

PROPOS INTRODUCTIFS

Par Thierry DOMINICI

*Maître de conférences en science politique
Institut de Recherche Montesquieu
Université de Bordeaux*

Et Thibaut DAUPHIN

*Docteur en science politique
Postdoctorant CNRS-UMR 6240 LISA
Università di Corsica Pasquale Paoli
Chercheur associé à l'Institut de Recherche Montesquieu
Université de Bordeaux*

Depuis le siècle de PÉRICLÈS jusqu'à nos démocraties numérisées, et sans jamais la définir, gouvernants comme partis politiques usent et abusent du pouvoir d'attraction, de manipulation et de division que procure l'opinion citoyenne, majoritaire, publique, ou nationale. C'est à partir des Lumières que l'on brandira l'idée devenue irréfutable aujourd'hui : la force de l'opinion est un gage de démocratie et permet de jauger le degré de participation citoyenne. Cependant, en raison du rôle nodal d'éclairer et d'informer les masses, c'est au début du XX^e siècle que sa banalisation interviendra dans l'ensemble des États occidentaux. Rapidement, par le biais de l'information, certains reportages deviennent discours de persuasion, et plusieurs journalistes et hommes de pouvoirs se piquent bientôt d'être les seuls du côté de l'opinion que paradoxalement ils contribuent à former. Ici le système du Caucus, si minutieusement examiné par OSTROGORSKI, couronne le plus capable d'être élu – fût-il le moins capable de gouverner. Petit à petit l'espace démocratique qui reposait sur le suffrage universel et la compétition partisane laisse la place à la fabrique d'opinions stéréotypées, prêtes à l'usage des décideurs, de la machine politique, ou du système technicien cher à ELLUL. Notre discipline n'a pas fini de travailler sur le potentiel que les techniques d'information et de communication, constamment renouvelées, offrent aux entrepreneurs politiques. La fiabilité de ces outils techniques semble ne plus pouvoir être discutée en démocratie. En effet, il n'est rien de plus commode que la « vérité » tirée de la majorité de l'opinion pour mobiliser les citoyens. Rapidement, les sondages connaissent un succès franc et non démenti, comme si cette invention de la démocratie d'opinion faisait partie au même titre que le suffrage universel des principes de

bases de la légitimité. Associé de plus en plus à la propagande inhérente aux technologies de l'information et de la communication (TIC), l'ensemble de ces techniques s'affirme dans le champ politique et médiatique, où se développent des stratégies de communication de plus en plus étoffées, permettant de sonder l'opinion aussi bien pour rassembler que pour diviser. Pourtant, des chercheurs comme LIPPMAN, BOURDIEU, NOELLE-NEUMANN, LEMIEUX et beaucoup d'autres, ont rappelé et rappellent encore que cette réalité d'une parole libérée de l'opinion fait peu de cas d'un certain nombre de questions qui, très vite, interrogent l'existence même de cette opinion qui deviendra majoritaire. Concrètement, l'opinion fait-elle taire les velléités de la masse populaire ou libère-t-elle la démocratie directe à travers la e-démocratie fondée sur la légitimité de la majorité ? L'objectif de ce dossier collectif est de proposer une lecture à la fois comparée et interdisciplinaire permettant de répondre à ce questionnement : comment expliquer que nos sociétés pluralistes se rendent plus facilement à la puissance persuasive de l'industrie ou de la fabrique de l'opinion publique plutôt qu'à celle de la délibération citoyenne.