodes électorales restent mémorables depuis celles de 2006 et 2011 après 32 ans de règne politique sans partage. Cependant, les prochaines élections qui devraient avoir lieu en 2016 sont repoussées tout au moins en décembre 2018.

D'une mandature à l'autre, ces périodes sont marquées par des activités médiatiques sans communes mesures et de campagnes électorales hyper médiatisées avec l'implication de plusieurs chaînes de télévision, journaux, meeting, etc. Faute d'information réellement impartiale, le public congolais s'est tourné vers les médias internationaux et les réseaux sociaux. En effet, le public peut avoir l'impression d'avoir accès à des médias nationaux très contrôlés, ne pouvant poursuivre objectivement sa mission d'informer sans contraintes.

IV. LA COMMUNICATION POLITIQUE ET L'APPROCHE MULTIDISCIPLINAIRE

Par la communication politique, l'objectif ultime des acteurs est de communiquer des informations (ou tout simplement leurs informations), d'imposer leur vue et obtenir d'assurer un certain charisme des acteurs voire leur leadership dans la société ou au sein d'une nation.

La communication politique se veut une approche multidisciplinaire d'un phénomène social comme nous allons le découvrir dans la suite de notre étude. Cette étude sur la communication politique peut s'opérer suivant plusieurs approches aussi bien théoriques que méthodologiques. Cette multitude

d'approches peut s'expliquer par l'origine des chercheurs qui se préoccupent de cet objet étant donné qu'il possède des forces multidisciplinaires.

La présente définition reconnaît la communication politique dans tous les types d'ordres, qu'ils soient autocratiques ou démocratiques. Mais elle accuse, elle aussi, une lacune conceptuelle en ce qu'elle est restrictive. En cernant le fait communicationnel dans le cadre étatique, la définition tend à faire croire que la communication politique est l'apanage du seul type de société où le rapport est fondé sur le principe de l'autorité hiérarchique.

J. Gerstlé définit la communication politique comme l'ensemble de techniques et de procédés dont disposent les acteurs politiques, le plus souvent ceux des gouvernements, pour séduire, gérer et circonscrire l'opinion.⁵

J-M. Cotteret et C. Emery définissent la communication politique comme un échange d'informations entre les gouvernants et les gouvernés par les moyens formels et informels pour conquérir le pouvoir ou l'exercer.⁶

Pour D. Wolton, la communication politique dans les systèmes démocratiques désignerait l'espace où s'échangent les discours contradictoires des trois acteurs qui ont la légitimité pour s'exprimer publiquement sur la politique et qui sont l'homme politique, le Journaliste et l'opinion publique.⁷

Il importe aussi de noter que toute communication est toujours engagée par « des politiques ». En d'autres termes, il n'y a pas de communication qui ne repose sur une orientation politique dans la mesure où celle-ci est dictée par ce besoin inné (du politique) lui-même, justifié par la nécessité d'assurer un certain ordre, qu'elle que soit sa forme (la politique).

Ainsi pour paraphraser Roger Mucchelli, « là où la communication cesse, les tensions, les désordres et les conflits émergent »⁸.

Aussi faut-il signaler, à la suite de Lucien Sfez, que la communication est politique, non pas par rapport au statut du destinataire et destinataire, ou encore au contenu de la communication, mais plutôt en fonction de son incidence sur le système.

⁵ J. GERSTLE, *La communication politique*, Paris, PUF, 1992, p.4.

⁶ J.M. COTTERET et C. EMERY, in SFEZ I., *Dictionnaire critique de la communication*, Paris, PUF, 1993.

⁷ D. WOLTON, *La Communication politique : Construction d'un modèle in Hermès*, 4^{ème} éd. CNRS, 1989, p.30.

⁸ R. MUCHELLI, *Communications et réseaux de communications*, 10^e éd., ESF, 1999, p. 198.

J.M. Cotteret parle, lui, de « conséquences directes ou indirectes, médiates ou immédiates » sur le système.

La communication politique évoque dans un premier sens, la capacité d'introduire, de conduire et d'assumer, si possible l'échange dialectique et de débat contradictoire. C'est la culture politique et périlleuse du dialogue entre différents partenaires sociaux, pouvoir et contre-pouvoir. Dans un deuxième sens, moderne et médiatique, la communication politique, renvoie à la conception et aux effets de l'image de marque notamment celle des hommes et des régimes politiques.

Mpoy Mukendi estime quant à lui que la communication politique est une forme parmi tant d'autres de la communication sociale. Elle peut être définie par une interaction médiatisée par des signes verbaux et non verbaux au travers desquels les interactions s'établissent et se définissent comme relations du pouvoir politique.⁹

A la lumière de toutes ces définitions, nous pouvons définir la communication politique comme tout processus de communication qui engage d'une part le politique, et d'autre part, l'électorat qu'il veut bien influencer au travers des médias par des signes verbaux ou non verbaux et dont le message est lié au pouvoir politique.

Dans la communication politique, on distingue :

- les enjeux ;
- les fonctions ;
- les acteurs chevronnés ;
- les nouveaux acteurs.

A. Les enjeux de la communication politique

Les grands enjeux de la communication politique visent comme objectifs. Primo : - la conquête, le maintien et la conservation du pouvoir

Secundo : - tentative d'influencer le pouvoir, y faire adhérer des membres et les entraîner derrière une personnalité charismatique.

⁹ MPOY MUKENDI, *La communication politique en Afrique*, Louvain-la-Neuve, CIACO, 1990, p .15.

B. Les fonctions de la communication politique

Au-delà de sa dimension, l'expression « communication politique » est la traduction et la manifestation d'une volonté politique. Elle permet de rendre compte des choix politiques dans un système donné.

- *La fonction de socialisation politique*

La communication politique permet de fondre les attentes individuelles en des attentes de groupe. Elle favorise le mécanisme d'intégration sociale et de socialisation des individus pour que ceux-ci participent au projet de construction d'une société en laissant de côté les perspectives d'affrontement entre les différentes idées individuelles.

A travers la communication politique, les gouvernants communiquent à l'opinion publique interne ou externe, les différents problèmes que rencontre le pays dans les différents domaines. Cette restitution des différents problèmes constitue déjà et toujours l'articulation des intérêts de la masse.

A part ces fonctions principales, la communication politique remplit également des fonctions secondaires, à savoir : la fonction d'homogénéisation de l'information politique, les fonctions de mobilité des idées ou de mobilisation et la fonction relative au volume de l'information.

- *L'Homogénéisation de l'information politique*

Elle consiste à livrer une information en direction de la population de manière à ce que le message soit compris par tous. Cette fonction dévoile l'écart du développement social des entités ou des communautés et des sociétés. Elle est une facilitation de la meilleure interprétation du message.

- *La mobilité des idées ou de mobilisation*

La circulation des informations de manière à ce que les informations ne rencontrent pas d'obstacles. A travers cette fonction, on peut apprécier le degré de circulation et captation de l'information selon qu'on est dans une zone urbaine et rurale.

- *Le volume de l'information*

Le volume de l'information est en relation avec la fonction de mobilisation et de sensibilisation des auditeurs. Cette fonction est accrue dans les pays développés contrairement aux pays du tiers-monde.

C. Les acteurs de la communication politique

Parmi les acteurs de la communication, on dissocie les gouvernants et les gouvernés.

- **Les gouvernants** : sont ceux qui sont au pouvoir, qui jouissent ou exercent le pouvoir, c'est-à-dire ceux qui gouvernent. Ils jouissent de la légitimité du pouvoir.

- **Les gouvernés** : sont des détenteurs du pouvoir qu'ils confèrent à une petite partie de personnes légitimes (élues ou désignées). Qu'ils sont considérés comme des souverains primaires ou les mandants. Ce sont des personnes sur lesquelles s'exerce le pouvoir des gouvernants. Ils constituent les pôles de réception des informations et des messages issus des gouvernants.

Outre les gouvernants et les gouvernés sur l'arène de la communication, on trouve d'autres catégories d'intervenants qui sont : - les hommes politiques - Les journalistes.

D. Les nouveaux acteurs

Les plus en vue d'entre eux sont les hommes politiques et les journalistes.

- **Les hommes politiques**

Il s'agit ici des nouveaux mandatés qui subissent la pression des événements et la pression des médias. Ils courent de médias en médias à la recherche d'une image positive en tenant compte des résultats des sondages.

- **Les Journalistes**

Quant à eux, les journalistes se font passer pour de tutelle du pouvoir, pouvoir des partis politiques, des hommes politiques de l'Etat et des hommes politiques. Ils se manifestent par une expertise dans leurs chroniques, dans leurs analyses et dans leurs commentaires.

Les sondages sont des avis ou l'avis du corps social qui parle à l'homme politique. Les sondages mettent en scène des institutions qualifiées et des techniques qui sont différentes des journalistes ; les journalistes participent ici comme instance de légitimation.

Il s'agit d'un phénomène continu, dynamique. D'où sa qualification de processus d'échange, lequel se traduit par les formes les plus diverses de procédés ou techniques qu'adoptent les protagonistes en fonction de leur stratégie politique respective.

La communication ici diffère des autres types de communication par la qualité des interlocuteurs en présence du contenu du message ou de l'objectif visé par la communication.

La communication est politique en fonction des conséquences directes ou indirectes, médiates ou immédiates.

Comme sa dénomination l'indique, la communication politique met en relation des acteurs politiques (individu ou groupe d'individus). Elle a donc une incidence sur le fonctionnement du système politique.

Les structures de la communication politique sont des canaux par lesquels l'information est transmise. Chaque système politique développe son propre réseau de communication politique en fonction, notamment de son développement économique.

La maîtrise du contexte de la communication politique permet un codage facile de l'information. Ce contexte est composé d'éléments suivants :

- **Le cadre physique** c'est-à-dire l'endroit où se déroule la communication politique. Cet élément a des conséquences sur la communication, il influence suffisamment le contenu de celle-ci.
- **L'occasion** : c'est la circonstance qui justifie le choix de tel ou tel autre discours, de tel mot ou tel autre.

V. L'IMPACT DE LA COMMUNICATION POLITIQUE SUR L'OPINION DES ETATS AFRICAINS

Le premier constat à observer est celui-ci :

Toutes les institutions politiques actuelles dans les pays africains sont non démocratiques et par conséquent illégitimes. En effet, personne ne pourra nier et justifier sur la base d'une analyse objective que les pouvoirs actuels au Cameroun, au Gabon, en Guinée Equatoriale, en RCA, au Togo, au Niger, etc. sont des pouvoirs légitimes qui ne souffrent d'aucune contestation concernant sur leur légitimité.

Si ce constat est accepté par tous comme postulat de base, il en résulte logiquement que tout pouvoir en place dans les pays cités, ne peut seul organiser des élections de quelque nature que soit au risque de voir émerger des contestations justifiées et susciter le rejet légitime de la population et par conséquent d'être un pouvoir légitime.

CONCLUSION

Il devient incontournable que dans le monde moderne d'aujourd'hui, l'institution médiatique joue un rôle incontournable dans la constitution et la circulation des messages politiques et d'autres faits relevant de la communication politique. Le régime politique dans lequel le peuple est libre d'élire ses représentants n'est rien d'autre que celui qui travaille pour la concrétisation d'un idéal démocratique. Dans la monocratie, le césarisme voire l'absolutisme, l'exercice du pouvoir s'apparente à une de nombreuses variantes du despotisme. Le recours aux médias se taille une place incontestable aussi bien en démocratie que dans les régimes autoritaires. Aider à savoir si la communication doit être verticale ou horizontale, cela veut dire qu'elle est développée sur le rapport de supériorité (verticale), ou développée sur le rapport d'égalité entre partenaires (horizontale) dans la structure sociale. C'est la culture, la norme de conformité sociale ou le mode de vie qui conditionne le mental et consacre la primauté de la culture sur le reste. Ainsi, la méconnaissance de la culture de la société où se déroule la communication peut occasionner l'échec de la communication ou sa mauvaise compréhension.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

1. COTTERET, J.M & EMERY, C. in SFEZ I., *Dictionnaire critique de la communication*, Paris, PUF, 1993.
2. GERSTLE, J., *La communication politique*, Paris, PUF, 1992.
3. Journal de l'ISTI (Institut supérieur technique de l'information) éd. 1973.
4. MPOY MUKENDI, *La communication politique en Afrique*, Louvain-la-Neuve, CIACO, 1990.
5. MUCCHELLI, R., *communications et réseaux de communications 10è*, ESF, 1999.
6. WOLTON, D., *La Communication politique : Construction d'un modèle in Hermès*, 4^{ème} éd. CNRS, 1989.